

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ตัวอย่างทั้งสิ้น 241 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่พักอาศัย จำนวนสมาชิกในห้องพัก (ตารางที่ 1 – 11)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่โดยสอบถามปัจจัยการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลตอบแทน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในในระดับใด (ตารางที่ 12 – 18)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาในการพักอาศัย จำนวนสมาชิกในห้อง และผู้ที่พักอาศัยด้วย (ตารางที่ 22 – 70)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด และคำถามแบบปลายเปิด (ตารางที่ 71)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้บริการห้องเช่ารายเดือนของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	73	30.30
หญิง	168	69.70
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 69.70 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.30

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	17	7.10
21 – 25 ปี	111	46.00
26 – 30 ปี	73	30.30
31 – 35 ปี	15	6.20
36 – 40 ปี	7	2.90
40 ปีขึ้นไป	18	7.50
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.30 อายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.50 ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.10 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.20 และ 36 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	223	92.50
สมรส	15	6.20
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3	1.30
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 92.50 รองลงมาสมรส คิดเป็นร้อยละ 6.20 และ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.30

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	8	3.30
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	2.10
อนุปริญญา/ปวส.	1	0.40
ปริญญาตรี	211	87.60
สูงกว่าปริญญาตรี	16	6.60
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 87.60 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 6.60 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 3.30 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 2.10 และอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 0.40

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	35	14.50
แม่บ้าน	12	5.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	20.70
รับจ้าง	12	5.00
เจ้าของธุรกิจ	2	0.80
พนักงานบริษัท	123	51.00
อื่นๆ	7	2.90
รวม	241	100.00

หมายเหตุ : ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานจ้างหน่วยงานราชการจำนวน 1 คน ลูกจ้างประจำจำนวน 2 คน และไม่ได้ทำงานจำนวน 4 คน

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.70 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.50 ประกอบอาชีพแม่บ้านและรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 5.00 เท่ากัน ประกอบอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.90 และประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	13	5.40
5,001 – 10,000 บาท	25	10.30
10,001 – 15,000 บาท	109	45.20
15,001 – 20,000 บาท	57	23.70
20,001 – 25,000 บาท	13	5.40
25,001 บาทขึ้นไป	24	10.00
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมา 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.70 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.30 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ น้อยกว่า 5,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.40 เท่ากัน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการหรือสื่อที่ทำให้รู้จัก
พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการหรือสื่อที่ทำให้รู้จัก พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
การแนะนำจากคนรู้จัก	119	49.40
แผ่นพับและสิ่งพิมพ์	1	0.40
ป้ายโฆษณา	2	0.80
เดินทางผ่าน	149	61.80
อื่น ๆ	13	5.40

หมายเหตุ ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ : อื่นๆ ได้แก่ รู้จักโดยการมาหาเพื่อน จำนวน 13 คน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการหรือสื่อที่ทำให้รู้จัก
พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จากการเดินทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา การแนะนำ
จากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 49.40 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.40 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 0.80
และแผ่นพับและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 0.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยอยู่ใน
พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่พักอาศัยอยู่ใน พี.ที. เรสซิเดนซ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 เดือน	12	5.00
2 – 4 เดือน	44	18.30
4 – 6 เดือน	45	18.70
6 – 8 เดือน	31	12.90
มากกว่า 8 เดือน	109	45.10
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาที่พักอาศัยอยู่ใน พี.ที.เรสซิเดนซ์
มากกว่า 8 เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือ 4 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 18.70
2 – 4 เดือน คิดเป็นร้อยละ 18.30 6 – 8 เดือน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และไม่เกิน 1 เดือน
คิดเป็นร้อยละ 5.00 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพัก
เดียวกัน

จำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	63	26.10
2 คน	178	73.90
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในห้องพักเดียวกันจำนวน
2 คน คิดเป็นร้อยละ 73.90 รองลงมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 26.10

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องเดียวกัน

ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องเดียวกัน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	75	31.10
ญาติพี่น้อง	17	7.10
พ่อ แม่ / ผู้ปกครอง	6	2.50
แฟน / คู่รัก	72	29.90
สามี / ภรรยา	2	0.80
อื่น ๆ	6	2.50
รวม	178	100.00

จำนวนสมาชิกในห้อง 2 คน $n = 178$

หมายเหตุ : 1. อื่น ๆ ได้แก่ พี่สะใภ้ จำนวน 1 คน 2. อา จำนวน 2 คน 3. น้า จำนวน 1 คน และ 4. ป้า จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพักอาศัยกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.10 รองลงมาพักอาศัยกับแฟน/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 29.90 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 7.10 พ่อ แม่/ผู้ปกครอง และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.50 และสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 0.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ตัดสินใจในการเลือกพักที่พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตัดสินใจในการเลือกพักที่ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง	163	67.60
ญาติ / เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้	10	4.10
พ่อแม่ / ผู้ปกครอง	39	16.20
แฟน / คู่รัก	28	11.60
สามี / ภรรยา	1	0.40
รวม	241	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ตัดสินใจในการเลือกพักที่พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ คือผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 67.60 รองลงมาพ่อแม่/ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 16.20 แฟน/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 11.60 ญาติ คิดเป็นร้อยละ 4.10 และสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 0.40

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	24 (10.00)	120 (49.80)	97 (40.20)	0 (0)	0 (0)	3.70 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	55 (22.80)	114 (47.30)	71 (29.50)	1 (0.40)	0 (0)	3.93 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	49 (20.30)	124 (51.50)	67 (27.80)	1 (0.40)	0 (0)	3.92 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	20 (8.30)	113 (46.90)	96 (39.80)	12 (5.00)	0 (0)	3.59 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	25 (10.40)	110 (45.60)	105 (43.60)	1 (0.40)	0 (0)	3.66 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	87 (36.10)	116 (48.10)	37 (15.40)	0 (0)	1 (0.40)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) โดยทุกปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.70) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
อัตราค่าเช่าห้องพัก	0 (0)	77 (32.00)	136 (56.40)	28 (11.60)	0 (0)	3.20 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	0 (0)	38 (15.80)	133 (55.20)	40 (16.60)	30 (12.40)	2.74 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	8 (3.30)	88 (36.50)	110 (45.60)	33 (13.70)	2 (0.80)	3.28 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล้างหน้า	0 (0)	82 (34.00)	119 (49.40)	34 (14.10)	6 (2.50)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	0 (0)	70 (29.00)	127 (52.70)	37 (15.40)	7 (2.90)	3.08 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ และค่าบริการต่างๆ	30 (12.40)	86 (35.70)	111 (46.10)	8 (3.30)	6 (2.50)	3.52 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.16 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.20) อัตราค่าเช่าล้างหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.15) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.08) และอัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	49 (20.30)	136 (56.40)	49 (20.30)	6 (2.50)	1 (0.40)	3.94 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	72 (29.90)	118 (49.00)	51 (21.20)	0 (0)	0 (0)	4.09 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	56 (23.20)	89 (36.90)	78 (32.40)	18 (7.50)	0 (0)	3.76 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	82 (34.00)	125 (51.90)	34 (14.10)	0 (0)	0 (0)	4.20 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	59 (24.50)	102 (42.30)	67 (27.80)	12 (5.00)	1 (0.40)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยทุกปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	0 (0)	19 (7.90)	117 (48.50)	87 (36.10)	18 (7.50)	2.57 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	3 (1.20)	41 (17.00)	139 (57.70)	40 (16.60)	18 (7.50)	2.88 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	0 (0)	16 (6.60)	82 (34.00)	78 (32.40)	65 (27.00)	2.20 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2 (0.80)	15 (6.200)	89 (36.90)	71 (29.50)	64 (26.60)	2.25 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	0 (0)	16 (6.60)	89 (36.90)	79 (32.80)	57 (23.70)	2.27 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.43 (น้อย)

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.88) และป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.57)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.27) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.25) และสื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร	11 (4.60)	144 (59.80)	86 (35.70)	0 (0)	0 (0)	3.69 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานในอาคาร	28 (11.60)	104 (43.20)	85 (35.30)	24 (10.00)	0 (0)	3.56 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	35 (14.50)	86 (35.70)	96 (39.80)	24 (10.00)	0 (0)	3.55 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	11 (4.60)	87 (36.10)	128 (53.10)	15 (6.20)	0 (0)	3.39 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	10 (4.10)	78 (32.40)	120 (49.80)	25 (10.40)	8 (3.30)	3.24 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	16 (6.60)	100 (41.50)	125 (51.90)	0 (0)	0 (0)	3.55 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ	3 (1.20)	107 (44.40)	113 (46.90)	18 (7.50)	0 (0)	3.39 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.69) อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และพนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.39) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	20 (8.30)	80 (33.20)	133 (55.20)	8 (3.30)	0 (0)	3.46 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	17 (7.10)	111 (46.10)	94 (39.00)	13 (5.40)	6 (2.50)	3.50 (มาก)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆเช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	64 (26.60)	85 (35.30)	74 (30.70)	18 (7.50)	0 (0)	3.81 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปที่ต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	25 (10.40)	88 (36.50)	121 (50.20)	70 (2.90)	0 (0)	3.54 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	2 (0.80)	74 (30.70)	133 (55.20)	14 (5.80)	18 (7.50)	3.12 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	23 (9.50)	89 (36.90)	103 (42.70)	26 (10.80)	0 (0)	3.45 (ปานกลาง)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ	12 (5.00)	61 (25.30)	144 (59.80)	18 (7.50)	6 (2.50)	3.23 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	2 (0.80)	68 (28.20)	129 (53.50)	42 (17.40)	0 (0)	3.12 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	16 (6.60)	141 (58.50)	66 (27.40)	18 (7.50)	0 (0)	3.64 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา	15 (6.20)	76 (31.50)	143 (59.30)	7 (2.90)	0 (0)	3.41 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.43 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็วค่าเฉลี่ย (ค่าเฉลี่ย 3.64) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย เจือใจในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.41) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ และการให้ความดูแลผู้เข้าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับความพึงพอใจ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพักอาศัยถ่ายเทไม่อึดอัด	26 (10.80)	87 (36.10)	121 (50.20)	7 (2.90)	0 0	3.55 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ	33 (13.70)	111 (46.10)	89 (36.90)	8 (3.30)	0 0	3.70 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน	34 (14.10)	106 (44.00)	94 (39.00)	7 (2.90)	0 0	3.69 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อนสวยงาม	42 (17.40)	126 (52.30)	72 (29.90)	1 (0.40)	0 (0)	3.87 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	30 (12.40)	133 (55.20)	77 (32.00)	1 (0.40)	0 (0)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อนสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.87) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.80) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพักอาศัยถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83 (มาก)	2
ด้านราคา	3.16 (ปานกลาง)	6
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	3.97 (มาก)	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.43 (น้อย)	7
ด้านบุคลากร	3.48 (ปานกลาง)	4
ด้านกระบวนการ	3.43 (ปานกลาง)	5
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.72 (มาก)	3

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.16) และด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.43)

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

อันดับที่	ปัจจัยย่อยในส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)
1	ความสะดวกในการเดินทาง	ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	4.20 (มาก)
2	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	4.09 (มาก)
3	ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	3.94 (มาก)
4	ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)
5	ขนาดของห้องพัก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)
6	สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.87 (มาก)
7	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	3.85 (มาก)
8	ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆเช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	ด้านกระบวนการ	3.81 (มาก)
9	สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.80 (มาก)
10	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	3.76 (มาก)

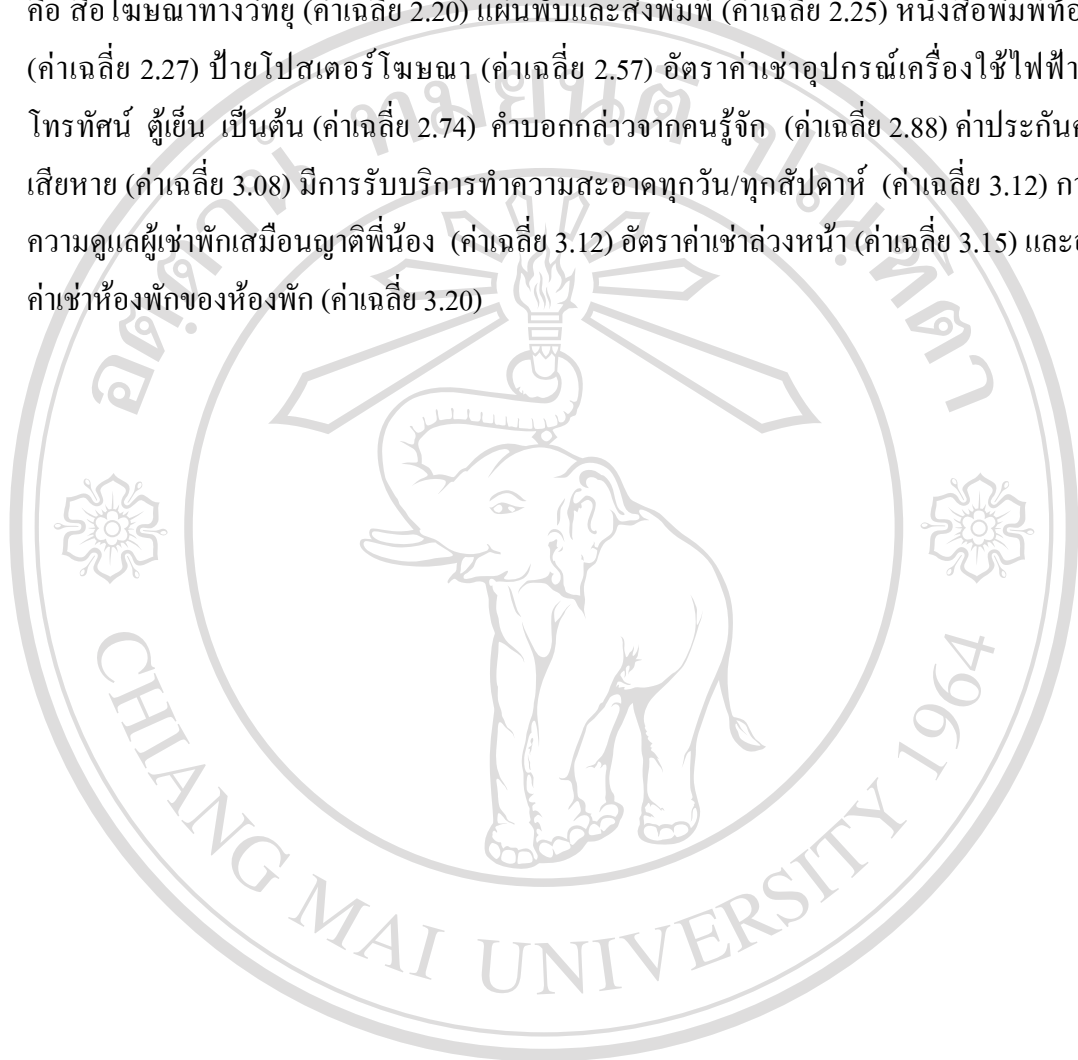
จากตารางที่ 20 พบว่า ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก คือ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด 10 อันดับดับแรก

อันดับที่	ปัจจัยย่อยในส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	สื่อโฆษณาทางวิทยุ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.20 (น้อย)
2	แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.25 (น้อย)
3	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.27 (น้อย)
4	ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.57 (ปานกลาง)
5	อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	ด้านราคา	2.74 (ปานกลาง)
6	คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88 (ปานกลาง)
7	ค่าประกันความเสียหาย	ด้านราคา	3.08 (ปานกลาง)
8	มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	ด้านกระบวนการ	3.12 (ปานกลาง)
8	การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	ด้านกระบวนการ	3.12 (ปานกลาง)
9	อัตราค่าเช่าล่วงหน้า	ด้านราคา	3.15 (ปานกลาง)
10	อัตราค่าเช่าห้องพัก	ด้านราคา	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด 10 ลำดับแรก คือ สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.20) แผ่นพับและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.25) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.27) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.57) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.74) ค่าบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.88) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.12) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.12) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.15) และอัตราค่าเช่าห้องพักของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.20)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระยะเวลาในการพักอาศัย จำนวนผู้ที่อยู่อาศัยในห้องเดียวกัน และผู้ที่พักอาศัยด้วย

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยการจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็นออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย จำนวน 73 คนและเพศหญิงจำนวน 168 คน

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.49 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.67 (มาก)	4.04 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	4.07 (มาก)	3.85 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.36 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	3.95 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.49) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	2.92 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.19 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	2.62 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
อัตราค่าเช่าล้างหน้า	2.59 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	2.52 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ	3.21 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.68 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 2.92) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.62) อัตราค่าเช่าล้างหน้า (ค่าเฉลี่ย 2.59) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 2.52) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.38) โดย ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.33) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.98)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	3.53 (มาก)	4.11 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.56 (มาก)	3.85 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.56) และที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.11)

สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.30 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.81 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	1.89 (น้อย)	2.34 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	1.97 (น้อย)	2.38 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.99 (น้อย)	2.39 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.19 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.30) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 1.99) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.97) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 1.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

(ค่าเฉลี่ยรวม 2.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.91) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.68) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.39) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.38) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.34)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร	3.49 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
อธยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.40 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.33 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.01 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.40 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ	3.23 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.32) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคารและความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.40) อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.77) อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความเอาใจใส่ของเจ้าของผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	3.21 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	3.34 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.38 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	2.92 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ	2.85 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	2.78 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	3.47 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา	3.26 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.47) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.26) การรักษาความปลอดภัยและมีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 2.92) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.85) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 2.78)

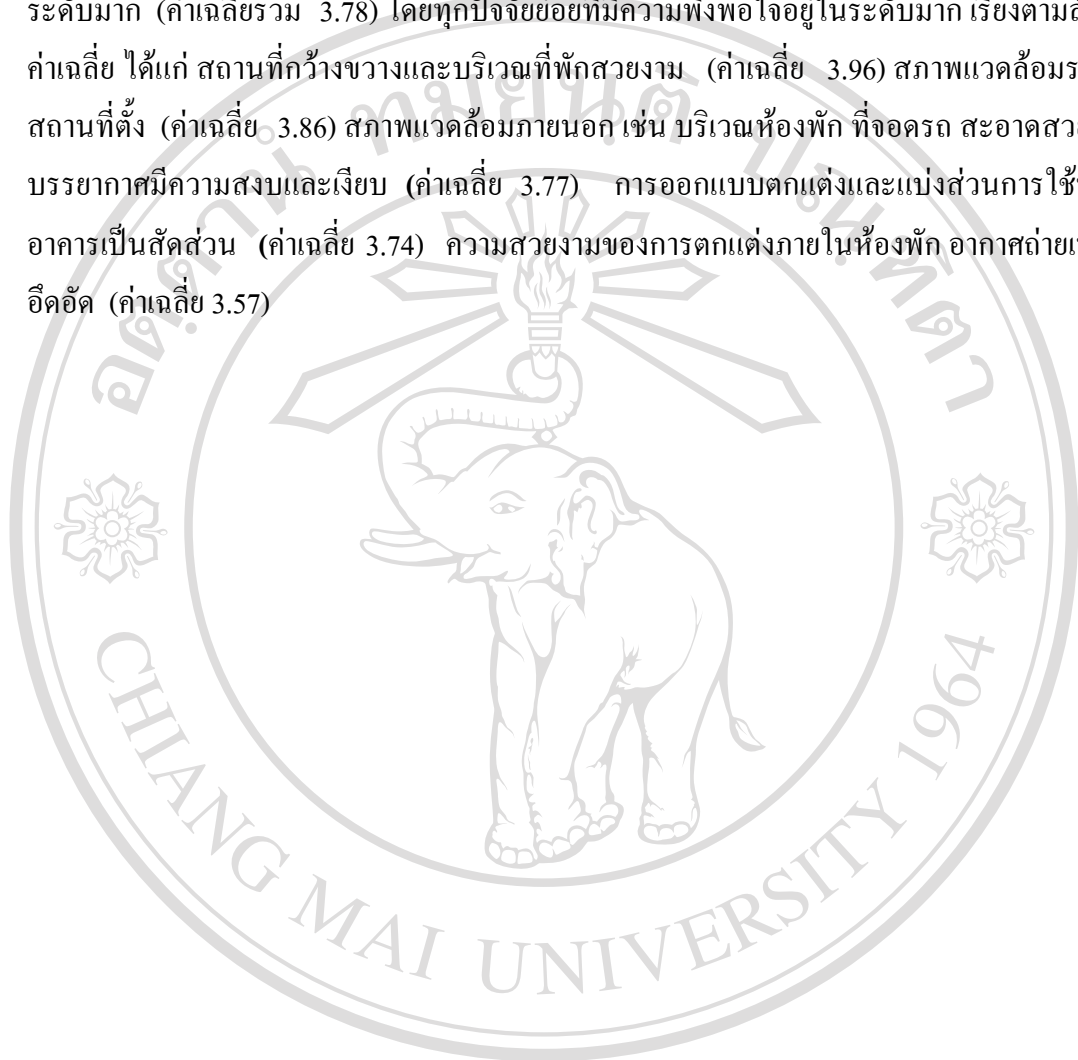
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.01) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.48) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.42) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.39) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ชาย (73 คน)	หญิง (168 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ	3.55 (มาก)	3.77 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็น สัดส่วน	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม	3.64 (มาก)	3.96 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.66 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.66) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.64) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.59) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเทไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.96) สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.77) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.57)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

3.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

โดยในการจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 17 คน กลุ่มอายุ 21 – 25 ปี จำนวน 111 คน กลุ่มอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 73 คน และกลุ่มอายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.82 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.18 (มาก)	3.63 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.82 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.88 (มาก)	3.53 (มาก)	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	4.59 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.33 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01 (มาก)	3.74 (มาก)	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.59) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.29 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	3.06 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.82 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล่วงหน้า	3.29 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	3.35 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและ ค่าบริการต่างๆ	3.65 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) อัตราค่าเช่าห้องพักและอัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.29) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.06) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ

ค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.42) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.12) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.08) และอัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.27) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.23) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.38) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.35) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.15) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 2.90) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.88) และค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	4.18 (มาก)	3.63 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.18 (มาก)	3.82 (มาก)	4.23 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง กลางคืน	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.29 (มาก)	4.10 (มาก)	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ ทำงาน	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)	3.81 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัยและสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.10) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า

(ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.12) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.27) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัยและสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.94 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.81 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.94 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.82 (ปานกลาง)	2.14 (น้อย)	2.41 (น้อย)	1.73 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.82 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.42 (น้อย)	1.88 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.82 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.49 (น้อย)	1.88 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.87 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.87) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณาและคำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.94) สื่อโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.82) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.37) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.19) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.17) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.11) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.49) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.42) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.63) และป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 1.88) เท่ากัน และสื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 1.73)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือ ผู้ดูแลอาคาร	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)	3.68 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงาน ในอาคาร	3.65 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานในอาคาร	3.82 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำ ความสะอาด	3.65 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษา ความปลอดภัย	3.65 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานใน อาคาร	3.59 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมี การบริการด้วยความสุภาพ	3.71 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.82) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร ความเอาใจใส่ของ

พนักงานทำความสะอาด และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.65) เท่ากัน ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.40) อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.32) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.31) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.30) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.83) เท่ากัน ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.45) และพนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 20 ปี (17 คน)	21 – 25 ปี (111 คน)	26 – 30 ปี (73 คน)	31 ปีขึ้นไป (40 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้าม ทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำ สัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.59 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การรักษาความปลอดภัย	3.76 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมี ปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	4.06 (มาก)	3.57 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้ เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	3.71 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุก วัน/ทุกสัปดาห์	3.18 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.41 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิด มีปัญหาด้านต่างๆ	3.24 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือน ญาติพี่น้อง	3.29 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและ รวดเร็ว	3.53 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)	3.55 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการ ให้บริการอยู่ตลอดเวลา	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.06) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการซักผ้าภายในอาคารและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.41) เท่ากันการให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.29) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.24) และ มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.45) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.30) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.24) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 2.99) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.95) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.03) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.01) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่า

เกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) การให้ความดูแลผู้เข้าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.55) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การให้ความดูแลผู้เข้าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 ปีขึ้นไป
	(17 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(111 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(73 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(40 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่ง ภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.29 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาด สวยงาม บรรยากาศมีความสงบ และเงียบ	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่ง ส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็น สัดส่วน	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณ ที่พักผ่อน	3.94 (มาก)	3.68 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.88) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มี

ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.74) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.84) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.78) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.03) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.93) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.77) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.08) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางคือ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.43)

3.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

โดยการจำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนโสดจำนวน 223 คน และกลุ่มคนสมรส จำนวน 15 คน

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.96 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.62 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.71 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	4.22 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เครื่อง สุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.68) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่ อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87) และปัจจัยย่อยที่มี ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.47) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) เครื่องสุขภัณฑ์ ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.71 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.30 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล่วงหน้า	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและ ค่าบริการต่างๆ	3.53 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.16) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.30) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.21) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.15) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.08) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.11) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย

ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) อัตราค่าเช่าห้องพัก อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น อัตราค่าเช่าล่วงหน้า และค่าประกัน ความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.07) เท่ากัน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตาม สถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือ ศูนย์การค้า	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง กลางคืน	3.75 (มาก)	4.07 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.19 (มาก)	4.33 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.87 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.19) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย
ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.33) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า
(ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ที่จอดรถสะดวกและ
ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม
สถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.61 (ปานกลาง)	1.73 (น้อย)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.93 (ปานกลาง)	1.93 (น้อย)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.25 (น้อย)	1.60 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.30 (น้อย)	1.53 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.32 (น้อย)	1.60 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.48 (น้อย)	1.68 (น้อย)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.93) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.61) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.32) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.30) และสื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 1.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 1.93) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 1.73) สื่อโฆษณาทางวิทยุ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 1.60) เท่ากัน แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.53)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแล อาคาร	3.67 (มาก)	4.07 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.53 (มาก)	3.93 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร	3.48 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.37 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษา ความปลอดภัย	3.22 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.52 (มาก)	4.07 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการ บริการด้วยความสุภาพ	3.38 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.53) และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความเอา

ใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของ หรือผู้ดูแลอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.07) เท่ากัน อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานให้การต้อนรับ และมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.47) เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหาร ภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.49 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	3.54 (มาก)	2.73 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหา ต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	3.77 (มาก)	4.40 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่า เดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุก สัปดาห์	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.41 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญห ด้านต่างๆ	3.22 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	3.08 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	3.36 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.41) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.36) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และการให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น และการดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.40) เท่ากัน มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.60) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น และการให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.13) เท่ากัน มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โสด (223 คน)	สมรส (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.57 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ	3.72 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็น สัดส่วน	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อนสวยงาม	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.83 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อนสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเทไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
 บริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
 โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่
 สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการ
 ใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.53)
 และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สภาพแวดล้อม
 ภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ
 (ค่าเฉลี่ย 3.40) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเทไม่อึดอัด
 (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

3.4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ซึ่งในส่วนนี้ได้รวมเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและกลุ่มที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษาซึ่งประกอบไปด้วยอาชีพ แม่บ้านจำนวน 12 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 50 คน รับจ้างจำนวน 12 คน เจ้าของธุรกิจจำนวน 2 คน พนักงานบริษัท 123 คน พนักงานจ้างหน่วยงานราชการจำนวน 1 คน ลูกจ้างประจำจำนวน 2 คน และไม่ได้ทำงานจำนวน 4 คน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	4.09 (มาก)	3.89 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.86 (มาก)	3.54 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.83 (มาก)	3.63 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	4.43 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย และขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่เรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.66) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.63) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.31 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.94 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.46 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล่วงหน้า	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	3.23 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและ ค่าบริการต่างๆ	3.71 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.31) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.23) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.14) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระ ค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.25) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.18) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.15) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.05) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่เรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	4.03 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.74 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	3.17 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.51 (ปานกลาง)	2.15 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.60 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.57 (ปานกลาง)	2.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.72 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.72) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.17) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.74) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.60) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.57) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.83) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.54) และ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.21) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.19) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงาน ในอาคาร	3.77 (มาก)	3.51 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.66 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความ ปลอดภัย	3.46 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วย ความสุภาพ	3.71 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.77) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือ

ผู้ดูแลอาคาร อธิบายความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) เท่ากัน ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.69) อธิบายความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และพนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.34) เท่ากัน ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสม
การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ

บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	นักเรียน/นักศึกษา (35 คน)	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา (206 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายใน ห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	3.77 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	4.09 (มาก)	3.76 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทาง ไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุก สัปดาห์	3.37 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้าน ต่างๆ	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.09) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.77) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น และขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.66) เท่ากัน เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และการให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น และการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.40) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	นักเรียน/นักศึกษา	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา
	(35 คน)	(206 คน)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่ จัดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบ และเขียว	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ อาคารเป็นสัดส่วน	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จัดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเขียว (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.79) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อาคารถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.5 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับพี.ที.เรสซิเดนซ์

โดยในการจำแนกตามระยะเวลาพักอาศัยได้แบ่งออกเป็นกลุ่ม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน จำนวน 56 คน กลุ่มที่พักอาศัยระหว่าง 4 – 8 เดือน จำนวน 76 คนและกลุ่มที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือนจำนวน 109 คน

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.45 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.75 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	4.27 (มาก)	3.99 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ขนาดของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เติง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) เท่ากัน และ ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 – 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) ขนาดของห้องพัก และความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.82) เท่ากัน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เติง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) เท่ากัน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เติง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.11 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.88 (ปานกลาง)	2.32 (น้อย)	2.97 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.41 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล้างหน้า	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.21) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) อัตราค่าเช่าล้างหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.20) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.18) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.11) และอัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 – 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.29) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.28) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.05) และปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย ได้แก่ อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านราคาโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และปัจจัยย่อยที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่าห้องพัก และค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) เท่ากัน อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.05) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.21 (มาก)	3.96 (มาก)	4.11 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	4.34 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	4.22 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.06) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 – 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.22) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.66 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.77 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.54 (ปานกลาง)	2.05 (น้อย)	2.14 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.54 (ปานกลาง)	2.16 (น้อย)	2.17 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.54 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	2.16 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.38 (น้อย)

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.61) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.77) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.66) และสื่อโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.54) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 – 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.96) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.53) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.22) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.16) แลสื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.88) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.55) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.17) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.16) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.14)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	ไม่เกิน 4 เดือน	4 – 8 เดือน	มากกว่า 8 เดือน
	(56 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(76 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(109 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.57 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.36 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.36 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.00 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.32 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ	3.23 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.77) และอรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานใน

อาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.36) เท่ากัน ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.32) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 – 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.68) เท่ากัน ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.47) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.41) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	3.45 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	3.54 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.20 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	2.79 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.21 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ	2.91 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	2.93 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	3.36 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น และความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) เท่ากัน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.21) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.20) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 2.93) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.91) และมีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 - 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.66) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.59) และเงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.32) และการให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) มี

บริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) เจื่อนใจในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ไม่เกิน 4 เดือน (56 คน)	4 – 8 เดือน (76 คน)	มากกว่า 8 เดือน (109 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.88 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ	3.98 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน	3.88 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักระบายอากาศ	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.98) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.88) เท่ากัน และสถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 6 - 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัยมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.82) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.73) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.60)

3.6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

โดยการจำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกันของผู้ตอบแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนที่พักอาศัยคนเดียวจำนวน 63 คน และกลุ่มคนที่พักอาศัย 2 คน จำนวน 178 คน

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.37 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.76) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.22 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.89 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	2.98 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
อัตราค่าเช่าล่วงหน้า	2.97 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหาย	2.97 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและ ค่าบริการต่างๆ	3.29 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.05) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.29) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.22) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.98) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า และค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 2.97) เท่ากัน อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.21) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.20) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.69)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.54 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	4.13 (มาก)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.89) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.19) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.84) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.60 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.90 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	1.98 (น้อย)	2.28 (น้อย)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.02 (น้อย)	2.34 (น้อย)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.00 (น้อย)	2.36 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.30 (น้อย)	2.48 (น้อย)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.90) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.60) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.02) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.00) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 1.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.87) ป้ายโปสเตอร์

โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.56) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.36) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.34) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.28)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร	3.54 (มาก)	3.74 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.38 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.43 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.68) เท่ากัน ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.54) พนักงานให้การต้อนรับ และมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.52) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.41) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสม การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตาม จำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหาร ภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
การรักษาความปลอดภัย	3.29 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหา ต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	3.54 (มาก)	3.90 (มาก)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่า เดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ ทุกสัปดาห์	2.67 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.30 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหา ด้านต่างๆ	3.16 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	3.19 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	4.08 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	3.62 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.30) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.29) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.19) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58) การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.49) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.25) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	คนเดียว (63 คน)	2 คน (178 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและ เงียบ	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ อาคารเป็นสัดส่วน	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักรวดงาม	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.79) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.78) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักรวดงาม (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในห้องพักจำนวน 2 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.80) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณ ห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ และการออกแบบตกแต่งและ แบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.67) เท่ากัน และความสวยงามของการตกแต่ง ภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.7 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

โดยในการจำแนกผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องเดียวกันได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเพื่อนจำนวน 75 คน กลุ่มแฟน/คู่รักจำนวน 72 คน และคนในครอบครัวจำนวน 31 คน ซึ่งในกลุ่มนี้ได้รวมญาติพี่น้องจำนวน 17 คน พ่อแม่/ผู้ปกครอง จำนวน 6 คน สามี/ภรรยา 2 คน และกลุ่มอื่นๆ ซึ่งได้แก่ พี่สะใภ้ อา น้า ป้า 6 คน

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พักร	3.92 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
ความสะอาดและบรรยากาศที่ เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	4.23 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักร เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า	3.83 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)
เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ	3.91 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
ที่จอดรถมีความกว้างขวางและ ปลอดภัย	4.33 (มาก)	3.88 (มาก)	4.45 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	3.60 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก และความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.91) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.46) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) โดยปัจจัยทุกย่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า และขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เท่ากัน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าห้องพัก	3.01 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น	2.44 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
อัตราค่าเช่าล้างหน้า	2.99 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ค่าประกันความเสียหาย	2.93 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและ ค่าบริการต่างๆ	3.92 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.01) อัตราค่าเช่าล้างหน้า (ค่าเฉลี่ย 2.99) ค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 2.93) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.32) อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.19) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.18) ค่าประกัน ความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.08) อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ และค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) อัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า และค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) เท่ากัน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	4.23 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.45 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	4.32 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทาง	4.33 (มาก)	3.85 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	4.09 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)	3.65 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.33) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง กลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัย ย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถสะดวกและ ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.58) สถานที่ตั้งอยู่ ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 4.52) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.45) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง บันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 4.32) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.57 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)
คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	2.93 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.15 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)
แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์	2.27 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.33 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.45 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือเพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.93) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.57) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.33) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.27) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.68) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.42) แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.22) สื่อโฆษณาทางวิทยุ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.21) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) โดยทุกปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.36) ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.84) สื่อโฆษณาทางวิทยุ แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.77) เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแล อาคาร	3.75 (มาก)	3.51 (มาก)	4.23 (มาก)
อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร	3.73 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	4.16 (มาก)
ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร	3.68 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานทำ ความสะอาด	3.51 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความ ปลอดภัย	3.35 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)
พนักงานให้การต้อนรับและมีการ บริการด้วยความสุภาพ	3.35 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.75) เท่ากัน อรรถาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย และพนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.25) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.18) อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.01) เท่ากัน ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.23) อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.65) และความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหาร ภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
การรักษาความปลอดภัย	3.67 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)
ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหา ต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่า เดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น	3.73 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)
มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุก สัปดาห์	3.35 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
มีบริการซักผ้าภายในอาคาร	3.43 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	4.39 (มาก)
การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหา ด้านต่างๆ	3.40 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง	3.17 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว	3.67 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	3.43 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) การรักษาความปลอดภัย และขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.67) เท่ากัน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการซักผ้าภายในอาคาร และมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.43) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.33) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.31) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.26) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ และมีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.18) เท่ากัน ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.04) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.89) การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.39) การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น และ

การรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) เท่ากัน ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.87) เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.77) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการให้ความดูแลผู้เช่าพัก เสมือนญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 3.74) เท่ากัน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพื่อน (75 คน)	แฟน/คู่รัก (72 คน)	คนในครอบครัว (31 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของการตกแต่งภายใน ห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่มีอึดอัด	3.20 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณ ห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	4.00 (มาก)
การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการ ใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	4.29 (มาก)
สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พัก สวยงาม	4.07 (มาก)	3.65 (มาก)	4.23 (มาก)
สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ เพื่อน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.07) สภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.92) สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.68) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ แฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64) โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 3.75) สภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.65) การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ที่พักร่วมกัน คือ คนในครอบครัว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.29) สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด และสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.00)เท่ากัน และสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับความสะดวกสบาย เมื่อมาใช้บริการ เช่น การติดต่อต้องคอยนาน	13	5.40
พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ ในงานที่บริการ	1	0.40
พนักงานขาดความเอาใจใส่และขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4	1.70

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม 13 คน

จากตารางที่ 71 พบว่า ปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่ได้รับความสะดวกสบาย เมื่อมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 5.40 รองลงมาคือ พนักงานขาดความเอาใจใส่และขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.70 การติดต่อต้องคอยนาน และพนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจในงานที่บริการ คิดเป็นร้อยละ 0.40

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้บริการห้องเช่ารายเดือนของ
พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 72 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้บริการห้องเช่ารายเดือนของ
พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1.ต้องการให้มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายภายในห้องพัก จำนวน 58 ราย 2.บริเวณตัวอาคารทางเดินในอาคารและลาดจอดรถควรหมั่นให้มีการทำความสะอาดอยู่เสมอ จำนวน 42 ราย 3.ประตูห้องพักของผู้พักอาศัยควรมีตาแมวเพื่อเป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้พักอาศัย จำนวน 35 ราย 4.ภายในห้องพักควรมีหน้าต่างมากกว่านี้ห้องจะได้ดูปลอดโปร่ง จำนวน 25 ราย
2. ด้านราคา	ควรมีการปรับลดค่าเช่าห้องพักรายเดือนและอัตราค่าน้ำค่าไฟ จำนวน 41 ราย
3. ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการปรับสภาพพื้นผิวบริเวณลานจอดรถ ให้ราบเรียบ จำนวน 52 ราย 2.เพิ่มหลังคาบังแดดบริเวณลานจอดรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 46 ราย 3. จัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สูบบุหรี่ จำนวน 31 ราย 4. ควรเพิ่มพื้นที่สำหรับจอดรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 25 ราย
4. ด้านบุคลากร	พนักงานบางคนใช้กริยา ท่าทางและคำพูดไม่สุภาพกับผู้พักอาศัย จำนวน 20 ราย

ตารางที่ 72 (ต่อ) ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้บริการห้องเช่ารายเดือนของ
พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ
5. ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีมาตรการควบคุมการใช้เสียงในยามวิกาล จำนวน 32 ราย 2. ควรจัดให้มีการจอดรถที่เป็นระเบียบมากกว่านี้ ไม่กีดขวางการจราจร จำนวน 28 ราย 3. จัดให้มีถังขยะแยกขยะประเภทต่างๆ จำนวน 25 ราย 4. จัดให้มีกล้องวงจรปิดบริเวณลานจอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ จำนวน 22 ราย 5. มีการตกแต่งสวนหย่อม เพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อเป็นการเพิ่มความสวยงามบริเวณอาคารและลานจอดรถ จำนวน 14 ราย 6. จัดทำสติ๊กเกอร์สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์สำหรับผู้พักอาศัยเพื่อใช้ในการจอดรถ จำนวน 8 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved