

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันในย่านธุรกิจอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจาก กลุ่มชาวยุโรปและอเมริกันที่เช่าห้องชุดในย่านธุรกิจเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นระยะเวลามากกว่า 30 วัน ในห้องชุดจำนวน 12 แห่ง จำนวน 380 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล รวมทั้งข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 75,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการพำนักระยะยาว เคยมาอาศัยที่จังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 6 ครั้ง เลือกพักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ในเดือนธันวาคม ระยะเวลาในการเข้าพักต่อครั้งมากกว่า 6 เดือน มีความต้องการกลับมาเช่าห้องชุดในจังหวัดเชียงใหม่อีก ห้องชุดที่ใช้บริการอยู่ในช่วงราคา 10,001 – 15,000 บาท ขนาดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 ตารางเมตร ย่านที่พักอาศัยบนถนนห้วยแก้ว เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเลือกเช่าห้องชุด และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับห้องชุดจาก ตัวแทน (Agent) มากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ รองลงมาคือ มีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI และการมีเคเบิลทีวี

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การที่อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงินที่สามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และการมีอัตราค่าห้องพักไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล และการที่สถานที่มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงานแนะนำการให้บริการด้านต่างๆของแต่ละอาคารชุด (เช่น บริการติดต่ออินเทอร์เน็ต, เคเบิลทีวี เป็นต้น) และการโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การที่พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ รองลงมาคือ การที่พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้น และการที่พนักงานต้อนรับมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก รองลงมาคือ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น) และการที่ขั้นตอนการชำระเงินไม่ล่าช้า

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม (สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ และความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม (ตึกดูสะอาด สะอาดตา เป็นต้น)

**ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการเข้าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบอินเทอร์เน็ตใช้งานไม่ได้ รองลงมาคือ สัญญาณเคเบิลทีวีไม่ชัด และ แอร์ไม่เย็น

**ด้านราคา** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การคิดค่าส่วนกลางของห้องชุดที่แพงเกินไป รองลงมาคือ การคิดค่าเคเบิลทีวีที่แพงเกินไป และ การคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่แพงเกินไป

**ด้านสถานที่** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ความไกลจากแหล่งจับจ่ายซื้อของ รองลงมาคือ การไม่สามารถเข้าไปดูข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้ และความไกลจากสถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การขาดการแนะนำการให้บริการด้านต่างๆ ของแต่ละอาคารชุด เช่น บริการติดต่ออินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี เป็นต้น รองลงมาคือ การไม่สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้ และ การไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาค่าห้องชุด

**ด้านบุคลากร** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การที่พนักงานต้อนรับไม่มีความรู้ และความสามารถในการให้บริการ รองลงมาคือ การที่พนักงานต้อนรับไม่สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างชาติ และ การที่พนักงานต้อนรับไม่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการชำระเงินล่าช้า รองลงมาคือ ขั้นตอนให้บริการที่ผิดพลาด เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ และ กระบวนการให้บริการล่าช้าในด้านการจองห้องพัก

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การไม่มีความปลอดภัยของทรัพย์สินในห้องพัก รองลงมาคือ บริเวณสถานที่โดยรวมไม่สะอาด และ การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พักไม่สวยงาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ผู้เขียนทีวี ผู้เสิร์ฟ โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ รองลงมา คือ การมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI และ ความสะอาดของห้องพัก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ผู้เขียนทีวี ผู้เสิร์ฟ โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ รองลงมา คือ การมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI และ มีเคเบิลทีวี

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดที่ไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมา คือ รูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพักที่ไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดที่ไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมา คือ รูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพักที่ไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมา คือ สถานที่มีความปลอดภัย และ ความใกล้แหล่งชุมชน

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมา คือ สถานที่มีความปลอดภัย และ ความใกล้แหล่งบันเทิง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมา คือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย และ ความสามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถาม เกี่ยวกับบริการได้

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมา คือ สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถาม เกี่ยวกับบริการได้ และ พนักงานแนะนำการให้บริการด้านต่างๆของแต่ละอาคารชุด เช่น บริการติดต่ออินเทอร์เน็ต, เคเบิลทีวี เป็นต้น

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า รองลงมา คือ พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และ พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ รองลงมา คือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และ พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก รองลงมา คือ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น และ ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น รองลงมา คือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก และ ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ และ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ และ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น

#### 4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ รองลงมาคือการมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ และ การมีเคเบิลทีวี

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ และ การมีเคเบิลทีวี

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI

รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ และ การมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีเคเบิลทีวี รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ และ ห้องพักรับไฟฟ้าและแสงสว่างเพียงพอ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมาคือรูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพักไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพัก ไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพัก ไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท รองลงมาคือรูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต และ อัตราค่าห้องพัก ไม่เกินเดือนละ 10,000 บาท

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล รองลงมาคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ ใกล้แหล่งชุมชน และ สถานที่ที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ สถานที่ที่มีความปลอดภัย และ สะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงรายได้ ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงรายได้ 50,001 – 75,000 บาท 75,001 – 100,000 บาท และ 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงานแนะนำการให้บริการด้านต่างๆของแต่ละอาคารชุด เช่น บริการติดต่ออินเทอร์เน็ต, เคเบิลทีวี เป็นต้น และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย และ สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถาม เกี่ยวกับบริการได้

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมาคือ มี website ของอาคารห้องชุด และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางเว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงานแนะนำการให้บริการด้านต่างๆของแต่ละอาคารชุด เช่น บริการติดต่ออินเทอร์เน็ต, เคเบิลทีวี เป็นต้น และ สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถาม เกี่ยวกับบริการได้

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก



ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะ ให้บริการ และ พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการ ของลูกค้า

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างชาติ รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และ พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ ได้รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น และ พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างชาติ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม และ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก รองลงมาคือ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น และ ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาทมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ ขั้นตอนการชำระเงินไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิด

ค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น รองลงมาคือความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก และ ขั้นตอนการชำระเงินไม่ล่าช้า

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก รองลงมาคือ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น และ ขั้นตอนการชำระเงินไม่ล่าช้า

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น รองลงมาคือ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น และ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น และ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ รองลงมาคือ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น และ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ และ ความสวยงามของตึกและบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น

## 5.2 อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการ โรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทร์จิรา ดันตยานุสรณ์ (2552) ได้ศึกษาความต้องการของชาวญี่ปุ่นต่อสถานที่พักระยะยาวบนถนนช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก และผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือเครื่องอำนวยความสะดวกและระดับดาวของโรงแรม และผลการศึกษาของ จันทร์จิรา ดันตยานุสรณ์ (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การมี Cable TV ที่มีช่อง NHK

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การที่อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก และผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด เช็คเดินทาง เครดิตการ์ด และ ผลการศึกษาของจันทร์จิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การมีการปรับขึ้นลงราคาตามช่วงฤดูกาล

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) และ ผลการศึกษาของจันทร์จิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การจองห้องพักผ่านเครือข่ายโรงแรมได้ทั่วโลก และการจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การโฆษณาทางเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทร์จิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ และการที่โรงแรมมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การที่พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ และผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็วทันที และผลการศึกษาของจันทร์จิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ พนักงานสามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) และผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจันทร์จิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การสั่งจองห้องพักล่วงหน้าทางอินเทอร์เน็ตได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไตรภพ โคตรรวงษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และ ผลการศึกษาของจันทร์จิรา ต้นตยานุสรณ์ (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกคือ การมีส่วนร่วมสาธารณะภายนอกอาคาร

### 5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

#### 5.3.1 ข้อค้นพบด้านข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 66.8 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อการพำนักระยะยาว ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 67.1 เลือกใช้บริการห้องชุดที่มีค่าเช่ารายเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท แสดงให้เห็นว่า ชาวยุโรปและอเมริกันส่วนใหญ่ เลือกที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่อำนวยความสะดวกระยะยาว แต่มีระดับราคาค่าเช่ารายเดือนไม่เกิน 15,000 บาท

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบอีกด้วยว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 60.3 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับห้องชุดจากตัวแทน (Agent) ซึ่งเป็นคนกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เพื่อให้เจรจาตกลงทำสัญญากัน มากกว่าการได้รับข้อมูลจากสื่ออื่นๆ อันรวมถึงนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งสื่ออินเทอร์เน็ต

#### 5.3.2 ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โคมไฟ ถังขยะ

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวยุโรป

และอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เหมือนกันในเรื่องการมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องการมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001 ถึง 100,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องการมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องการมีเคเบิลทีวี

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การที่อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมาก เหมือนกันในเรื่องการคิดอัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญในระดับมาก เหมือนกันในเรื่องการคิดอัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกินเดือนละ 700 บาท

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เหมือนกันในเรื่องสถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องความสะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องใกล้แหล่งชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 75,001 – 100,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องสถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาทางเว็บไซต์

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากและมากที่สุด เหมือนกันในเรื่องการโฆษณาทางเว็บไซต์

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกันในเรื่องการโฆษณาทางเว็บไซต์

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การที่พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า แต่ชาวอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก แต่ชาวอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 – 100,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในเรื่องขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง เป็นต้น

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามของตึกและบริเวณสถานที่โดยรวม (สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น)

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยเมื่อจำแนกตาม ภูมิภาค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เหมือนกันในเรื่องความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม (สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น)

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากและมากที่สุดในเรื่องความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม ตึกดูสะอาด สะดุดตา เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากและมากที่สุดในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาทไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก เป็นต้น



ตารางที่ 5.1 แสดงสรุประดับที่มีผล ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ภูมิภาค	
	ยุโรป	อเมริกัน
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (4.71: มากที่สุด)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (4.73: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.77: มาก)	อัตราค่าส่วนกลางของห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.96: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (4.73: มากที่สุด)	ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (4.68: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การโฆษณาทางเว็บไซต์ (4.45: มาก)	การโฆษณาทางเว็บไซต์ (4.71: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า (4.65: มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่ จะให้บริการ (4.77: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	สะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการ จองห้องพัก (4.57: มากที่สุด)	ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิด ค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (4.55: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่ โดยรวม (4.59: มากที่สุด)	ความสวยงามของตึก และบริเวณสถานที่ โดยรวม (4.57: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 75,000 บาท	75,001 – 100,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	มีเครื่องทำน้ำอุ่น ในห้องอาบน้ำ (4.66: มากที่สุด)	มีอินเทอร์เน็ต ระบบ WIFI (4.77: มากที่สุด)	มีอินเทอร์เน็ต ระบบ WIFI (4.86: มากที่สุด)	มีเคเบิลทีวี (4.81: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่า ส่วนกลางของ ห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.93: มาก)	อัตราค่า ส่วนกลางของ ห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.86: มาก)	อัตราค่า ส่วนกลางของ ห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.83: มาก)	อัตราค่า ส่วนกลางของ ห้องชุดไม่เกิน เดือนละ 700บาท (3.81: มาก)
ปัจจัยด้าน สถานที่	สะดวกในการ ติดต่อทาง เว็บไซต์/อีเมลล์ (4.67: มากที่สุด)	ใกล้แหล่งชุมชน (4.69: มากที่สุด)	สะดวกในการ ติดต่อทาง เว็บไซต์/อีเมลล์ (4.76: มากที่สุด)	ที่ตั้งสะดวกใน การเดินทางมา พัก (4.86: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	การโฆษณาทาง เว็บไซต์ (4.51: มากที่สุด)	การโฆษณาทาง เว็บไซต์ (4.57: มากที่สุด)	การโฆษณาทาง เว็บไซต์ (4.81: มากที่สุด)	การโฆษณาทาง เว็บไซต์ (4.69: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานต้อนรับ มีความรู้ ความสามารถใน การให้บริการ (4.72: มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับ มีความ กระตือรือร้นที่ จะ ให้บริการ (4.80: มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับ มีจำนวนเพียงพอ ในการ ให้บริการ (4.81: มากที่สุด)	พนักงานต้อนรับ มีความเข้าใจความต้องการ ของลูกค้า (4.74: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 75,000 บาท	75,001 – 100,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	สะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ ด้านการจอง ห้องพัก (4.48: มาก)	ขั้นตอน ให้บริการที่ ถูกต้อง เช่น การ คิดค่าบริการ ต่างๆ มีการแยก มิเตอร์ เป็นต้น (4.51: มากที่สุด)	ขั้นตอน ให้บริการที่ ถูกต้อง เช่น การ คิดค่าบริการ ต่างๆ มีการแยก มิเตอร์ เป็นต้น (4.54: มากที่สุด)	สะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ ด้านการจอง ห้องพัก (4.63: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ สร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ความสะอาดของ ตึก และบริเวณ สถานที่โดยรวม (4.62: มากที่สุด)	ความสวยงาม ของตึก และ บริเวณสถานที่ โดยรวม (4.65: มากที่สุด)	ความสะอาดของ ห้องน้ำที่ ให้บริการ (4.81: มากที่สุด)	ความสะอาดของ ตึก และบริเวณ สถานที่โดยรวม (4.52: มากที่สุด)

5.3.3 ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญ เมื่อเทียบกับส่วนประสมการตลาดบริการที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญ

จากการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ใช้บริการห้องชุดชาวยุโรปและอเมริกันให้ความสำคัญ กับส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ใช้บริการห้องชุดชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญ จากการศึกษาของจันทรจิรา ตันตยานุสรณ์ (2552) พบว่า การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการห้องชุดกลุ่มชาวยุโรปและอเมริกัน และกลุ่มชาวญี่ปุ่น มีความแตกต่างกันมากกว่ามีความสอดคล้องกัน โดยเมื่อพิจารณาในส่วนที่มีความสอดคล้องกัน พบว่า ผู้ใช้บริการห้องชุดทั้งกลุ่มชาวยุโรปและอเมริกัน และกลุ่มชาวญี่ปุ่น ล้วนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ โดยที่ตั้งของอาคารห้องชุดต้องมีความสะดวกในการเดินทางมาพัก และปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของการโฆษณาทางเว็บไซต์ เหมือนกัน ในขณะที่การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านอื่นๆ มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของชาวยุโรปและอเมริกันที่พักอาศัยในย่านธุรกิจอำเภอเมืองเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทาง ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการห้องชุดดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถึงขयरวมถึงการมีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI และควรคำนึงถึงอาคารชุดที่ให้บริการนี้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายอีกด้วย และระบบเคเบิลทีวีที่มีสัญญาณชัดเจน และควรมีการดูแลระบบเครื่องปรับอากาศที่ใช้ในห้องชุดให้ทำงานและเย็นอยู่เสมอ โดยอาจจัดช่างประจำ และอะไหล่ต่างๆ ของเครื่องปรับอากาศไว้ให้พร้อม

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการห้องชุดยังควรคำนึงเพิ่มเติมในเรื่อง ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานของอาคารชุด และควรแนะนำให้เจ้าหน้าที่ของอาคารชุด จัดหาเจ้าหน้าที่จากภาครัฐเข้ามาตรวจสอบสภาพอาคารชุด และมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้มีมาตรฐานเดียวกันอีกด้วย

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องคำนึงถึงอัตราค่าส่วนกลางของอาคารชุดให้เหมาะสม โดยไม่ควรเกินเดือนละ 700 บาท และให้ผู้เช่าพักสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้ทั้งการชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต รวมถึงการกำหนดอัตราค่าห้องพักที่ไม่ควรเกินเดือนละ 10,000 บาท นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรพิจารณาการกำหนดราคาค่าบริการเคเบิลทีวีและค่าบริการอินเทอร์เน็ตให้สมเหตุสมผล ไม่แพงจนเกินไป รวมถึงควรพิจารณาอัตราค่าน้ำและไฟให้ใกล้เคียงกับโครงการห้องชุดที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันด้วย

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพักเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้พักชาวต่างชาติจะไม่คุ้นเคยกับการเดินทางไปในที่ต่างๆ ด้วยตนเองในเบื้องต้น สถานที่พักจึงควรอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาพัก รวมถึงการเดินทางออกไปยังสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญ อย่างแหล่งจับจ่ายซื้อของ และสถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการห้องชุดยังพึงคำนึงถึงการมีพื้นที่ในการจอดรถอย่างเพียงพอ รวมถึงการควบคุมความปลอดภัยของบริเวณอาคาร เช่น การทำให้บริเวณอาคารมีรั้วรอบขอบชิด การกั้นหน้าต่าง และบริเวณระเบียงให้มีความปลอดภัยจากการบุกรุก และระบบการรักษาความปลอดภัยอันได้มาตรฐานตลอด 24 ชั่วโมง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาทางเว็บไซต์ ดังนั้นผู้ประกอบการห้องชุดควรมีเว็บไซต์ หรือลงโฆษณากับบริษัทรับเช่าห้องชุดที่มีเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อลูกค้าชาวยุโรปและอเมริกันจะสามารถเข้าไปดูละเอียดของสถานที่ได้ก่อนการตัดสินใจมากพักอาศัย และผู้ประกอบการห้องชุดควรคำนึงถึงการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถให้คำแนะนำการให้บริการด้านต่างๆ ของแต่ละอาคารชุดได้ เช่น การให้คำแนะนำกับผู้เข้าพักในเรื่องของการใช้อินเตอร์เน็ต และเคเบิลทีวี รวมถึงการโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย และการส่งเสริมการตลาดอย่างการลดราคาค่าห้องชุด

นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังไม่ควรมองข้ามการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มตัวแทน (Agent) หรือกลุ่มนายหน้า ซึ่งเป็นคนกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เพื่อให้เจรจาตกลงทำสัญญากัน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เป็นแหล่งข้อมูลของชาวต่างชาติที่กำลังหาข้อมูลด้านที่พัก มากกว่าสื่ออื่นๆ อันรวมถึงนิตยสารหนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งสื่ออินเตอร์เน็ต โดยทำการให้ข้อมูลกับกลุ่มดังกล่าวเสมอ เช่นการส่งอีเมล จดหมายข่าว เสมือนกับว่ากลุ่มตัวแทนเหล่านี้เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรายหนึ่งของธุรกิจ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของจำนวนพนักงานที่มีเพียงพอในการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก และการที่พนักงานต้อนรับต้องมีความกระตือรือร้น และมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ของแต่ละอาคารชุดด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการห้องชุดควรมีการอบรม คัดเลือกพนักงานที่สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ และสามารถรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าเอาไว้ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการห้องชุดควรพัฒนาบุคลากรในด้านภาษาอังกฤษ และวิธีการสื่อสารให้ง่ายต่อการเข้าใจของชาวต่างชาติ และควรคำนึงถึงจำนวนพนักงานในแต่ละกะของแต่ละอาคารชุด ถ้าน้อยเกินไปควรหรือไม่เพียงพอ ควรร้องเรียนไปยังคณะกรรมการของแต่ละอาคารชุด

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องพัก โดยอาจอาศัยระบบการจองห้องชุดแบบออนไลน์ และระบบการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ด้วยบัตรเครดิตแบบสากลอย่างระบบ PayPal ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็ว และสามารถจัดส่งใบเสร็จได้ถึงมือลูกค้าในกรณีลูกค้าจองหรือชำระเงินมาจากต่างประเทศ รวมถึงการให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ การแยกมิเตอร์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าส่วนกลาง ที่ถูกต้อง และการเพิ่มความรวดเร็วของขั้นตอนในการชำระเงิน โดยอาจพิจารณาระบบการบันทึกและคำนวณด้วยซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับธุรกิจที่พักโดยเฉพาะมาใช้ เป็นต้น

นอกเหนือจากนั้น ผู้ประกอบการห้องชุดควรมีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย โดยอาจสอบถามจากผู้อยู่อาศัยโดยตรง หรืออาจมีกล่องรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่อยู่อาศัยข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพิจารณา ปรับปรุงห้องชุด รวมถึงคุณภาพในการให้บริการที่ดีด้วย และ ผู้ประกอบการห้องชุดควรมีการคัดเลือกคุณสมบัติของผู้เข้าพักระยะยาวอย่างรอบคอบด้วย เพื่อไม่ให้ผู้เข้าพักไปก่อปัญหาให้กับผู้ร่วมอาศัยอื่นๆของอาคารชุด

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ประกอบการห้องชุดต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามของตัวตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม โดยดูแลให้สภาพแวดล้อมของตึกดูสะอาด ไม่รก รวมถึงความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ ไปจนถึงความสะอาดของตึก และบริเวณสถานที่โดยรวม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการห้องชุดควรใส่ใจในเรื่องของความปลอดภัยของทรัพย์สินในห้องพัก และ การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พักให้มีสวยงาม ของแต่ละอาคารชุด โดยผู้ประกอบการห้องชุดอาจส่งข้อเสนอให้คณะกรรมการประจำแต่ละอาคารชุด มีการตกแต่งบริเวณรอบๆโครงการอาคารชุดด้วยต้นไม้ นานาชนิด เพื่อสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่น รวมถึงดูแลเรื่องความสะอาดภายในโครงการอาคารชุดโดยรอบ รวมถึงในสำนักงานๆ มีการดูแลอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาพลักษณ์ของแต่ละอาคารชุดอีกด้วย

นอกจากนั้น ด้วยความที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป และมีความประสงค์ในการพักในระยะยาว ทางโครงการจึงควรอำนวยความสะดวกให้มีการจัดระบบต่างๆ ภายในอาคารให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้โดยเฉพาะ เช่น การเพิ่มทางลาดในอาคารในกรณีที่มีการใช้ล้อเข็น การเลือกวัสดุปูพื้นที่ไม่ลื่นเกินไปอันอาจเสี่ยงต่อการหกล้ม การเสริมราวจับตามจุดต่างๆ เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องน้ำ เป็นต้น รวมถึงการจัดให้มีสวัสดิการต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุ เช่น การมีบริการรับ-ส่ง ยกของ หรือการมีหน่วยพยาบาลฉุกเฉิน เป็นต้น