

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า

อสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 8 ส่วนดังนี้

- **กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่ากับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ในส่วนเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการ ของลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่าของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ในส่วนเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จำแนกตาม สัญชาติ และระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

- **กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด**

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการ ของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ส่วนที่ 8 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า อสังหาริมทรัพย์ ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จำแนกตามสัญชาติและระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์ มาฝากเช่า

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	78	55.7
หญิง	62	44.3
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.7 และเป็น เพศหญิง ร้อยละ 44.3

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	91	65.0
ต่างชาติ	49	35.0
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย ร้อยละ 65.0 และเป็น ชาวต่างชาติ ร้อยละ 35.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	0	0.0
21-30 ปี	7	5.0
31-40 ปี	26	18.6
41-50 ปี	43	30.7
51-60 ปี	39	27.8
มากกว่า 60 ปี	25	17.9
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 27.8 และอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 18.6

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	27	19.3
สมรส	72	51.4
หม้าย	41	29.3
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ มีสถานภาพเป็นหม้าย ร้อยละ 29.3 และมีสถานภาพโสด ร้อยละ 19.3

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	17	12.2
อนุปริญญา (ปวส.)	43	30.7
ปริญญาตรี	57	40.7
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	23	16.4
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา (ปวส.) ร้อยละ 30.7 และระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 16.4

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของการเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ที่นำมาฝากเช่า

รูปแบบของการเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	114	81.4
นิติบุคคลที่แสวงหากำไร	26	18.6
นิติบุคคลที่ไม่แสวงหากำไร	0	0.0
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รูปแบบของการเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เป็นบุคคลธรรมดา ร้อยละ 81.4 และ เป็นนิติบุคคลที่แสวงหากำไร ร้อยละ 18.6

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอสังหาริมทรัพย์ที่ให้เช่า

อสังหาริมทรัพย์ที่ให้เช่า	จำนวน	ร้อยละ
ห้องชุด	119	85.0
บ้าน	108	77.1
อาคารพาณิชย์	71	50.7
อื่นๆ	17	12.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ที่ดินเปล่า (9 ราย) รีสอร์ท (2 ราย) และไม่ระบุ (6 ราย)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำมาฝากให้เช่า คือ ห้องชุด ร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ บ้าน ร้อยละ 77.1 และอาคารพาณิชย์ ร้อยละ 50.7

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ให้เช่ากับทางบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ให้เช่าต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	80	57.1
ราคา 10,000 – 20,000 บาท	98	70.0
ราคา 20,001 – 30,000 บาท	67	47.9
ราคา 30,001 – 40,000 บาท	59	42.1
มากกว่า 40,000 บาท	40	28.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำมาฝากให้เช่า คือ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 57.1 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 47.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีความรับผิดชอบ	102	72.9
มีบริการครบวงจร	38	27.1
รักษาความลับลูกค้าได้ดี	38	27.1
มีบริการเสริมที่น่าสนใจ	19	13.6
คุณภาพการให้บริการ	91	65.0
บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง	39	27.9
อัตราค่าบริการเหมาะสม	70	50.0
ตั้งอยู่ใกล้สถานประกอบการของท่าน	15	10.7
ชื่อเสียงของสำนักงาน	15	10.7
บริษัทตั้งมานาน	23	16.4
อื่นๆ	3	2.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักกับเจ้าของ/ผู้จัดการบริษัท (3 ราย)

จากตารางที่ 4.9 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด คือ การมีความรับผิดชอบ ร้อยละ 72.9 รองลงมาคือ คุณภาพการ ให้บริการ ร้อยละ 65.0 และ อัตราค่าบริการที่เหมาะสม ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
จากการแนะนำตัวเองของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด	24	17.1
จากการแนะนำของผู้อื่น	94	67.1
จากโฆษณาแผ่นพับ	13	9.3
จากวารสาร	92	65.7
จากอินเทอร์เน็ต	83	59.3
จากกิจกรรมในเครือเดียวกัน	1	0.7
อื่นๆ	12	8.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เดินผ่านหน้าบริษัท (9 ราย) และ ไม่ระบุแหล่งข้อมูล (3 ราย)

จากตารางที่ 4.10 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบเกี่ยวกับบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด คือ จากการแนะนำของผู้อื่น ร้อยละ 67.1 รองลงมาคือ จากวารสาร ร้อยละ 65.7 และจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 59.3

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	29	20.7
ตั้งแต่ 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	93	66.4
ตั้งแต่ 3 ปีแต่ไม่ถึง 5 ปี	14	10.0
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4	2.9
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระยะเวลา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด คือ ตั้งแต่ 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี ร้อยละ 66.4 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 20.7 และตั้งแต่ 3 ปีแต่ไม่ถึง 5 ปี ร้อยละ 10.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า

อสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย	110 (78.57)	18 (12.86)	6 (4.29)	6 (4.29)	0 (0.00)	4.65 (มากที่สุด)	2
1.2 เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท	53 (37.86)	70 (50.00)	17 (12.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.25 (มาก)	3
1.3 บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก	110 (78.57)	24 (17.14)	6 (4.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.74 (มากที่สุด)	1
1.4 การบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด การเก็บค่าเช่าให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น	28 (20.00)	64 (45.71)	20 (14.29)	16 (11.43)	12 (8.57)	3.57 (มาก)	6
1.5 ชื่อเสียงและค่าน้ำเชื่อถือของบริษัท	30 (21.43)	66 (47.14)	22 (15.71)	12 (8.57)	10 (7.14)	3.67 (มาก)	4
1.6 สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความครอบคลุมและยุติธรรม	28 (20.00)	64 (45.71)	22 (15.71)	14 (10.00)	12 (8.57)	3.58 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด คือ บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.74) และ ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก ได้แก่ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.25) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.67) สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความครอบคลุมและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด การเก็บค่าเช่าให้กับเจ้าของ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ค่าบริการการรับฝากเช่า อสังหาริมทรัพย์	108 (77.14)	25 (17.86)	7 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.72 (มากที่สุด)	1
2.2 สามารถต่อรองราคา ค่าบริการรับฝากได้	24 (17.14)	59 (42.14)	22 (15.71)	22 (15.71)	13 (9.29)	3.42 (ปานกลาง)	3
2.3 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด สะอาด เป็นต้น	27 (19.29)	79 (56.43)	24 (17.14)	10 (7.14)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.00 (มาก)	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.72)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การสามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัท อยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อ ได้สะดวก	59 (42.14)	44 (31.43)	19 (13.57)	10 (7.14)	8 (5.71)	3.97 (มาก)	4
3.2 มีระบบการติดต่อ ทางโทรศัพท์และแฟกซ์	31 (22.14)	98 (70.00)	11 (7.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.14 (มาก)	2
3.3 มีระบบการติดต่อ ทางอินเทอร์เน็ต	55 (39.29)	57 (40.71)	14 (10.00)	12 (8.57)	2 (1.43)	4.07 (มาก)	3
3.4 มีเวลาเปิดและปิดทำ การเหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	28 (20.00)	62 (44.29)	16 (11.43)	13 (9.29)	21 (15.00)	3.45 (ปานกลาง)	5
3.5 มีการให้บริการนอก สถานที่	115 (82.14)	9 (6.43)	10 (7.14)	6 (4.29)	0 (0.00)	4.66 (มากที่สุด)	1
3.6 มีที่จอดรถได้สะดวก	4 (2.86)	10 (7.14)	77 (55.00)	37 (26.43)	12 (8.57)	2.69 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน สถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ การมีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน สถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การมีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การมีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ สถานที่ตั้งของบริษัทที่อยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้าน สถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเวลาเปิดและปิดทำการเหมาะสม (8:30น. – 18:00น.) (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ การมีที่จอดรถได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 มีแผ่นพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝาก อสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน	69 (49.29)	60 (42.86)	9 (6.43)	1 (0.71)	1 (0.71)	4.39 (มาก)	2
4.2 มีการโฆษณาบริษัท ผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter	100 (71.43)	24 (17.14)	10 (7.14)	6 (4.29)	0 (0.00)	4.55 (มากที่สุด)	1
4.3 มีเว็บไซต์ของบริษัท ที่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝาก อสังหาริมทรัพย์ อย่างชัดเจน	31 (22.14)	81 (57.86)	13 (9.29)	15 (10.71)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	4
4.4 มีการติดป้ายโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ ฝากเช่า ที่มองเห็นได้ชัด และมีรายละเอียดชัดเจน สำหรับผู้สนใจเช่า	4 (2.86)	11 (7.86)	66 (47.14)	42 (30.00)	17 (12.14)	2.59 (ปานกลาง)	5

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.5 มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่ เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บ ไซต์ (www.chiangmai- properties.com , www.houseinchiangmai. net)	62 (44.29)	55 (39.29)	14 (10.00)	6 (4.29)	3 (2.14)	4.19 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด คือ การโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก ได้แก่ การมีแผ่นพับ โฆษณาที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.39) การโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ การมีเว็บไซต์ของบริษัทที่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง คือ การติดป้ายโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ฝากเช่า ที่มองเห็นได้ชัด และมีรายละเอียดชัดเจนสำหรับผู้สนใจเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้	67 (47.86)	63 (45.00)	9 (6.43)	1 (0.71)	0 (0.00)	4.40 (มาก)	1
5.2 การมีมนุษยสัมพันธ์และความสุภาพของพนักงาน	21 (15.00)	78 (55.71)	22 (15.71)	19 (13.57)	0 (0.00)	3.72 (มาก)	3
5.3 ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	35 (25.00)	60 (42.86)	32 (22.86)	5 (3.57)	8 (5.71)	3.77 (มาก)	2
5.4 ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	29 (20.71)	68 (48.57)	18 (12.86)	11 (7.86)	14 (10.00)	3.62 (มาก)	4
5.5 ความสามารถของพนักงานในการอธิบายและจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย	20 (14.29)	18 (12.86)	76 (54.29)	16 (11.43)	10 (7.14)	3.15 (ปานกลาง)	5
5.6 มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ	7 (5.00)	16 (11.43)	67 (47.86)	42 (30.00)	8 (5.71)	2.80 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.57 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน บุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การที่พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

สำหรับ ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง ได้แก่ ความสามารถของพนักงานในการอธิบาย และจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย	21 (15.00)	67 (47.86)	21 (15.00)	15 (10.71)	16 (11.43)	3.44 (ปานกลาง)	7
6.2 การส่งมอบอาหารมีทรัพย์สินจากเจ้าของผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์	25 (17.86)	67 (47.86)	22 (15.71)	13 (9.29)	13 (9.29)	3.55 (มาก)	4
6.3 การรับมอบอาหารมีทรัพย์สินจากเจ้าของเป็นได้อย่างสมบูรณ์	28 (20.00)	62 (44.29)	21 (15.00)	17 (12.14)	12 (8.57)	3.53 (มาก)	6
6.4 มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว	23 (16.43)	56 (40.00)	41 (29.29)	16 (11.43)	4 (2.86)	3.56 (มาก)	3
6.5 ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสารไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4 (2.86)	21 (15.00)	63 (45.00)	34 (24.29)	18 (12.86)	2.70 (ปานกลาง)	8
6.6 มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังจากให้บริการแล้ว	37 (26.43)	69 (49.29)	15 (10.71)	13 (9.29)	6 (4.29)	3.84 (มาก)	2
6.7 จ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา	49 (35.00)	74 (52.86)	17 (12.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.22 (มาก)	1

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.8 ความสะดวกในการ ติดต่อหลังการให้บริการ เช่น การติดต่อบริษัทเพื่อ สอบถามผลของการ ปล่อยเช่า อสังหาริมทรัพย์	26 (18.57)	63 (45.00)	26 (18.57)	11 (7.86)	14 (10.00)	3.54 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 (มาก)	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก ได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.22) การติดตามการดำเนินงาน ภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.84) การตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.56) การส่งมอบอสังหาริมทรัพย์จากเจ้าของสู่ผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความสะดวกในการติดต่อหลังการให้บริการ เช่น การติดต่อบริษัทเพื่อสอบถามผลของการ ปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ การรับมอบอสังหาริมทรัพย์จากเจ้าของเป็นไปได้อย่าง สมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง คือ การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เช่น ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสาร ไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนี้เตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่น ราคากลางในการปล่อยเช่า	102 (72.86)	19 (13.57)	11 (7.86)	8 (5.71)	0 (0.00)	4.53 (มากที่สุด)	3
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	29 (20.71)	72 (51.43)	18 (12.86)	10 (7.14)	11 (7.86)	3.70 (มาก)	4
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน	19 (13.57)	25 (17.86)	62 (44.29)	22 (15.71)	12 (8.57)	3.12 (ปานกลาง)	6
7.4 ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน	115 (82.14)	20 (14.29)	5 (3.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.78 (มากที่สุด)	1
7.5 มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	107 (76.43)	22 (15.71)	4 (2.86)	4 (2.86)	3 (2.14)	4.61 (มากที่สุด)	2
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	20 (14.29)	50 (35.71)	48 (34.29)	12 (8.57)	10 (7.14)	3.41 (ปานกลาง)	5
7.7 บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานสุภาพ	12 (8.57)	18 (12.86)	73 (52.14)	21 (15.00)	16 (11.43)	2.92 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด ได้แก่ ป้ายชื่อสำนักงานที่เห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.78) การมีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในบริษัท สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน(ค่าเฉลี่ย 3.70)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง ได้แก่ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.12) บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานที่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.08	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	4.00	มาก	2
ปัจจัยด้านสถานที่	3.83	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	มาก	3
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.57	มาก	6
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.55	มาก	7
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.87	มาก	4

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่ามีความพึงพอใจ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการให้เช่าสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทไม่สามารถหาลูกค้ามาเช่าสังหาริมทรัพย์ได้	13	9.3
เงื่อนไขในการรับฝากของบริษัท ยุ่งยาก หรือ ซับซ้อน	15	10.7
ไม่มีบริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก	10	7.1
ไม่มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น ไม่มีการซ่อมแซม ไม่มีการทำความสะอาด ไม่มีการเก็บค่าเช่าให้กับเจ้าของสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น	7	5.0
บริษัทไม่มีชื่อเสียงและขาดความน่าเชื่อถือ	2	1.4
สัญญาการเช่าสังหาริมทรัพย์ไม่มีความครอบคลุมและไม่ยุติธรรม	2	1.4
อื่นๆ	2	1.4
ไม่มีปัญหา	112	80.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ บริษัทไม่ให้ความรู้กับผู้อยู่เช่ามือใหม่ (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล(1 ราย)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ เงื่อนไขในการรับฝากของบริษัท ยุ่งยาก หรือ ซับซ้อน (ร้อยละ 10.7) รองลงมาคือ บริษัทไม่สามารถหาลูกค้ามาเช่าสังหาริมทรัพย์ได้ (ร้อยละ 9.3) และ ไม่มีบริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ร้อยละ 7.1)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ค่าบริการการฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์แพงเกินไป	0	0.0
ไม่สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้	4	2.9
ค่าบริการเสริมอื่นๆ แพง เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	13	9.3
อื่นๆ	3	2.1
ไม่มีปัญหา	122	87.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่ควรคิดค่าบริการทันทีจนกว่าจะปล่อยเช่าได้(ย)และไม่ระบุเหตุผล(2 ราย)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ค่าบริการเสริมอื่นๆ แพง เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ร้อยละ 9.3) รองลงมาคือ ไม่สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้ (ร้อยละ 2.9) และปัญหาอื่นๆ (ร้อยละ 2.1) ได้แก่ ไม่ควรคิดค่าบริการทันทีจนกว่าจะปล่อยเช่าได้ เป็นต้น

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ไกลแหล่งชุมชน ติดต่อได้ไม่สะดวก	7	5.0
การติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ มีความขัดข้อง	6	4.3
ไม่มีช่องทางการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	1	0.7
เวลาเปิดและปิดทำการของบริษัทไม่เหมาะสม	3	2.1
ไม่มีการให้บริการนอกสถานที่	5	3.6
ที่จอดรถไม่สะดวก	15	10.7
อื่นๆ	4	2.9
ไม่มีปัญหา	117	83.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีสาขา (2 ราย) และ ไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่สะดวก (ร้อยละ 10.7) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ไกลแหล่งชุมชน ติดต่อได้ไม่สะดวก (ร้อยละ 5.0) และ การติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ มีความขัดข้อง (ร้อยละ 4.3)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีแผ่นพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน	7	5.0
ไม่มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat News Letter	5	3.6
เว็บไซต์ของบริษัท (www.houseinchiangmai.net) ไม่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจน	6	4.3
ป้ายประกาศ ณ อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ฝากเช่า มองเห็นได้ไม่ชัด หรือมีรายละเอียดไม่มากพอ	11	7.9
ไม่มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ (www.chiangmai-properties.com , www.houseinchiangmai.net)	3	2.1
อื่นๆ	1	0.7
ไม่มีปัญหา	117	83.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีโฆษณาทางวิทยุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ป้ายประกาศ ณ อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ฝากเช่า มองเห็นได้ไม่ชัด หรือมีรายละเอียดไม่มากพอ (ร้อยละ 7.9) รองลงมาคือ ไม่มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างครบถ้วน (ร้อยละ 5.0) และ เว็บไซต์ของบริษัท (www.houseinchiangmai.net) ไม่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจน (ร้อยละ 4.3)

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ	4	2.9
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	9	6.4
พนักงานขาดความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	5	3.6
พนักงานขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	6	4.3
พนักงานอธิบายและจัดทำรายละเอียด ให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างง่ายดายไม่ได้	11	7.9
มีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ	21	15.0
อื่นๆ	1	0.7
ไม่มีปัญหา	102	72.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานพูดไม่ค่อยรู้เรื่อง (1 ราย)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การมีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ 15.0) รองลงมาคือ พนักงานอธิบายและจัดทำรายละเอียด ให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างง่ายดายไม่ได้ (ร้อยละ 7.9) และ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (ร้อยละ 6.4)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บริการไม่ตรงตามเวลานัดหมาย	4	2.9
การส่งมอบเอกสารสิทธิ์ของบริษัทจากเจ้าของสู่ผู้เช่ามีความผิดพลาด	3	2.1
การรับมอบเอกสารสิทธิ์ของบริษัทจากเจ้าของมีความผิดพลาด	3	2.1
ไม่สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	8	5.7
ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสารมีความยุ่งยากซับซ้อน	14	10.0
ไม่มีการติดตามผลการดำเนินงาน ภายหลังจากให้บริการไปแล้ว	3	2.1
การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ไม่ตรงเวลา	7	5.0
ขาดความสะดวกในการติดต่อหลังการให้บริการ เช่น การติดต่อบริษัท เพื่อสอบถามผลของการปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่สะดวก	0	0.0
อื่นๆ	1	0.7
ไม่มีปัญหา	101	72.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คิดค่าบริการผิดๆ ถูกๆ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสารมีความยุ่งยากซับซ้อน (ร้อยละ 10.0) รองลงมาคือ การไม่สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ร้อยละ 5.7) และการจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ไม่ตรงเวลา (ร้อยละ 5.0)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล	8	5.7
บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงานไม่เหมาะสม	2	1.4
ภายในสำนักงานไม่สะอาด และขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย	10	7.1
ป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ไม่ชัดเจน	1	0.7
ไม่มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	4	2.9
ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	6	4.3
บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานไม่สุภาพ	7	5.0
อื่นๆ	0	0.0
ไม่มีปัญหา	117	83.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 140 ราย

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัญหาด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ภายในสำนักงานไม่สะอาด และขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ร้อยละ 7.1) รองลงมาคือ ไม่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 5.7) และ บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานไม่สุภาพ (ร้อยละ 5.0)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรจัดหาที่จอดรถเพิ่ม/จอดรถยนต์ลำบากมาก (6 ราย)
- ควรมีพนักงานที่สามารถตัดสินใจได้มากกว่านี้ (4 ราย)
- ควรเพิ่มส่วนลดค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในกรณีฝากเช่าหลายรายการ (2 ราย)
- เสริมบริการพิเศษสำหรับผู้พิการ (1 ราย)
- บริษัทซื้อจายาก หาเว็บไซต์ไม่เจอ (1 ราย)
- ควรเปิดสาขาเพิ่มแถวท่าแพ เพราะลูกค้าเยอะ (1 ราย)
- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาญี่ปุ่นได้ (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า
อสังหาริมทรัพย์ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่
พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จำกัด ตาม สัญชาติ และระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์
ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้
จำกัด จำกัด ตาม สัญชาติ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำกัดตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สัญชาติ	
	ไทย N = 91	ต่างชาติ N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย	4.64 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)
1.2 เจื่อนใจในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท	4.19 (มาก)	4.39 (มาก)
1.3 บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก	4.74 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)
1.4 การบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด การเก็บค่าเช่าให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)
1.5 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)
1.6 สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความครอบคลุมและยุติธรรม	3.66 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.74) ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.76) ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านราคา	สัญชาติ	
	ไทย	ต่างชาติ
	N = 91	N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์	4.70 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)
2.2 สามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้	3.52 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
2.3 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.70) ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และสามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.76) ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และสามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านสถานที่	สัญชาติ	
	ไทย N = 91	ต่างชาติ N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก	3.52 (มาก)	4.82 (มากที่สุด)
3.2 มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)
3.3 มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	3.84 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
3.4 มีเวลาเปิดและปิดทำการเหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	3.55 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
3.5 มีการให้บริการนอกสถานที่	4.66 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
3.6 มีที่จอดรถได้สะดวก	2.74 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.66) มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่

สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.82) การให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.67) และ มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สัญชาติ	
	ไทย N = 91	ต่างชาติ N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีแผ่นพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน	4.24 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
4.2 มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter	4.55 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
4.3 มีเว็บไซต์ของบริษัทที่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ อย่างชัดเจน	3.69 (มาก)	4.33 (มาก)
4.4 มีการติดป้ายโฆษณา ณ อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ฝากเช่า ที่มองเห็นได้ชัด และมีรายละเอียดชัดเจนสำหรับผู้สนใจเช่า	2.69 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)
4.5 มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ (www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net)	3.97 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีแผ่นพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของ

ฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีแผนพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านบุคลากร	สัญชาติ	
	ไทย	ต่างชาติ
	N = 91	N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้	4.27 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
5.2 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)
5.3 ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	3.59 (มาก)	4.12 (มาก)
5.4 ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)
5.5 ความสามารถของพนักงานในการอธิบาย และจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย	3.08 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
5.6 มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ	2.87 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และ ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	สัญชาติ	
	ไทย N = 91	ต่างชาติ N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย	3.49 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
6.2 การส่งมอบของสารเคมีจากเจ้าของสู่ผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)
6.3 การรับมอบของสารเคมีจากเจ้าของเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)
6.4 มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว	3.81 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)
6.5 ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสารไม่ยุ่งยากซับซ้อน	2.71 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
6.6 มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)
6.7 จ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอย่างตรงเวลา	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)
6.8 ความสะดวกในการติดต่อหลังการใช้บริการ เช่น การติดต่อบริษัทเพื่อสอบถามผลของการปล่อยเช่าสารเคมี	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการส่งมอบอสังหาริมทรัพย์จากเจ้าของสู่ผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สัญชาติ	
	ไทย	ต่างชาติ
	N = 91	N = 49
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า	4.38 (มาก)	4.82 (มากที่สุด)
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน	2.95 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
7.4 ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน	4.76 (มากที่สุด)	4.84 (มากที่สุด)
7.5 มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	4.65 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่นหนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม,ชา กาแฟ ฯลฯ	3.58 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)
7.7 บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานสุภาพ	2.87 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวไทย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.76) มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และ ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และ

อินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.84) ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.82) และ มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์
ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้
จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 29	1 - 3 ปี N = 93	มากกว่า 3 ปี N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย	4.52 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.89 (มากที่สุด)
1.2 เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
1.3 บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก	4.66 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
1.4 การบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด การเก็บค่าเช่าให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น	3.34 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
1.5 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
1.6 สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความครอบคลุมและยุติธรรม	3.34 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อย

ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.66) ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) และ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.75) ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.66) และ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่รับฝากมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.89) บริการให้คำแนะนำการกำหนดราคากับผู้ฝาก (ค่าเฉลี่ย 4.83) และ เงื่อนไขในการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 29	N = 93	N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์	4.72 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
2.2 สามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้	3.31 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
2.3 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.72) ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) และสามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.70) ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และสามารถต่อรองราคาค่าบริการรับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

สูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าบริการการรับฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.83) ค่าบริการเสริม
อื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสามารถต่อรองราคาค่าบริการ
รับฝากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านสถานที่	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 29	N = 93	N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชนติดต่อดีสะดวก	3.90 (มาก)	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)
3.2 มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)
3.3 มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)	4.28 (มาก)
3.4 มีเวลาเปิดและปิดทำการเหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	3.28 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
3.5 มีการให้บริการนอกสถานที่	4.72 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
3.6 มีที่จอดรถดีสะดวก	2.69 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.72) มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชนติดต่อดีสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.68) มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 29	N = 93	N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
4.1 มีแผ่นพับโฆษณา ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน	4.38 (มาก)	4.46 (มาก)	4.06 (มาก)
4.2 มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter	4.31 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
4.3 มีเว็บไซต์ของบริษัทที่แสดงรายละเอียดของบริการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ อย่างชัดเจน	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
4.4 มีการติดป้ายโฆษณา ณ อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ฝากเช่า ที่มองเห็น ได้ชัด และมีรายละเอียดชัดเจนสำหรับผู้สนใจเช่า	2.76 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.28 (น้อย)
4.5 มีการโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ (www.chiangmai-properties.com , www.houseinchiangmai.net)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ มีการโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่าผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.60) มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีการโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาบริษัทผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter (ค่าเฉลี่ย 4.72) มีการโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของฝากเช่า ผ่านเว็บไซต์ www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับฝากอสังหาริมทรัพย์ ให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 29	N = 93	N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้	4.31 (มาก)	4.45 (มาก)	4.28 (มาก)
5.2 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุภาพของพนักงาน	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)
5.3 ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)
5.4 ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)
5.5 ความสามารถของพนักงานในการอธิบายและจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย	3.07 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
5.6 มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ	2.59 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) และความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความซื่อสัตย์ของพนักงานในการเก็บความลับของลูกค้า เช่น ไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 29	N = 93	N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย	3.38 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
6.2 การส่งมอบเอกสารพิมพ์จากเจ้าของผู้เช่าได้อย่างสมบูรณ์	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)
6.3 การรับมอบเอกสารพิมพ์จากเจ้าของเป็นได้อย่างสมบูรณ์	3.86 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
6.4 มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.83 (มาก)
6.5 ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น ขั้นตอนการเตรียมหลักฐานและเอกสารไม่ยุ่งยากซับซ้อน	2.62 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
6.6 มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว	3.97 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)
6.7 จ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอย่างตรงเวลา	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)
6.8 ความสะดวกในการติดต่อหลังการใช้บริการ เช่น การติดต่อบริษัทเพื่อสอบถามผลของการปล่อยเช่าเอกสารพิมพ์	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ การรับมอบอสังหาริมทรัพย์จากเจ้าของเป็นได้อย่างสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ความสะดวกในการติดต่อหลังการให้บริการ เช่น การติดต่อบริษัทเพื่อสอบถามผลของการปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจ่ายค่าเช่าให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์อย่างตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 29	1 - 3 ปี N = 93	มากกว่า 3 ปี N = 18
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลาง ในการปล่อยเช่า	4.41 (มาก)	4.48 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	3.97 (มาก)	3.69 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของ สำนักงาน	3.03 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
7.4 ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน	4.83 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)
7.5 มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	4.66 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้อง รับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, กาแฟ ฯลฯ	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
7.7 บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน สุภาพ	3.10 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.83) มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และ ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.77) มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ในบริษัทมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่นราคากลางในการปล่อยเช่า (ค่าเฉลี่ย 5.00) ป้ายชื่อสำนักงานเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.78) และ มีที่นั่งสำหรับต้อนรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มารับบริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มารับบริการเช่าอสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	62	62.0
หญิง	38	38.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 38.0

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกัน	42	42.0
ยุโรป	35	35.0
เอเชีย	23	23.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีสัญชาติอเมริกัน ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ยุโรป ร้อยละ 35.0 และเอเชีย ร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	5	5.0
21-30 ปี	8	8.0
31-40 ปี	15	15.0
41-50 ปี	25	25.0
51-60 ปี	27	27.0
มากกว่า 60 ปี	20	20.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 25.0 และอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	17	17.0
สมรส	31	31.0
หม้าย	52	52.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพเป็นหม้าย ร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 31.0 และมีสถานภาพโสด ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	19	19.0
อนุปริญญา (ปวส.)	18	18.0
ปริญญาตรี	37	37.0
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	26	26.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	2	2.0
ข้าราชการ	16	16.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	9.0
พนักงานบริษัทเอกชน	17	17.0
ธุรกิจส่วนตัว	27	27.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.0
เกษียณ	29	29.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มผู้เกษียณอายุแล้ว ร้อยละ 29.0 รองลงมามีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.0 และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000 บาท	2	2.0
25,000 – 50,000 บาท	12	12.0
50,001 – 75,000 บาท	43	43.0
75,001 – 100,000 บาท	23	23.0
100,001 – 125,000 บาท	17	17.0
125,000 บาทขึ้นไป	3	3.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท ร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 75,001 – 100,000 บาท ร้อยละ 23.0 และ 100,001 – 125,000 บาท ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอสังหาริมทรัพย์ที่เช่า

อสังหาริมทรัพย์ที่เช่า	จำนวน	ร้อยละ
ห้องชุด	79	79.0
บ้าน	56	56.0
อาคารพาณิชย์	26	26.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

จากตารางที่ 4.48 พบว่า รูปแบบของ อสังหาริมทรัพย์ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เช่า คือ ห้องชุด ร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ บ้าน ร้อยละ 56.0 และอาคารพาณิชย์ ร้อยละ 26.0

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่เช่ากับทางบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่เช่า	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	6.0
ราคา 10,000 – 20,000 บาท	65	65.0
ราคา 20,001 – 30,000 บาท	46	46.0
ราคา 30,001 – 40,000 บาท	25	25.0
มากกว่า 40,000 บาท	6	6.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ราคาของ อสังหาริมทรัพย์ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เช่า คือ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 46.0 และ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 25.0

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีความรับผิดชอบ	65	65.0
มีบริการครบวงจร	67	67.0
คุณภาพการให้บริการ	66	66.0
บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง	27	27.0
อัตราค่าบริการเหมาะสม	19	19.0
ตั้งอยู่ใกล้สถานประกอบการของท่าน	22	22.0
ชื่อเสียงของสำนักงาน	33	33.0
บริษัทตั้งมานาน	8	8.0
อื่นๆ	3	3.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักกับเจ้าของ/ผู้จัดการบริษัท (3 ราย)

จากตารางที่ 4.50 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด คือ การ มีบริการครบวงจร ร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ คุณภาพการ ให้บริการ ร้อยละ 66.0 และ การมีความรับผิดชอบ ร้อยละ 65.0

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
จากการแนะนำตัวเองของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด	14	14.0
จากการแนะนำของผู้อื่น	27	27.0
จากโฆษณาแผ่นพับ	19	19.0
จากวารสาร	54	54.0
จากอินเทอร์เน็ต	70	70.0
จากกิจการในเครือเดียวกัน	3	3.0
อื่นๆ	4	4.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย, อื่นๆ ได้แก่ เดินผ่านหน้าบริษัท (4 ราย)

จากตารางที่ 4.51 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบเกี่ยวกับ บริการของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด คือ จากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ จากวารสาร ร้อยละ 54.0 และจากการแนะนำของผู้อื่น ร้อยละ 27.0

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ กับบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	25	25.0
ตั้งแต่ 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	65	65.0
ตั้งแต่ 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	9	9.0
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	1	1.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ระยะเวลา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด คือ ตั้งแต่ 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 25.0 และตั้งแต่ 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี ร้อยละ 9.0

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า อสังหาริมทรัพย์ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ความหลากหลายของ อสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมี ให้เลือกในประเภทห้อง ชุด	69 (69.00)	25 (25.00)	6 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.63 (มากที่สุด)	1
1.2 ความหลากหลายของ อสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมี ให้เลือกประเภทบ้าน	33 (33.00)	57 (57.00)	9 (9.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	4.22 (มาก)	3
1.3 ความหลากหลายของ อสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมี ให้เลือกประเภทอาคาร พาณิชย์	19 (19.00)	51 (51.00)	19 (19.00)	10 (10.00)	1 (1.00)	3.77 (มาก)	4
1.4 อสังหาริมทรัพย์ของ บริษัทที่มีให้เช่าอยู่ใน สภาพดี	21 (21.00)	43 (43.00)	18 (18.00)	17 (17.00)	1 (1.00)	3.66 (มาก)	6
1.5 บริษัทมีชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือของบริษัท	51 (51.00)	41 (41.00)	6 (6.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	4.41 (มาก)	2
1.6 การบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การทำ ความสะอาด เป็นต้น	21 (21.00)	43 (43.00)	27 (27.00)	8 (8.00)	1 (1.00)	3.75 (มาก)	5

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.7 สัญญาการเช่า อสังหาริมทรัพย์มีความ ครอบคลุมและยุติธรรม	19 (19.00)	41 (41.00)	15 (15.00)	18 (18.00)	7 (7.00)	3.47 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด คือ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก ได้แก่ บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทอาคารพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) การบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ อสังหาริมทรัพย์ของบริษัทที่มีให้เช่าที่อยู่ในสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง คือ สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความครอบคลุมและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทห้องชุด	66 (66.00)	27 (27.00)	7 (7.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.59 (มากที่สุด)	1
2.2 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้าน	53 (53.00)	38 (38.00)	6 (6.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	4.41 (มาก)	2
2.3 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารพาณิชย์	56 (56.00)	26 (26.00)	11 (11.00)	5 (5.00)	2 (2.00)	4.29 (มาก)	3
2.4 สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้	47 (47.00)	35 (35.00)	13 (13.00)	4 (4.00)	1 (1.00)	4.23 (มาก)	6
2.5 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	49 (49.00)	36 (36.00)	10 (10.00)	1 (1.00)	4 (4.00)	4.25 (มาก)	5
2.6 มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับราคา	46 (46.00)	44 (44.00)	5 (5.00)	1 (1.00)	4 (4.00)	4.27 (มาก)	4
2.7 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ผ่านบัตรเครดิตได้	5 (5.00)	14 (14.00)	65 (65.00)	9 (9.00)	7 (7.00)	3.01 (ปานกลาง)	8
2.8 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้	29 (29.00)	56 (56.00)	13 (13.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	4.12 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15 (มาก)	

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

โดย ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ที่สุด คือ ค่าเช่า อสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) การมีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.27) ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่า ซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) การสามารถต่อรองราคาค่าบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และการสามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การสามารถ ชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ผ่านบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.01)

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัท อยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อ ได้สะดวก	39 (39.00)	50 (50.00)	11 (11.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.28 (มาก)	2
3.2 สถานที่ของบริษัท สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	22 (22.00)	51 (51.00)	13 (13.00)	10 (10.00)	4 (4.00)	3.77 (มาก)	5
3.3 มีระบบการติดต่อทาง โทรศัพท์และแฟกซ์	20 (20.00)	54 (54.00)	13 (13.00)	10 (10.00)	3 (3.00)	3.78 (มาก)	4
3.4 มีระบบการติดต่อทาง อินเทอร์เน็ต	26 (26.00)	52 (52.00)	12 (12.00)	10 (10.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)	3
3.5 มีเวลาเปิดและปิดทำ การที่เหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	20 (20.00)	53 (53.00)	13 (13.00)	11 (11.00)	3 (3.00)	3.76 (มาก)	6
3.6 มีการให้บริการนอก สถานที่	74 (74.00)	24 (24.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.72 (มากที่สุด)	1
3.7 มีที่จอดรถได้สะดวก	3 (3.00)	13 (13.00)	46 (46.00)	28 (28.00)	10 (10.00)	2.71 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ การให้บริการนอกระยะ (ค่าเฉลี่ย 4.72)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งของบริษัท อยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.28) การมีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.94) การมีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) สถานที่ของบริษัทที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ การมีเวลาเปิดและปิดทำการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การมีที่จอดรถได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้ รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้ เช่าของบริษัท	76 (76.00)	15 (15.00)	3 (3.00)	6 (6.00)	0 (0.00)	4.61 (มากที่สุด)	3
4.2 การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท	76 (76.00)	23 (23.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.75 (มากที่สุด)	1
4.3 การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท (www.chiangmai- properties.com, www. houseinchiangmai.net)	73 (73.00)	23 (23.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.69 (มากที่สุด)	2
4.4 การติดป้ายโฆษณา ณ อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า	25 (25.00)	45 (45.00)	12 (12.00)	9 (9.00)	9 (9.00)	3.68 (มาก)	4
4.5 มีของสมนาคุณให้กับ ลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน เป็นต้น	7 (7.00)	15 (15.00)	59 (59.00)	14 (14.00)	5 (5.00)	3.05 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.75) การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ การมีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่างอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.61) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก คือ การติดป้ายโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง คือ การมีของสมนาคุณให้กับลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 ความรู้ความสามารถ ในการให้บริการของ พนักงาน	24 (24.00)	54 (54.00)	11 (11.00)	9 (9.00)	2 (2.00)	3.89 (มาก)	1
5.2 ความรับผิดชอบของ พนักงาน เช่น ตรงเวลาใน การพาลูกค้าไปชมสถานที่	22 (22.00)	46 (46.00)	26 (26.00)	2 (2.00)	4 (4.00)	3.80 (มาก)	2
5.3 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุภาพของ พนักงาน เช่น การให้ เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุย เรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น	21 (21.00)	49 (49.00)	9 (9.00)	4 (4.00)	17 (17.00)	3.53 (มาก)	3
5.4 การติดต่อสื่อสารของ พนักงาน เช่น ความสามารถในการพูด ภาษาอังกฤษ	10 (10.00)	12 (12.00)	56 (56.00)	10 (10.00)	12 (12.00)	2.98 (ปานกลาง)	5
5.5 ความมีน้ำใจ การดูแล เอาใจใส่ลูกค้าของ พนักงาน	6 (6.00)	16 (16.00)	52 (52.00)	16 (16.00)	10 (10.00)	2.92 (ปานกลาง)	7
5.6 ความสามารถของ พนักงานในการอธิบาย และจัดทำรายละเอียดของ การให้บริการให้เข้าใจได้ ง่าย	11 (11.00)	21 (21.00)	49 (49.00)	10 (10.00)	9 (9.00)	3.15 (ปานกลาง)	4

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.7 มีจำนวนพนักงาน อย่างเพียงพอในการ ให้บริการ	13 (13.00)	15 (15.00)	43 (43.00)	14 (14.00)	15 (15.00)	2.97 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน บุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

โดย ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน บุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขภาพของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

สำหรับ ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน บุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง ได้แก่ ความสามารถของพนักงานในการอธิบาย และจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.15) การติดต่อสื่อสารของพนักงาน เช่น ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ย 2.98) การมีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.97) และ ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 การให้บริการด้าน ข้อมูลถูกต้องและ ครบถ้วน	45 (45.00)	45 (45.00)	10 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.35 (มาก)	1
6.2 การให้บริการตรงตาม เวลานัดหมาย	22 (22.00)	47 (47.00)	13 (13.00)	10 (10.00)	8 (8.00)	3.65 (มาก)	4
6.3 มีการให้บริการที่มี ความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของ ลูกค้า เช่น กำหนดการและ ช่องทางในการชำระค่าเช่า	18 (18.00)	69 (69.00)	5 (5.00)	8 (8.00)	0 (0.00)	3.97 (มาก)	2
6.4 มีการตอบสนองและ แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ อย่างเหมาะสม และ รวดเร็ว	10 (10.00)	22 (22.00)	47 (47.00)	15 (15.00)	6 (6.00)	3.15 (ปานกลาง)	6
6.5 ขั้นตอนในการติดต่อ เพื่อเช่าสังหาริมทรัพย์ไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	20 (20.00)	29 (29.00)	27 (27.00)	12 (12.00)	12 (12.00)	3.33 (ปานกลาง)	5
6.6 มีการติดตามการ ดำเนินงานภายหลัง ให้บริการแล้ว	7 (7.00)	9 (9.00)	61 (61.00)	8 (8.00)	15 (15.00)	2.85 (ปานกลาง)	7
6.7 ความสะดวกในการรับ แจ้งการซ่อมบำรุงภายหลัง การเช่าสังหาริมทรัพย์	5 (5.00)	9 (9.00)	61 (61.00)	16 (16.00)	9 (9.00)	2.85 (ปานกลาง)	7
6.8 การบริการนำลูกค้าไป ชมสถานที่จริง	25 (25.00)	43 (43.00)	19 (19.00)	7 (7.00)	6 (6.00)	3.74 (มาก)	3

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ มาก ได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.35) การให้บริการที่มีความยืดหยุ่นตาม เงื่อนไขและความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.97) การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับ ปานกลาง ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อเพื่อเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.33) การ ตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.15) การติดตามการ ดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว (ค่าเฉลี่ย 2.85) และ ความสะดวกในการรับแจ้งการซ่อมบำรุง ภายหลังการเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลของบริษัท	71 (71.00)	26 (26.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.68 (มากที่สุด)	3
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	79 (79.00)	15 (15.00)	5 (5.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	4.72 (มากที่สุด)	1
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน	16 (16.00)	19 (19.00)	49 (49.00)	8 (8.00)	8 (8.00)	3.27 (ปานกลาง)	7
7.4 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	78 (78.00)	15 (15.00)	6 (6.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	4.70 (มากที่สุด)	2
7.5 มีแคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ ให้ลูกค้าดู	36 (36.00)	55 (55.00)	9 (9.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.27 (มาก)	6
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	50 (50.00)	43 (43.00)	5 (5.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	4.41 (มาก)	4
7.7 บุคลิกและการแต่งกายของพนักงานสุภาพ	48 (48.00)	44 (44.00)	6 (6.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	4.38 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.35 (มาก)	

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35)

โดยความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้าน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.72) ป้ายชื่อบริษัทที่เห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.70) และ การมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตไว้บริการ สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.68) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์ , น้ำดื่ม,ชา กาแฟ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.41) บุคลิกและการแต่งกายของพนักงานสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการมีเคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ ให้ลูกค้าดู (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.99	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.15	มาก	3
ปัจจัยด้านสถานที่	3.85	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	มาก	2
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.32	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.49	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.35	มาก	1

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ มีความพึงพอใจ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการ ของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ
เช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด	5	5.0
ไม่มีความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน	8	8.0
ไม่มีความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทอาคารพาณิชย์	9	9.0
อสังหาริมทรัพย์ของบริษัทที่มีให้เช่าอยู่ในสภาพทรุดโทรม	3	3.0
บริษัทขาดชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	0	0.0
ขาดบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น	7	7.0
สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่มีความครอบคลุมและไม่ยุติธรรม	5	5.0
อื่นๆ	2	2.0
ไม่มีปัญหา	85	85.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีที่ให้เช่าในแบบที่ต้องการ (1 ราย) ไม่ระบุเหตุผล (1 ราย)

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มี
ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทอาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 9.0)
รองลงมาคือ ไม่มีความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ร้อยละ
8.0) และ ขาดบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น (ร้อยละ 7.0)

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด มีราคาแพง	5	5.0
ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้านมีราคาแพง	5	5.0
ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารพาณิชย์มีราคาแพง	17	17.0
ไม่สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้	0	0.0
ค่าบริการเสริมอื่นๆ มีราคาแพง เช่น ค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	4	4.0
ไม่มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับราคา	1	1.0
ไม่สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ผ่านบัตรเครดิตได้	4	4.0
ไม่สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้	5	5.0
อื่นๆ	2	2.0
ไม่มีปัญหา	73	73.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนค่าเช่าไม่ได้ (1 ราย) ไม่ระบุเหตุผล (1 ราย)

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารพาณิชย์มีราคาแพง (ร้อยละ 17.0) รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้ (ร้อยละ 5.0) ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านมีราคาแพง (ร้อยละ 5.0)

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ไกลแหล่งชุมชน ติดต่อได้ไม่สะดวก	4	4.0
สถานที่ของบริษัทไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	6	6.0
การติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ มีความซับซ้อน	4	4.0
ไม่มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.0
เวลาเปิดและปิดทำการของบริษัทไม่เหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	8	8.0
ไม่มีการให้บริการนอกสถานที่	1	1.0
ที่จอดรถไม่สะดวก	16	16.0
อื่นๆ	0	0.0
ไม่มีปัญหา	81	81.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดที่จอดรถไม่สะดวก (ร้อยละ 16.0) รองลงมาคือ เวลาเปิดและปิดทำการของบริษัทไม่เหมาะสม (ร้อยละ 8.0) และ สถานที่ของบริษัทไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ร้อยละ 6.0)

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการและตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท	3	3.0
ไม่มีการ โฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat Newsletter	0	0.0
ไม่มีการ โฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท (www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net)	3	3.0
ไม่มีการติดป้ายโฆษณา ณ อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า	11	11.0
ของสมนาคุณให้กับลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน ไม่เหมาะสม	13	13.0
อื่นๆ	6	6.0
ไม่มีปัญหา	79	79.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีการแจกใบปลิว (2 ราย) ไม่มีโฆษณาทางวิทยุ (1 ราย) เว็บไซต์หาผ่าน Google ไม่เจอ (1 ราย) ไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ของสมนาคุณให้กับลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน ไม่เหมาะสม (ร้อยละ 13.0) รองลงมาคือ ไม่มีการติดป้ายโฆษณา ณ อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า (ร้อยละ 11.0) และ ไม่มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการและตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ร้อยละ 3.0)

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ	1	1.0
พนักงานขาดความรับผิดชอบ เช่น ไม่ตรงต่อเวลา เป็นต้น	2	2.0
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	0	0.0
พนักงานไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3	3.0
พนักงานขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	0	0.0
พนักงานไม่สามารถอธิบายและจัดทำรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจได้	12	12.0
มีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ	11	11.0
อื่นๆ	2	2.0
ไม่มีปัญหา	81	81.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานพยายามขัดเยียดที่เข้าให้มากจนเกินไช้(ย)และ ไม่ระบุเหตุผล(ราย)

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ พนักงานไม่สามารถอธิบายและจัดทำรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจได้ (ร้อยละ 12.0) รองลงมาคือ มีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ 11.0) และ พนักงานไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ร้อยละ 3.0)

ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บริการด้านข้อมูลมีความผิดพลาดและไม่ครบถ้วน	1	1.0
การให้บริการไม่ตรงตามเวลานัดหมาย	10	10.0
บริษัทขาดความยืดหยุ่นในการให้บริการ ตามเงื่อนไข และความ ต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า	3	3.0
ไม่สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	2	2.0
ขั้นตอนในการติดต่อเพื่อเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความยุ่งยากและซับซ้อน	1	1.0
ไม่มีการติดตามงานภายหลังให้บริการแล้ว	8	8.0
การติดต่อบริษัท ภายหลังจากเช่าอสังหาริมทรัพย์ไปแล้วไม่มีความ สะดวก	4	4.0
การไม่มีบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง	3	3.0
อื่นๆ	2	2.0
ไม่มีปัญหา	77	77.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รอคิวนาน (1 ราย) และ ไม่ระบุเหตุผล (1 ราย)

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การให้บริการไม่ตรงตามเวลานัดหมาย (ร้อยละ 10.0) รองลงมาคือ ไม่มีการติดตามงาน ภายหลังให้บริการแล้ว (ร้อยละ 8.0) และ การติดต่อบริษัท ภายหลังจากเช่าอสังหาริมทรัพย์ไปแล้ว ไม่มีความสะดวก (ร้อยละ 4.0)

ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลของบริษัท	3	3.0
บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงานไม่เหมาะสม	3	3.0
ภายในสำนักงานไม่สะอาด และขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย	2	2.0
ป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ไม่ชัดเจน	0	0.0
ไม่มีแคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของ อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ ให้ลูกค้าดู	6	6.0
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	4	4.0
บุคลิกและการแต่งกายของพนักงานไม่สุภาพ	11	11.0
อื่นๆ	1	1.0
ไม่มีปัญหา	80	80.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 100 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ออฟฟิศร้อนมาก (1 ราย)

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ปัญหาด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ บุคลิกและการแต่งกายของพนักงาน ไม่สุภาพ (ร้อยละ 11.0) รองลงมาคือ ไม่มีแคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ ให้ลูกค้าดู (ร้อยละ 6.0) และ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (ร้อยละ 4.0)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรมีที่จอดรถเพิ่มขึ้น/จอดรถยนต์ลำบาก (3 ราย)
- ควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการผ่อนชำระค่าเช่า (2 ราย)
- ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่คืนเปล่ามาไว้สำหรับปล่อยเช่า (1 ราย)
- ที่พักควรเพิ่มบริการรักษาความปลอดภัย (1 ราย)
- ควรอบรมให้พนักงานสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีกว่านี้ (1 ราย)
- เงินวางมัดจำแพงเกินไป (1 ราย)
- ควรหาที่พักระยะสั้น(เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือน) ไว้ให้บริการ (1 ราย)
- ควรปรับปรุงสัญญาเช่าให้มีรายละเอียด และความเป็นสากลมากกว่านี้ เช่น ระบบการประกันภัยสำหรับผู้เช่า (1 ราย)

ส่วนที่ 8 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่า
อสังหาริมทรัพย์ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่
พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จำกัด ตาม สัญชาติ และระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

8.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์
ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้
จำกัด จำกัด ตาม สัญชาติ

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำกัด จำกัด ตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
1.1 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด	4.79 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
1.2 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)	4.09 (มาก)
1.3 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกประเภทอาคารพาณิชย์	4.05 (มาก)	3.80 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
1.4 อสังหาริมทรัพย์ของบริษัทที่มีให้เช่าอยู่ใน สภาพดี	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)
1.5 บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ บริษัท	4.64 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
1.6 การบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การ ทำความสะอาด เป็นต้น	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
1.7 สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความ ครอบคลุมและยุติธรรม	3.71 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.68 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สัญชาติ		
	อเมริกัน	ยุโรป	เอเชีย
	N = 42	N = 35	N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	4.02 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.79) บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านราคา	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท ห้างสรรพสินค้า	4.69 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
2.2 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้าน	4.64 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	3.91 (มาก)
2.3 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารพาณิชย์	4.43 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	3.70 (มาก)
2.4 สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)
2.5 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	4.55 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	3.70 (มาก)
2.6 มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับราคา	4.52 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	3.39 (ปานกลาง)
2.7 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ผ่านบัตรเครดิตได้	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความค่าเช่า อสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.77) มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับ ราคา (ค่าเฉลี่ย 4.54) และ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ค่าเช่า อสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ความสามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการ โอนเงินผ่านธนาคารได้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านสถานที่	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชนติดต่อดีสะดวก	4.19 (มาก)	4.34 (มาก)	4.35 (มาก)
3.2 สถานที่ของบริษัทสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)
3.3 มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.61 (มาก)
3.4 มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	4.10 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)
3.5 มีเวลาเปิดและปิดทำการที่เหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	3.93 (มาก)	3.54 (มาก)	3.78 (มาก)
3.6 มีการให้บริการนอกสถานที่	4.74 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
3.7 มีที่จอดรถดีสะดวก	2.71 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.74) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อดีสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.63) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อดีสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.83) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อดีสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท	4.55 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
4.2 การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท	4.83 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
4.3 การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท (www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net)	4.57 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
4.4 การติดป้ายโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า	3.95 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
4.5 มีของสมนาคุณให้กับลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน เป็นต้น	3.24 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.83) การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.57) และ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.74) การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.83) การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.70) และ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านบุคลากร	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน	3.83 (มาก)	4.20 (มาก)	3.52 (มาก)
5.2 ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่	4.36 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
5.3 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุภาพของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	2.74 (ปานกลาง)
5.4 การติดต่อสื่อสารของพนักงาน เช่น ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ	2.93 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
5.5 ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	2.79 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
5.6 ความสามารถของพนักงานในการอธิบายและจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย	3.36 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
5.7 มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.36) การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆไป เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆไป เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน	4.40 (มาก)	4.17 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
6.2 การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย	3.79 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
6.3 มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)
6.4 มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว	2.95 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
6.5 ขั้นตอนในการติดต่อเพื่อเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.31 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
6.6 มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว	2.79 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
6.7 ความสะดวกในการรับแจ้งการซ่อมบำรุงภายหลังการเช่าอสังหาริมทรัพย์	2.76 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
6.8 การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.52) มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สัญชาติ		
	อเมริกัน N = 42	ยุโรป N = 35	เอเชีย N = 23
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท	4.83 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	4.74 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
7.4 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	4.69 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
7.5 มีเคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ให้ลูกค้าดู	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	4.21 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
7.7 บุคลิกและการแต่งกายของพนักงานสุภาพ	4.26 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31 (มาก)	4.39 (มาก)	4.35 (มาก)

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาว อเมริกัน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการ สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.83) บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.74) และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.80) มีสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์ , น้ำดื่ม,ชา กาแฟ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเอเชีย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.83) คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการ สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.65) และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

8.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์
ในส่วนลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้
จำกัด จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ตารางที่ 4.75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 25	1 - 3 ปี N = 65	มากกว่า 3 ปี N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
1.1 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด	4.60 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
1.3 ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่ บริษัทมีให้เลือกประเภทอาคารพาณิชย์	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
1.4 อสังหาริมทรัพย์ของบริษัทที่มีให้เช่าอยู่ใน สภาพดี	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.90 (มาก)
1.5 บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ บริษัท	4.24 (มาก)	4.42 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
1.6 การบริการเสริมอื่นๆ เช่นการซ่อมแซม การ ทำความสะอาด เป็นต้น	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)
1.7 สัญญาการเช่าอสังหาริมทรัพย์มีความ ครอบคลุมและยุติธรรม	3.60 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกในประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.65) บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.42) และ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บริษัทมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.80) ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภท ห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และ ความหลากหลายของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทมีให้เลือกประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 25	N = 65	N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท ห้างชุมชน	4.56 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
2.2 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้าน	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)
2.3 ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารพาณิชย์	4.48 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
2.4 สามารถต่อรองราคาค่าบริการได้	4.32 (มาก)	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)
2.5 ค่าบริการเสริมอื่นๆ เช่นค่าซ่อมแซม ค่าทำความสะอาด เป็นต้น	4.32 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)
2.6 มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกหลายระดับราคา	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)
2.7 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ผ่านบัตรเครดิตได้	2.96 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการโอนเงินผ่านธนาคารได้	3.96 (มาก)	4.15 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ มีราคาของ อสังหาริมทรัพย์ให้เลือกลหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ มีราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกลหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ สูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.80) ค่าเช่า อสังหาริมทรัพย์ ประเภทห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.70) และ ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านสถานที่	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 25	1 - 3 ปี N = 65	มากกว่า 3 ปี N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชนติดต่อดีสะดวก	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
3.2 สถานที่ของบริษัทสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.28 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)
3.3 มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)
3.4 มีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)
3.5 มีเวลาเปิดและปิดทำการที่เหมาะสม (8:30 น. – 18:00 น.)	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)
3.6 มีการให้บริการนอกสถานที่	4.68 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
3.7 มีที่จอดรถดีสะดวก	2.80 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.68) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.72) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และมีระบบการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.80) สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในแหล่งชุมชน ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ สถานที่ของบริษัทสามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 25	1 - 3 ปี N = 65	มากกว่า 3 ปี N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท	4.44 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
4.2 การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท	4.72 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
4.3 การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท (www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net)	4.76 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
4.4 การติดป้ายโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ ที่เช่า	3.72 (มาก)	3.60 (มาก)	4.10 (มาก)
4.5 มีของสมนาคุณให้กับลูกค้า เช่น ของชำร่วย ปฏิทิน เป็นต้น	3.28 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.76) การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.72) และ มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.75) การโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.72) และมีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาผ่านทาง Chiang Mai Expat News letter ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.80) มีแผ่นพับโฆษณาที่ให้รายละเอียดของบริการ และตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.70) และการโฆษณาผ่านทาง Website ของบริษัท www.chiangmai-properties.com, www.houseinchiangmai.net (ค่าเฉลี่ย 4.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	N = 25	N = 65	N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)
5.2 ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่	4.04 (มาก)	3.69 (มาก)	3.90 (มาก)
5.3 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความสุขของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
5.4 การติดต่อสื่อสารของพนักงาน เช่น ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ	2.84 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
5.5 ความมีน้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	2.88 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
5.6 ความสามารถของพนักงานในการอธิบายและจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
5.7 มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ	2.68 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ การมีมนุษยสัมพันธ์ และ ความสุภาพของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และ การมีมนุษยสัมพันธ์ และ ความสุภาพของพนักงาน เช่น การให้เกียรติลูกค้า ชวนลูกค้าคุยเรื่องต่างๆ ไป เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน บุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความรับผิดชอบของพนักงาน เช่น ตรงเวลาในการพาลูกค้าไปชมสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ความสามารถของพนักงานในการอธิบาย และจัดทำรายละเอียดของการให้บริการให้เข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 25	1 - 3 ปี N = 65	มากกว่า 3 ปี N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน	4.40 (มาก)	4.29 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
6.2 การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)
6.3 มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า	3.72 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
6.4 มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
6.5 ขั้นตอนในการติดต่อเพื่อเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.08 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
6.6 มีการติดตามการดำเนินงานภายหลังให้บริการแล้ว	3.12 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
6.7 ความสะดวกในการรับแจ้งการซ่อมบำรุง ภายหลังการเช่าอสังหาริมทรัพย์	2.80 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
6.8 การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง	4.04 (มาก)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูล ถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.40) การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่จริง (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและ ช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ การให้บริการตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการด้านข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.60) มีการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น ตามเงื่อนไข และความต้องการของลูกค้า เช่น กำหนดการและช่องทางในการชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ การบริการนำลูกค้าไปชมสถานที่ จริง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
	น้อยกว่า 1 ปี N = 25	1 - 3 ปี N = 65	มากกว่า 3 ปี N = 10
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
7.1 คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการสำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลของบริษัท	4.52 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)
7.2 บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน	4.72 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)
7.3 ความสะอาดและมีระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน	3.40 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
7.4 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	4.64 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
7.5 มีแคตตาล็อก หรือกระดานที่แสดงภาพและรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าอยู่ให้ลูกค้าดู	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
7.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์, น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	4.56 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)
7.7 บุคลิกและการแต่งกายของพนักงานสุภาพ	4.40 (มาก)	4.38 (มาก)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)	4.37 (มาก)

จากตารางที่ 4.81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.72) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.64) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์ , น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.75) คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการ สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.71) และ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีไว้บริการ สำหรับลูกค้าเพื่อการค้นหาข้อมูลที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.90) บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.90) และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ