

พฤติกรรมของผู้เช่าที่มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด  
ของธุรกิจที่พักอาศัย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Tenants' Behaviors Affecting Factors of Marketing Strategies of  
Rental Properties in Mueang District, Chiang Rai Province

ชัชณพงค์ บุญทรง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่พักอาศัยแบบเช่าอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 2) เปรียบเทียบกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดของที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบตามสะดวกอย่างง่าย เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า

1. การศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานะภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาท
2. การศึกษาพฤติกรรมการพักอาศัยพบว่า ส่วนใหญ่พักอยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวมากที่สุดตามด้วยห้องพักและคอนโดมิเนียม จำนวนผู้เช่าพัก 2 คน อยู่อาศัยมากกว่า 2 ปี โดยเลือกพื้นที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อทำงานเป็นส่วนใหญ่ โดยมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาท
3. การศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยทางการตลาด พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ จะให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของที่พักอาศัย ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. การศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการพักอาศัยกับปัจจัยทางการตลาด พบว่า พฤติกรรมของผู้ที่พักอาศัยแบบเช่าอาศัย จะให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของที่พักอาศัย ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่า, กลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัย

## Abstract

The purpose of this research was to 1) study the behavior of the rented residents in Muang district. Chiang Rai Province 2) Comparison of strategies and marketing mix of residential rental services in Mueang District Chiang Rai The sample group was People residing in Mueang District Chiang Rai Province, 400 people. The sampling was selected using a simple convenience sampling method. A tool for collecting data using questionnaires. Then the data were analyzed by statistics, mean, percentage, standard deviation. and chi-square test.

The results of the study found that

1. The demographic studies were mostly female, aged 31-40 years, single status, bachelor's degree. Occupation of company employees and has an average income of more than 15,000 baht

2. The study of living behavior found that Most live in single-family homes, followed by rooms and condominiums. Number of tenants staying 2 people living more than 2 years by choosing a living area near the workplace It is mainly intended to work. with a cost of more than 3,000 baht

3. The study of differences between demographic characteristics and marketing factors found that demographic characteristics will give importance to the marketing factor of the rental housing that differed statistically at the 0.05 level.

4. The study of the difference between the residential behavior and the marketing factor found that the behavior of the rented residents will give importance to the marketing factor of the rental housing that differed statistically at the 0.05 level.

**Keywords :** Tenant's living behavior, Residential marketing strategy

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจที่พักอาศัยประเภทอสังหาริมทรัพย์แบบให้เช่าถือได้ว่าเป็นธุรกิจบริการอีกประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงเนื่องจากถ้ามองในอนาคตแล้ว ธุรกิจการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ถือว่าได้ผลตอบแทนจากการคืนทุนที่คุ้มค่าในระยะยาว ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการห้องเช่าในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจประเภทนี้ การวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้ปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาดบริการซึ่งประกอบไปด้วยประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านกายภาพ และกลยุทธ์ด้านกระบวนการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางในการที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกี่ยวกับที่พักอาศัยต่อไป (แก้วตา วรดาอภิชาติ, 2552)

ภาพรวมของประชากรที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2564 พบว่ามีจำนวนประชากรทั้งหมดจำนวน 252,651 คน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดเชียงราย, 2564) และเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรในปี 2563 แล้ว พบว่าประชากรในปี 2563 มีจำนวนประชากรทั้งหมด 223,725 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ โดย Chiangrai Focus, 2565)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดเชียงรายตั้งแต่เดือน มกราคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 มีจำนวน 1,027,060 คน โดยแบ่งเป็นชาวไทยจำนวน 1,022,288 คน และชาวต่างชาติจำนวน 4,772 คน ซึ่งมีอัตราการจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่าปี 2563 ถึง 42.97% จากการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่ามีมูลค่าโดยประมาณ 5,721 ล้านบาท ซึ่งลดลงกว่าปี 2563 ถึง 55.60% ทั้งนี้ก่อนการเกิดวิกฤติโรคระบาดไวรัสโคโรนาโควิด-19 จังหวัดเชียงราย เคยมีนักท่องเที่ยวที่มาเยือนปีละกว่า 3,000,000 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละกว่า 20,000-25,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย โดย Chiangrai Focus, 2565)

ธุรกิจที่พักอาศัยจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะผู้ประกอบการกิจการที่พักอาศัยขนาดกลาง และขนาดเล็ก ดำเนินงานภายใต้ภายใต้กรอบการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์, ราคา ,ทำเลที่ตั้ง ,สิ่งอำนวยความสะดวก ,บุคลากร ,กระบวนการการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ที่มอบให้ลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันของธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าจนนำไปสู่ความภักดี ที่จะเลือกใช้บริการในระยะยาว

ความจำเป็นและเหตุผลดังกล่าวคาดว่าสถานการณ์หลังจากวิกฤติโรคระบาดไวรัสโคโรนาโควิด-19 จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดเชียงรายมากขึ้นหรือการเข้ามาพักอาศัยการเรียนหรือการทำงานทำในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายมีมากขึ้น และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมที่พักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อบริการกลยุทธ์ทางการตลาดของ ที่พักอาศัยในอำเภอเมือง เพื่อเป็นการเพิ่มกลยุทธ์ของผู้ให้บริการด้านที่พักที่อยู่อาศัยมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมที่พักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อบริการกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่พักอาศัยแบบเช่าอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย
- 2) เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดของที่ให้บริการเช่าที่พักอาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

### สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานงานวิจัยประกอบด้วย 2 สมมุติฐานคือ

1. ผู้พักอาศัยมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเช่าที่พักอาศัยแตกต่างกัน
2. ผู้พักอาศัยที่มีพฤติกรรมการพักอาศัยในการเช่าที่พักที่แตกต่างกันมีความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเช่าที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา  
การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมการพักในที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย จำนวนผู้เช่าพัก ระยะเวลาในการพัก พื้นที่พักอาศัย วัตถุประสงค์ในการเช่า ค่าใช้จ่ายและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยยึดหลัก 7 Ps
2. ขอบเขตด้านประชากร  
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย มีที่พักอาศัยให้เช่าได้แก่ ห้องพัก บ้านเดี่ยวและคอนโดมิเนียม ซึ่งจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามานะได้จำนวนกลุ่มวิจัยเท่ากับ 400 ราย
3. ขอบเขตด้านพื้นที่  
พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการศึกษา คือ อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา  
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือระหว่างเดือน มีนาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2565

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย ครั้งนี้

ประชากร คือ ผู้ที่เช่าพัก ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยการเลือก สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

กลุ่มตัวอย่างคือผู้เช่าพักที่พักอาศัยประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เช่าบ้าน เช่าห้องพัก และเช่า คอนโดมีเนียม ซึ่งจากการคำนวณได้กลุ่ม ตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1973) ซึ่งได้จำนวน กลุ่มของงานวิจัยครั้งนี้คือ 400 ราย โดยกำหนดระดับของความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และระดับ นัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีผลต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาด มีทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย จำนวนผู้เช่าพักอาศัย ระยะเวลาในการเช่าพัก พื้นที่ในพักอาศัย วัตถุประสงค์ในการเช่าที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เช่าพัก

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าของที่พักอาศัยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วน (rating scale) ของลิเคิร์ต (likert) โดยใช้ระดับการวัด ข้อมูลประเภท อัตราภาคชั้น (interval scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาดมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาดมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาดปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาดน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาดน้อยที่สุด

## 3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อบัณฑิตจบใหม่ทางการตลาด ของที่เช่าพักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า แบ่ง ออกเป็นทั้งหมด 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยที่ผ่านการแนะนำและขอเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยออกแบบเป็นแบบสอบถามเพื่อให้สามารถหาคำตอบให้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเป็นระยะเวลาทั้งหมด 2 เดือน

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

**ขั้นตอนที่ 3** นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งจำแนกออกได้เป็น 2 แหล่ง คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าพักอาศัยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 ชุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความตระหนักออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{แทนค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของคะแนน โดยแบ่งช่วงระดับความคิดเห็นพฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่าที่และปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ด้วยวิธีหาความกว้างและอันตรภาคชั้น (ชัชวาล เรื่องประพันธ์, 2539) โดยแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 คือ มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 คือ มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 คือ มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 คือ มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 คือ มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยน้อยที่สุด

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเช่าที่พักอาศัยโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ย จะให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของที่เช่าพักอาศัย ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละด้านโดยที่เพศชาย จะให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ น้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการพักอาศัยในการเช่าที่พัก ได้แก่ ระยะเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่าง กันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเช่าที่พักอาศัยโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยผู้เช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดจะให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านกระบวนการมากกว่าห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนจำนวนผู้เช่าพักจำนวนมากกว่า 3 คนจะให้ความสำคัญด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมากกว่า 2 คนและ 1 คนตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผู้เช่าที่เลือกพื้นที่พักอาศัยใกล้ที่ทำงานให้ความสำคัญด้านราคามากกว่าใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และผู้เช่าที่เลือกพื้นที่พักอาศัยใกล้สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านกายภาพมากกว่าพื้นที่พักอาศัยใกล้โรงพยาบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผู้เช่าที่มีวัตถุประสงค์ในการเช่าที่พักบรรยาอากาศดีจะให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าที่พักราคาถูกกว่าที่อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผู้เช่าที่จ่ายค่าเช่าพักที่มากกว่า 3,000 บาท จะให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้เช่าที่จ่ายค่าเช่าพัก 1,000 - 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการพักอาศัยของผู้เช่าที่มีผลต่อปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ย จะให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของที่เช่าพักอาศัย ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละด้านโดยที่เพศหญิง จะให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพมากกว่าเพศชาย ส่วนผู้ที่มีอายุ 50 - 60 ปีจะให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด โดยจากการสำรวจกลุ่มนี้ค่อนข้างมีกำลังทรัพย์ทำให้สามารถเลือกทำเลที่ตั้งที่ต้องการได้ โดยจะเน้นไปที่บรรยากาศของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่าช่วงกลุ่มอายุอื่น ๆ เนื่องจากบางรายนั้นไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ทุกอย่างส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะให้ความสำคัญด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยคนกลุ่มนี้มองว่าทำเลที่ตั้งนั้นมีผลต่อสุขภาพจิตของพวกเขา ส่วนการส่งเสริมทางการตลาดทำให้พวกเขารู้สึกคุ้มค่าง่าที่พักอาศัยที่อื่น ส่วนผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจและรับจ้างทั่วไปตามลำดับ พนักงานบริษัทให้ความสำคัญด้านราคาและด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าอาชีพอื่น ๆ พนักงานรัฐวิสาหกิจและรับจ้างทั่วไปตามลำดับโดยพนักงานบริษัทโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับเวลาทำงาน และเลือกที่ ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท สอดคล้องกับแนวคิดของณพัชญาฐ์ สุขพัชรภรณ์และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2562) ที่พบว่านักศึกษาที่เรียนในมหาวิทยาลัยที่ต้องการเช่าหอพัก ส่วนใหญ่มีกระบวนการและพฤติกรรมการเช่าที่พักอาศัยแบบชอบความมีส่วนร่วม รักสันโดษ อยู่เพียงลำพังคนเดียวและไม่เลือกหอพักที่อยู่ในมหาวิทยาลัย แต่จะเลือกหอพักที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย เนื่องจากเดินทางสะดวก ราคาเช่าของหอพักก็เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก ผู้เช่าที่พักอาศัยแบบคอนโดจะให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านกระบวนการมากกว่าห้องพัก ส่วนจำนวนผู้เช่าพักจำนวนมากกว่า 3 คนจะให้ความสำคัญด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมากกว่า 2 คนและ 1 คนตามลำดับ ส่วนผู้เช่าที่เลือกพื้นที่พักอาศัยใกล้ที่ทำงานให้ความสำคัญด้านราคามากกว่าใกล้สถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Wingo (1969) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน โดย ให้ความสำคัญเรื่องการเดินทางไปทำงานมากที่สุด และผู้เช่าที่เลือกพื้นที่พักอาศัยใกล้สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านกายภาพมากกว่าพื้นที่พักอาศัยใกล้โรงพยาบาล



### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เช่น อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน เพื่อทำการเปรียบเทียบให้ทราบถึงข้อมูลที่หลากหลายของประชากรในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
2. ควรทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้พักอาศัยในแต่ละปีอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปได้เสมอตามเวลาและสภาพแวดล้อม

### เอกสารอ้างอิง

- แก้วตา วรดาอภิโชติ. (2552). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ณพัชฌ์ สุขพัชราภรณ์และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2562). พฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการเช่าที่พัก ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบัณฑิตวิจัย JOURNAL OF GRADUATE RESEARCH 10 (2). 2213-2226
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอ และรายตำบล จังหวัดเชียงราย ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565. จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublis>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- Chiangrai Focus. (2565). ท้องถิ่นนิวส์. ค้นหามือ 5 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.chiangraifocus.com/5253/>
- Wingo, L. (1969). Transportation and urban land. New York: Praeger.