

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของผู้เช่าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ อำเภอสามพราน  
จังหวัดนครปฐม

ผู้เขียน

นายเจิง ชาวหลง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ

### บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า

ผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.22 มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.55 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.45 มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.11 มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 37.22 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.44 มีระยะเวลาในการเข้าพักในอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ 2 – 3 ปี ร้อยละ 36.11 และมีลักษณะของห้องพักที่เช่า แบบห้องพัสดุ ร้อยละ 50.00

ผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เหตุผลสำคัญที่ผู้เช่าเลือกพักที่อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน/สถานศึกษา ผู้เช่ามีความคาดหวังเมื่อเข้าพักที่อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์มากที่สุด ในเรื่อง ความปลอดภัยจากอันตราย และภัยทั่วไป และผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์มี

ข้อเสนอแนะเป็นรายด้านในอันดับแรก คือ การเปิดร้านสะดวกซื้อเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ภายในอพาร์ทเมนต์ และการเปิดร้านซัก รีดผ้าเพิ่มภายในอพาร์ทเมนต์ ควรปรับลดค่าประกันห้อง และค่าห้องล่วงหน้า ควรเพิ่มความถี่ในการจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาเช่าอาศัยเพิ่มมากขึ้น ควรพัฒนาความรู้ ทักษะ และความชำนาญของช่างซ่อมบำรุงประจำอพาร์ทเมนต์ ควรปรับปรุงคุณภาพและขนาดของตู้เสื้อผ้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ควรปรับปรุงเวลาที่เปิดให้บริการของสำนักงาน รวมทั้งขั้นตอนการติดต่อพนักงาน

<b>Independent Study Title</b>	Tenant Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Inter Apartment, Sam Phran District, Nakhon Pathom Province
<b>Author</b>	Mr. Zeng Chaolong
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Wanlanai Saiprasert

### ABSTRACT

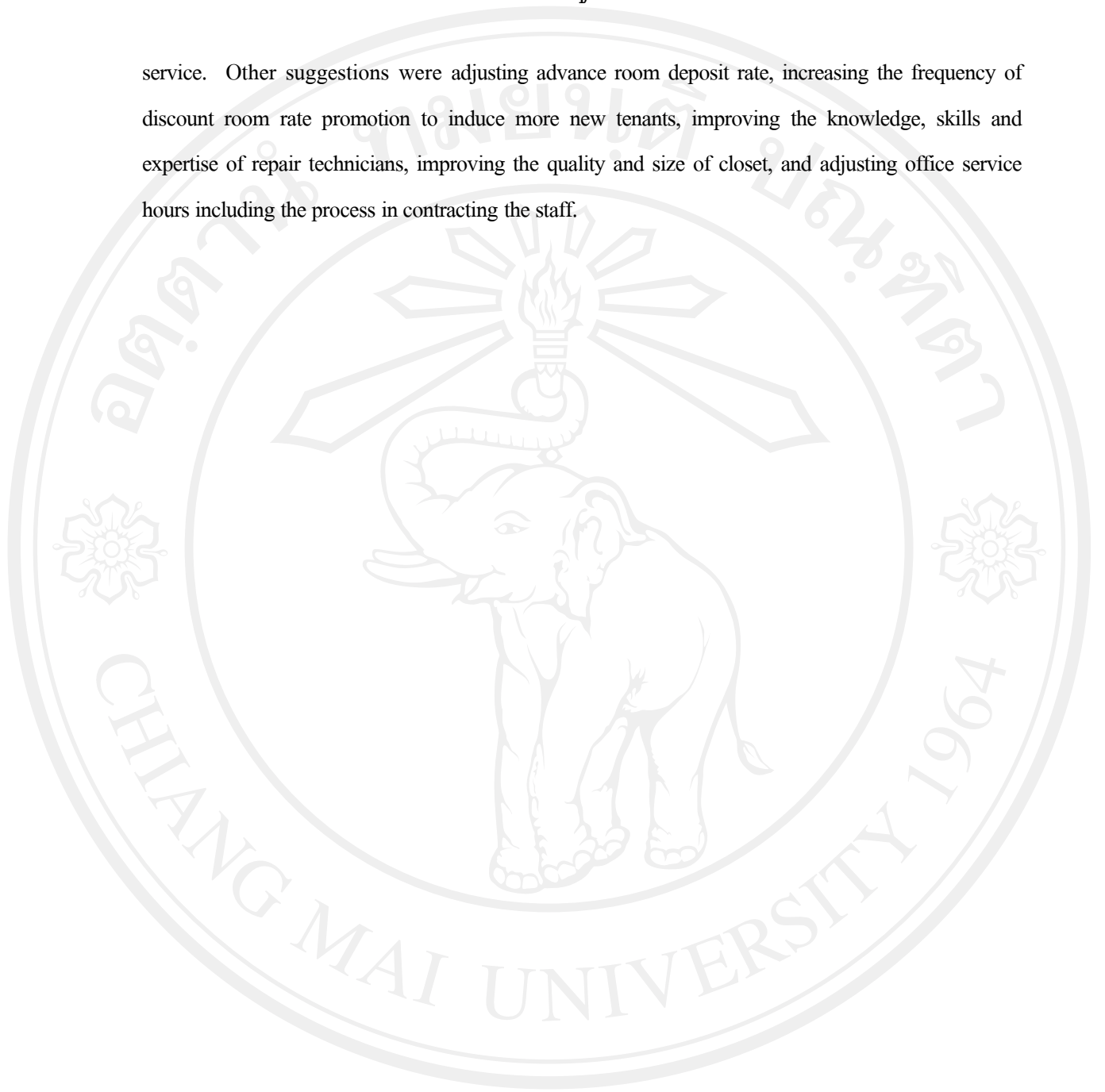
The objective of this study was to study tenant satisfaction towards services marketing mix of Inter Apartment, Sam Phran district, Nakhon Pathom Province. The collected data was from the sampling group of 180 persons by questionnaire with the reliability of 0.943. Statistic tools employed for data analysis were descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

The majority of the tenants or 62.22 percent was female, 60.55 percent was 26-35 years old, 54.45 percent was single, 71.11 percent held the highest educational level of Bachelor's degree, 37.22 percent was cooperate employees, 39.44 percent earned 20,001 - 30,000 baht per month, 36.11 stayed at Inter Apartment for 2-3 years, and 50.00 percent of the respondents rented a room with a fan.

The tenant satisfaction towards the overall services marketing mix of Inter Apartment was at the high level. The factors with the high level of satisfaction were place, personnel and physical appearance, respectively. The factors with the medium level of satisfaction were process, price, product/service and marketing promotion, respectively.

The results from in-depth interviews showed that the important reason for choosing Inter Apartment was its location which was close to their workplace or school. The highest expectation of the tenants of Inter Apartment was safety. The suggestions from the tenants were ranked as follows: the most important suggestion was opening a 24/7 convenient store and laundry

service. Other suggestions were adjusting advance room deposit rate, increasing the frequency of discount room rate promotion to induce more new tenants, improving the knowledge, skills and expertise of repair technicians, improving the quality and size of closet, and adjusting office service hours including the process in contracting the staff.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved