

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 วิธีการศึกษา	10
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	12
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก เช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมือง เชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน สถานที่ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบจากการใช้บริการเช่าห้องชุดของชาว ยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่	35
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก เช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	72
5.2 อภิปรายผล	82
5.3 ข้อค้นพบ	84
5.4 ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	95
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม ภาษาไทย	96
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม ภาษาอังกฤษ	108
ประวัติผู้เขียน	120

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปี 2549-2552	2
3.1 แสดงจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานที่พักอาศัย	10
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	13
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	14
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	15
สูงสุด	
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	16
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่	17
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาอาศัยที่จังหวัดเชียงใหม่	17
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเดือนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่	18
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเช่าห้องชุดต่อครั้ง	19
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการกลับมาเช่าห้องชุดในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	19
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการอยู่	20
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ท่านใช้บริการอยู่	20

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามย่านที่พักอาศัย	21
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจ	21
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับ	22
4.18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผล ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	23
4.19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	25
4.20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	26
4.21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
4.22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	29
4.23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	31
4.24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	32
4.25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจ	34
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ราคา	36
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน สถานที่	36
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด	37
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน บุคลากร	38
4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน กระบวนการให้บริการ	39
4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	39
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์จำแนกตามภูมิภาค	41
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคา จำแนกตามภูมิภาค	43
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน สถานที่ จำแนกตามภูมิภาค	45
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค	47
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลากร จำแนกตามภูมิภาค	50
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามภูมิภาค	51
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามภูมิภาค	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรป และอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจ จำแนกตามภูมิภาค	54
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	69
5.1	แสดงสรุประดับที่มีผลที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามภูมิภาค	88
5.2	แสดงสรุประดับที่มีผลที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89