

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการ ผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย เพศชาย อายุ 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 1,500 – 2,500 USD จำนวนครั้งที่เคยมาพักที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นครั้งแรก ระยะเวลาในการเข้าพักครั้งล่าสุด 3 – 6 เดือน จำนวนคนที่พักในห้องชุด 2 – 3 คน ราคาเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 – 20,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการเกษียณอายุ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ตัวเอง และทราบแหล่งข้อมูลของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จากการมีบุคคลแนะนำ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือขนาดของ ห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องชุดที่ ทานพัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความ ครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุด สำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมากักขัง และ ความเหมาะสมของราคา บริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้อง ชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น และ การประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่าน ช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น และการให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ค่าเช่ารายเดือน ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป และ เว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่เพียงพอ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา เพศ และราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะแกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้

ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่นๆ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องชุดที่เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น และ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น และ ขนาดของห้องชุดที่เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ และ ค่าเช่าของห้องชุดมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล หรือไม่ปรับราคาบ่อย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ และ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และมีบริการจองห้องชุดได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต โทรสาร เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือนันทิย เช่น นิตยสาร ชีตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้อง

ชุด แผนที่ เป็นต้น และ การประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และ การประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ การให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การ

คิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะแกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น และ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ และ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก และ ค่าเช่ารายเดือน มีความเหมาะสม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุดที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39)และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 15,001 – 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69)ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน

กลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44)ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 - 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่

พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ และ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ และ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก และ ค่าเช่าของห้องชุดมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล หรือไม่ปรับราคาบ่อย ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และมีบริการจองห้องชุดได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต โทรสาร เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ ความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาดห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซิตีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น และ การโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทน หรือ Agency เช่น Chiang Mai Properties เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซิตีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น และ การประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ มีการโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซิตีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 - 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี และ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ การให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) และความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 - 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการ ได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 10,000 - 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ 15,001 - 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสตีเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2554) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถ อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สกาวเดือน โอภาว (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของนิติบุคคลอาคารชุดอิลล์ไซด์พลาซ่า แอนด์ คอนโดเทล 4 ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากร แต่สอดคล้องกับ วรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการเข้าพักอาศัยเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ Executive ย่านสาทร ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสตีเดนซ์พอเหมาะพอดี ซึ่งสอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว (2553) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องชุด แต่ไม่สอดคล้องกับ วรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดสบายภายในอาคาร เช่น ฟิตเนส สปา สระว่ายน้ำ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ แกรนด์ วิกานันท์ เรสตีเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว (2553) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ รูปแบบการชำระเงินสามารถเลือกได้ว่าจะชำระเงินสดหรือบัตรเครดิต

เครดิต และไม่สอดคล้องกับ วรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาเช่าห้องเมื่อเทียบกับโรงแรม

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว่า (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ และไม่สอดคล้องกับ วรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกในการเดินทางมาที่พัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว่า (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานแนะนำการให้บริการด้านต่างๆภายในอาคารชุด (เช่น บริการอินเทอร์เน็ต, เคเบิลทีวี เป็นต้น) และไม่สอดคล้องกับ วรรณวลัย อัสวเอกสุนทร (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การจองผ่านเว็บไซต์

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว่า (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุดที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว่า (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สกาวเดือน โอภาว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทร์จิรา ดันตยานุสรณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความต้องการสูงสุดคือ มีสวนสาธารณะภายนอกอาคาร

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ที่มิภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย เพศชาย อายุ 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 1,500 – 2,500 USD และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการเกษียณอายุ

5.3.2 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการและปัญหาของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นดังตารางที่ 5.1 – 5.6 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว	ด้านสถานที่	4.75	มากที่สุด
2	ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.68	มากที่สุด
3	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.63	มากที่สุด
4	ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก	ด้านผลิตภัณฑ์	4.61	มากที่สุด
5	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	4.59	มากที่สุด
6	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก	ด้านราคา	4.58	มากที่สุด
7	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	ด้านสถานที่	4.48	มาก
8	การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ	ด้านราคา	4.39	มาก

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	พนักงานพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ แต่งกายดี	ด้านบุคลากร	4.20	มาก
10	การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รongลงมา คือ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี และพนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	การให้บริการห้องอาหาร และ Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์	ด้านผลิตภัณฑ์	2.13	น้อย
2	ป้ายชื่อเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.25	น้อย
3	เครื่องแบบของพนักงานเรียบร้อยสวยงาม	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.61	ปานกลาง
4	มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง	ด้านบุคลากร	2.64	ปานกลาง
5	การบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เพียงพอต่อการให้บริการ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.75	ปานกลาง
6	มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เพียงพอต่อการตัดสินใจ	ด้านสถานที่	2.83	ปานกลาง
7	พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรมยามค่ำ มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	2.83	ปานกลาง
8	ความเหมาะสมของราคาอาหารและสินค้าใน Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์	ด้านราคา	2.91	ปานกลาง

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	ด้านสถานที่	2.94	ปานกลาง
10	การให้บริการฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อ การออกกำลังกาย ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์	ด้านผลิตภัณฑ์	2.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้บริการห้องอาหาร และ Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ รองลงมาคือ ป้ายชื่อเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน และ เครื่องแบบของพนักงานเรียบร้อย สวยงาม

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาของคู่ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ร้อยละ
1	บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ไม่เพียงพอ	25.0
2	ค่าเช่ารายเดือน ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป	17.5
3	เว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่เพียงพอ	15.0
4	ลักษณะการตกแต่งห้องชุด ไม่สวยงาม	7.5
5	ที่ตั้งของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่สะดวกในการเดินทางมาพัก	6.3
6	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ที่จอดรถไม่เพียงพอ	6.3
7	ค่าเช่าของห้องชุด ไม่คงที่ในแต่ละฤดูกาล	5.0
8	พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว	5.0
9	ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ประจำการ ระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ไม่เพียงพอ หรือมีน้อยเกินไป	5.0
10	โลโก้ (Logo) ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จดจำยาก	5.0

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัญหาที่จ้อย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ค่าเช่ารายเดือน ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป และเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะแกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่เพียงพอ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ภูมิลำเนา	
	ทวีปเอเชีย	ทวีปอื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ พอเหมาะพอดี (4.69: มากที่สุด)	ความสะอาดของห้องชุดที่ ท่านพัก (4.78: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีห้องชุดในหลาย ระดับราคาให้เลือก (4.47: มาก)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีห้องชุดในหลาย ระดับราคาให้เลือก (4.66: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีความสงบ มีความ เป็นส่วนตัว (4.74: มากที่สุด)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีความสงบ มีความ เป็นส่วนตัว (4.76: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาในหนังสือนำ เที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.15: มาก)	การโฆษณาในหนังสือนำ เที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.17: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.60: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.72: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ภูมิลำเนา	
	ทวีปเอเชีย	ทวีปอื่นๆ
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (4.23: มาก)	ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น (4.28: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ (4.16: มาก)	ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ (4.14: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชีย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของห้องชุดที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้าน กระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความพร้อมของห้องชุด สำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียและทวีปอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ พอเหมาะพอดี (4.69: มากที่สุด)	ความสะอาดของห้องชุดที่ ท่านพัก (4.69: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีห้องชุดในหลาย ระดับราคาให้เลือก (4.63: มากที่สุด)	การลดอัตราค่าเช่าห้องชุด สำหรับลูกค้าที่พักในระยะ ยาวมากกว่า 6 เดือน หรือ กลับมาพักซ้ำ (4.5: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีความสงบ มีความ เป็นส่วนตัว (4.78: มากที่สุด)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ มีความสงบ มีความ เป็นส่วนตัว (4.69: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การโฆษณาในหนังสือนำ เที่ยว เช่น นิตยสาร ชีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.20: มาก)	การโฆษณาในหนังสือนำ เที่ยว เช่น นิตยสาร ชีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.08: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.50: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.88: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้า ห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ ยุ่งยาก (4.20: มาก)	ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้า ห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ ยุ่งยาก (4.08: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของบริเวณ อาคารสถานที่โดยรวม ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ (4.11: มาก)	ความสะอาดของบริเวณ อาคารสถานที่โดยรวม ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ (4.23: มาก)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ		
	10,000 - 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดของห้องชุดที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี (4.71: มากที่สุด)	ขนาดของห้องชุดที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี (4.70: มากที่สุด)	ขนาดของห้องชุดที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์พอเหมาะพอดี (4.59: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก (4.73: มากที่สุด)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก (4.59: มากที่สุด)	การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ (4.53: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (4.63: มากที่สุด)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (4.79: มากที่สุด)	เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (4.88: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาในหนังสือ นิตยสาร เช่น นิตยสาร ชิตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.03: มาก)	การโฆษณาในหนังสือ นิตยสาร เช่น นิตยสาร ชิตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (4.23: มาก)	มีเอกสารแผ่นพับ แนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น (4.29: มาก)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามราคาค่าเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ราคาเช่าห้องชุดที่ใช้บริการ		
	10,000 - 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่ และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.7: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจใส่ และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.67: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจใส่ และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.41: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนการลงทะเบียน เข้าห้องชุด ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (4.23: มาก)	ขั้นตอนการลงทะเบียน เข้าห้องชุด ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (4.21: มาก)	ความพร้อมของห้องชุด สำหรับการให้บริการได้ ทันที เช่น เตียงที่ปู เรียบร้อย จัดหมอน ผ้า ห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น (3.94: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของบริเวณ อาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ (4.27: มาก)	บรรยากาศและความ สวยงามของสถานที่ โดยรวม ของเดอะ แกร นด์ วิกานันท์ เรสซิ เดนซ์ (4.07: มาก)	การมีระบบรักษาความ ปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงาน รักษาความปลอดภัย ประจำการ การมีระบบ กล้องวงจรปิด เป็นต้น (4.24: มาก)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องชุดที่เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ พอเหมาะพอดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เคอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท บาท 15,001 - 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเช่าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 10,000 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัย
 ย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความ
 สะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ส่วนผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่เช่าห้องชุดราคา 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้าง
 และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ บรรยากาศและความสวยงาม
 ของสถานที่โดยรวม ของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่า
 ห้องชุดราคา มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ
 ลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24
 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
 เดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงส่วน
 ประสมการตลาดบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าชาวต่างชาติของเดอะ แกรนด์
 วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ เป็นผู้ที่มี
 ภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 1,500 –
 2,500 USD โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการเกษียณอายุ ดังนั้น
 เดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ อาจมีการปรับภาพลักษณ์ของ เดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิ
 เดนซ์ ใหม่ โดยเป็นที่พักระยะยาว ระดับกลางของชาวเอเชีย เน้นขนาดของห้องชุดมีความเหมาะสม
 สำหรับการเป็นที่พักระยะยาว ควรมีการปรับภายในอาคารให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้
 โดยเฉพาะ เช่น การเพิ่มทางลาดในอาคารในกรณีที่มีการใช้ล้อเข็น การเลือกวัสดุปูพื้นที่ไม่ลื่น
 เกินไปอันอาจเสี่ยงต่อการหกล้มได้ การเสริมราวจับตามจุดต่างๆ เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องน้ำ เป็นต้น
 เดอะ แกรนด์ วิทยานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆภายในห้องชุดให้มากขึ้น
 ด้วย เช่น Cable TV ที่รับช่อง NHK ได้สำหรับลูกค้าชาวญี่ปุ่น หรือ ช่อง K-Channel สำหรับกลุ่ม
 ลูกค้าชาวเกาหลี เป็นต้น รวมถึงความสะอาดของห้องชุดอีกด้วย

ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรเน้นภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand) ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ให้มีความโดดเด่น ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของห้องชุด และมีห้องชุดหลากหลายแบบให้เลือก รวมถึงคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าจะได้รับด้วยและเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงคุณลักษณะพิเศษดังกล่าวอันไม่อาจจะหาได้จากที่พัก หรืออาคารชุดรายอื่นๆ ในท้องตลาด ดังนั้น เดอะแกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการเน้นย้ำกับพนักงานในการอธิบายและนำเสนอห้องชุดในแบบต่างๆ รวมถึงคุณภาพวัสดุที่ใช้ ภายในห้องชุดให้มากยิ่งขึ้นด้วย เพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) ของห้องชุด และมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย และเต็มใจจะจ่าย (Willingness To Pay) โดยลูกค้าจะไม่เพียงได้แต่ห้องพัก แต่ยังได้ความประณีตในการออกแบบและตกแต่งแบบ Modern Boutique รวมถึงคุณภาพของการบริการที่ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีให้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการปรับปรุงในบางประเด็น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อาทิเช่น Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์นั้น ควรเร่งก่อสร้างในส่วนที่ยังค้างไว้แล้วเสร็จโดยเร็วและควรติดป้ายบอกให้ลูกค้าได้รับทราบว่าสามารถเปิดให้บริการเต็มรูปแบบได้เมื่อใด เพื่อเป็นการลดความไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ด้วยการให้บริการห้องอาหารนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการปรับปรุงรายการอาหารให้มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายนั้น ควรได้รับการทดสอบสัญญาณว่ามีความครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ หรือทุกชั้นหรือไม่ โดยเฉพาะส่วนห้องชุดที่อยู่ห่างออกไปจากตัวกระจายสัญญาณ (Router) ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อาจจะพิจารณาติดตั้งตัวกระจายสัญญาณในตำแหน่งจุดอับสัญญาณของแต่ละชั้นด้วย ส่วนการให้บริการพิตเนส นั้น เนื่องจากในปัจจุบันทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีเครื่องออกกำลังกายเพียง 5 เครื่อง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการให้บริการในปัจจุบัน จึงเป็นเหตุให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในประเด็นนี้ ดังนั้น เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ควรเพิ่มเครื่องออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ลู่วิ่งไฟฟ้า จักรยานปั่นไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อให้พอเพียงกับปริมาณของลูกค้าที่มีในปัจจุบัน และในอนาคตหากมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

การให้บริการซักอบรีด ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เนื่องจากทางกิจการไม่มีความชำนาญ เพียงมีไว้เพื่อให้บริการภายในของบริษัทเป็นหลัก ดังนั้นทางกิจการ อาจติดต่อให้กิจการภายนอกมาเช่าพื้นที่ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์แทน โดยอาจจะเสนอค่าเช่าราคาต่ำกว่าปกติให้กับกิจการซักอบรีด อีกด้วย นอกจากนั้น ทาง เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรแบ่งโซนของผู้เช่าที่ต้องการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ให้อยู่ในบริเวณ โซนเดียวกัน เพื่อไม่ให้สัตว์เลี้ยง

ไปก่อนความรบกวนให้ผู้เช่ารายอื่น รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขในการมีสัตว์เลี้ยงที่เหมาะสมโดยต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้พักส่วนใหญ่เป็นหลักด้วย

ปัจจัยด้านราคา

เนื่องจากปัจจุบันที่พักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่มีเป็นจำนวนมาก เช่น อาคารชุด โรงแรม หรือ เกสต์เฮาส์ต่างๆ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่มุ่งแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก ซึ่งเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ต้องการรักษาระดับราคาห้องชุดที่เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการเอาไว้ และเป็นที่พักระยะยาว ระดับกลางของชาวเอเชีย ดังนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีระดับราคาของห้องชุดให้ลูกค้าเลือกหลายระดับ และสามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งหลักที่ให้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในย่านเดียวกัน อาทิเช่น ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อาจจะปรับลดราคาห้องพักใน ชั้น 2 ลงอีก เป็นห้องพักราคาเดี่ยว 10,000 บาท สำหรับห้องพักแบบ Studio เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงได้ และราคาดังกล่าวยังเป็นราคาจูงใจสำหรับการให้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ หรือง่ายต่อการตัดใจสำหรับลูกค้าอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการปรับปรุงในบางประเด็น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อาทิเช่น ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรปรับปรุงราคาอาหารให้มีราคาใกล้เคียงหรือต่ำกว่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียง โดยการตั้งราคาอาหารของทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์นั้น ไม่ควรเป็นการตั้งราคาเพื่อมุ่งหวังกำไรสูงสุดจากร้านอาหาร แต่ควรตั้งราคาโดยอ้างอิงกับราคาตลาดเป็นหลัก เพื่อให้ทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ที่บริการครบครันของการเป็นที่พักระยะยาว ระดับกลางของชาวเอเชีย

ส่วนสินค้าใน Minimart ควรปรับให้มีราคาใกล้เคียงกับพื้นที่บริเวณใกล้เคียงด้วย เนื่องจากทาง เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่ได้มีความถนัด ในเรื่องการจัดการสินค้าใน Minimart ทำให้สินค้าบางอย่างขาด หรือ มีราคาสูงเนื่องจากทางกิจการซื้อสินค้าจากทางห้างสรรพสินค้ามาจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง ทำให้ลูกค้าเห็นว่าสินค้าใน Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีราคาสูงกว่าท้องตลาดโดยทั่วไป

เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรจัดทำใบเสร็จให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้เบิกค่าใช้จ่ายกับทางบริษัทได้ โดยอาจจะพิจารณาซื้อโปรแกรมบัญชี หรือ โปรแกรมบริหาร Service Apartment สำเร็จรูปมาใช้ในกิจการ เช่น โปรแกรม EZ Apartment โปรแกรม Hotel Lock เป็นต้น เพื่อให้การออกเอกสารทางการเงินต่างๆของกิจการเป็นมาตรฐาน อีกทั้งควรยกเลิกการเก็บค่าทำธรรมเนียม ร้อยละ 3 ในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตของลูกค้า เพื่อเป็นการลดความไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นกับลูกค้าในปัจจุบันอีกด้วย นอกจากนี้ทางเดอะ แกรนด์

วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรชี้แจงค่าประกันความเสียหาย 1 เดือนของค่าเช่า ให้กับลูกค้าที่ได้รับทราบ ว่า กิจการจะคืนเงินจำนวนนี้ให้กับทางลูกค้าเมื่อมีการแจ้งย้ายออก และไม่ได้มีการหักค่าใช้จ่ายใดๆ หากลูกค้าไม่ได้ทำความเสียหายให้กับทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์

ปัจจัยด้านสถานที่

ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรเน้นย้ำถึงจุดเด่นด้านทำเลที่ตั้งของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ว่าอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีความสงบ เป็นส่วนตัวสูง เดินทางไป-มาได้โดยสะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เหมาะสมต่อการพักระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรมีการปรับปรุงในบางประเด็น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อาทิเช่น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรปรับปรุงเว็บไซต์ (Web Site) ใน 2 ส่วน คือ ด้านรายละเอียดของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ในเว็บไซต์ และ ด้านการเข้าถึงเว็บไซต์เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ในส่วนของรายละเอียดของเว็บไซต์ นั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรเพิ่มรายละเอียดของห้องชุดแต่ละแบบของกิจการให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น เช่น ห้องชุดแบบ Studio จะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องชุด ได้แก่ ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น และในส่วนของ การเข้าถึงเว็บไซต์ นั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ อาจจะพิจารณาสมัครบริการ Google Adwords ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถหา Website ของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ได้ง่ายยิ่งขึ้นอีกด้วย

และทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรให้ลูกค้าสามารถดาวน์โหลดเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น เว็บไซต์ที่ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ จะปรับปรุงนั้น ควรให้รองรับการจองห้องชุดผ่านทางเว็บไซต์ โดยไม่ต้องให้ลูกค้าส่งอีเมลล์ หรือ โทรศัพท์ติดต่อโดยตรงมายังเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้นอีกด้วย และควรจัดทำ Facebook ของกิจการอย่างเป็นทางการ เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารกับทางลูกค้าที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ควรผูกโยงแผนที่ของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ กับ Google Map และ Google Street View เพื่อความสะดวกในการค้นหาและการเข้าถึงของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการโฆษณาเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสตีเดนซ์ ทางอ้อม ผ่านทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้อีกทางหนึ่งด้วย

เนื่องจาก เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ถนนข้างเผือก จึงทำให้ที่ตั้งห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น Night Safari ศูนย์ร่มบ่อสร้าง สันกำแพง เป็นต้น ดังนั้นทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยจัดหารถเช่า หรือรถขนส่งสาธารณะ เช่น รถแดง รถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น อย่างไรก็ตามทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ อาจพิจารณาเพิ่มการให้บริการรับส่งลูกค้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ดังนั้นทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กิจการมากยิ่งขึ้น โดยอาจจะโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook twitter เป็นต้น และทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ควรเร่งปรับปรุงเว็บไซต์ (Web Site) ให้แล้วเสร็จโดยเร็ว เพื่อจะได้โฆษณาหรือทำการส่งเสริมการขายกับลูกค้าได้โดยตรงอีกด้วย

และเพื่อให้เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ เป็นที่รู้จักของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ อาจจงใจให้ค่าคอมมิชชั่นแก่ Agency มากกว่าปกติในช่วงแรกของการดำเนินงาน เช่น หาก Agency สามารถหาลูกค้าได้ในสัญญาเช่า 1 ปี ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จะจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้ Agency 1.5 เดือนของค่าเช่า เป็นต้น (โดยปกติการจ่ายค่าคอมมิชชั่นจะไม่เกิน 1 เดือนของค่าเช่าต่อสัญญา 1 ปี)

อย่างไรก็ตาม ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ อาจจะพิจารณาการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติมอีก โดยการให้สิทธิการจองห้องพักล่วงหน้าได้ โดยชำระเงินมัดจำร้อยละ 50 ของค่าเช่า 1 เดือนแรก จากเดิมที่ลูกค้าต้องชำระค่ามัดจำเต็มเดือน และโดยปกติ ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จะรับชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนเท่านั้น ดังนั้นทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรเพิ่มทางเลือกในการชำระค่าเช่าเป็นเงินสด ราย 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อรับส่วนลดเพิ่มเติมจากเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น หากลูกค้าชำระเป็นเงินสด 6 เดือนล่วงหน้าจะได้รับส่วนลดค่าเช่าห้องพักร้อยละ 10 และหากลูกค้าชำระเป็นเงินสด 1 ปีล่วงหน้าจะได้รับส่วนลดค่าเช่าห้องพักร้อยละ 15 เป็นต้น

นอกจากนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว โดยการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดการเข้ามาพักซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษา

ฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ ด้วยการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าโดยมุ่งรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ กับลูกค้า ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จึงควรจัดทำฐานข้อมูลผู้เข้าพักระยะยาว เช่น อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ภูมิลำเนา วันเกิด แบบห้องพักที่เลือก รายการอาหารที่สั่งเป็นประจำ เป็นต้น เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลที่ได้ นอกจากจะนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการบริหารระบบลูกค้าสัมพันธ์ต่อไปได้ต่อไป เช่น เพื่อส่งจดหมายข่าวหรืออีเมลเกี่ยวกับ โปรโมชันต่างๆ ของทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ไปยังลูกค้า การส่งการ์ด หรือ E-Card ในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่นวันเกิด หรือวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

เนื่องจากในปัจจุบันทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ มีการบริหารแบบครบวงจร จึงไม่ได้มีกฎระเบียบในการทำงานมากนัก อาศัยการบอกกล่าวด้วยวาจา ไม่มีเอกสารกำกับอย่างชัดเจน ดังนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ควรจัดให้มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยการกำหนดตารางเวรการทำงานให้ชัดเจน เช่น มีตารางเวรการทำงานของแต่ละแผนก และระบุว่าพนักงานรายใดทำงานกะใดบ้าง เป็นต้น รวมถึง ทั้งในส่วนของบริษัทที่พัก และพื้นที่อื่นๆ ของกิจการ เช่น บริเวณที่จอดรถ เป็นต้น

ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณลักษณะอันเหมาะสม และอบรมปลูกฝังเรื่องหัวใจของการบริการ ความอบอุ่น ความสุภาพให้กับพนักงาน รวมถึงการอบรมทักษะเฉพาะให้กับพนักงานในเรื่องการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เช่น เมื่อน้ำรั่ว ไฟดับ ควรแก้ไขอย่างไร เป็นต้น นอกจากนั้น เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าชาวต่างชาติได้ดีนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรอบรมให้พนักงานในปัจจุบันสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และเกาหลี ได้ในระดับเบื้องต้นด้วย เนื่องด้วยลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักมีความประสงค์ในการพักอาศัยในระยะยาว จึงมีความจำเป็นที่พนักงานจะต้องจดจำชื่อ และความต้องการเฉพาะของผู้พักแต่ละรายได้ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการ และสร้างความรู้สึกอุ่นใจให้กับลูกค้า อีกด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรให้ความสำคัญเรื่องของกระบวนการให้บริการ ณ ขณะที่ลูกค้าพักอาศัยกับเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น การทักทายและต้อนรับลูกค้า การทำความสะอาดห้องชุด และการให้บริการที่ถูกต้อง การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า

ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น โดยทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรจัดทำใบ Check list ของอุปกรณ์ภายในห้องชุด พร้อมระบุโค้ดของอุปกรณ์ในห้องชุดให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการตรวจเช็คอุปกรณ์ต่างๆ กับทางลูกค้า ทั้งก่อนและหลังการเข้าพัก โดยหากอุปกรณ์ใดมีการชำรุดอยู่แล้วแต่ยังอยู่ในสภาพที่ลูกค้ารับได้ ควรมีการถ่ายรูปบริเวณส่วนชำรุดนั้นๆ ให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้มีปัญหาในภายหลังอีกด้วย ส่วนการคิดค่าบริการค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า ในปัจจุบันทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ใช้ระบบมิเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ แต่อย่างไรก็ตาม ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรพาลูกค้าเป็นคู่มือ ก่อนเข้าพักทุกครั้ง และควรมีการชี้แจงถึงวิธีการคิดค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าของทางกิจการให้ชัดเจน เช่น หากลูกค้าใช้น้ำไม่เกิน 5 หน่วย ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จะไม่คิดค่าบริการ ส่วนค่าไฟฟ้า ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จะคิดตามหน่วยที่ใช้ตามมิเตอร์ เป็นต้น

นอกจากนั้น การทำความสะอาดห้องชุด ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรกำหนดวันทำความสะอาดประจำสัปดาห์ร่วมกับลูกค้า เช่น ควรมีการนัดหมายกับลูกค้าล่วงหน้า สำหรับวันทำความสะอาดเบื้องต้น (Basic Cleaning) และวันทำความสะอาดทั้งห้องชุด โดยวันทำความสะอาดเบื้องต้นนี้ แม่บ้านจะทำความสะอาดห้องชุดและเปลี่ยนผ้าเช็ดตัว ส่วนวันทำความสะอาดทั้งห้องชุด แม่บ้านจะทำความสะอาดห้องชุด ดูฝุ่น ถ้างห้องน้ำ เปลี่ยนผ้าเช็ดตัว และผ้าปูที่นอนด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น เรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้านการจองห้องชุด และขั้นตอนในการชำระเงินที่ไม่ล่าช้า ยังเป็นปัจจัยที่ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรให้ความสำคัญ และควรมีการจัดทำขั้นตอนการจองห้องชุดให้เป็นมาตรฐานใหม่ ดังนี้

ขั้นตอนการจองห้องชุดของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์

1. เมื่อผู้จองทำการจองผ่านเว็บไซต์ จองผ่าน Call Center หรือ ที่เคาเตอร์ของ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์

2. หลังจากทำการจองเรียบร้อยแล้ว ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จะตรวจสอบห้องว่าง และจะส่งการยืนยันการจองผ่านทางอีเมลล์ หรือทางโทรศัพท์ ให้ทราบภายใน 24 ชั่วโมง

2.1 ผู้จองสามารถที่จะตรวจสอบสถานะการจอง ผ่านทาง “สถานะการจอง” ในเว็บไซต์ หรือสอบถามผ่านทางโทรศัพท์

2.2 ในกรณีชำระผ่านบัตรเครดิตนั้น บัตรเครดิตการ์ดของผู้จอง จะไม่ถูกตัดเงิน จนกระทั่งการจอง มีการยืนยันแล้วเท่านั้น

3. หลังจากได้รับการยืนยันการจองผ่านทางอีเมลล์หรือทางโทรศัพท์แล้ว ทางผู้จองจะต้อง พิมพ์หลักฐานการจอง (Voucher)

3.1 ผู้จองสามารถพิมพ์หลักฐานการจองจากอีเมลล์ หรือ ผ่านทาง “สถานะการจอง” หรือ ให้ทางเจ้าหน้าที่แฟกซ์ไปทางหมายเลขแฟกซ์ของผู้จอง

3.2 ผู้จองสามารถที่จะยกเลิกการจอง เปลี่ยนแปลงการจองผ่านทางเว็บไซต์ หรือทางโทรศัพท์ แต่ต้องทำการยกเลิกล่วงหน้าอย่างน้อย 2 อาทิตย์ ก่อนจะถึงกำหนดวันที่เข้าพัก

3.3 เครดิตการ์ดของผู้จอง จะถูกทำการตัดเงินในขั้นตอนนี้

4. นำหลักฐานการจองแสดงให้พร้อมทั้งบัตรประจำตัวประชาชนหรือพาสปอร์ต กับทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ในวันที่ทำการเข้าพัก

4.1 ผู้จองจำเป็นที่จะต้องมียหลักฐานบัตรประจำตัวประชาชนหรือพาสปอร์ต เพื่อยืนยันตัวตน

4.2 เป็นความรับผิดชอบของผู้จองเองที่จะต้องเดินทางไปยังเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ทางกิจการจะไม่รับผิดชอบในส่วนของการเดินทางของผู้จอง

ในส่วนขั้นตอนการคืนห้องชุดก็ไม่ควรล่าช้า เช่น เมื่อถึงกำหนดวันที่ลูกค้าต้องคืนห้อง พนักงานต้องรีบดำเนินการตรวจสภาพห้องชุดโดยเร็วตามใบ Check list และดำเนินการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอย่างเป็นระบบ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ที่ลูกค้าต้องคืน โดยใช้ระบบการบันทึกและคำนวณด้วยซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และการออกบิลที่มีรายละเอียดชัดเจน เพื่อแสดงความถูกต้องโปร่งใสให้กับลูกค้าได้ เป็นต้น รวมถึง การคิดค่าชำรุดของอุปกรณ์ในห้องชุด หากเกิดการชำรุดขึ้น เช่น ทีวี โซฟา ผ้าปูที่นอนเกิดความเสียหาย เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าต้องรอนาน โดยอาจเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการโดยการจัดอบรมพนักงานส่วนหน้าให้ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ เครื่องคิดเงิน เครื่องรูดบัตรเครดิต ให้เกิดความชำนาญเพื่อลดความผิดพลาดในการให้บริการ และไม่ให้เกิดลูกค้าต้องรอนาน หากเกิดปัญหาต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็วไม่ล่าช้า และยอมรับในความผิดพลาดเมื่อเกิดปัญหาขึ้น และต้องอธิบายให้ผู้เข้าพักได้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าไว้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

เนื่องจากเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ นั้นไม่ได้ยึดติดถนนหลัก ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสถานที่ได้ยาก ดังนั้นทางเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ควรเร่งปรับปรุงในส่วนของป้ายชื่อและป้ายบอกทางเข้า-ออกของกิจการ ให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนกว่านี้ ทางกิจการควรพิจารณาจัดทำป้ายใหม่ ให้สามารถมองเห็นและอ่านได้ง่ายในระดับสายตา และเพิ่มความโดดเด่น

ให้แก่ป้าย เนื่องจากบริเวณถนนข้างเผือกนั้นมีป้ายขนาดเล็กใหญ่จำนวนมาก และซึ่งหากลูกค้ากำลังขับรถมองหาอาคารตลาดสายตาและขับผ่านไป

นอกจากนั้น ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรจัดทำรูปแบบของพนักงานให้เป็นมาตรฐานมีความเรียบร้อยและสวยงาม รวมถึง โลโก้ (Logo) ของเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ให้จดจำได้ง่ายอีกด้วย ส่วนระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนเข้าตึกของ เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์นั้น เนื่องจากทางกิจการต้องการจะจำกัดการเข้าออกของบุคคลภายนอก แต่กลับเป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ทาง เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ให้ Keycard แก่ลูกค้าเพียงบัตรเดียวต่อห้อง แต่บางห้องชุดอยู่กันมากกว่า 1 คน หากต้องการบัตรเพิ่มต้องซื้อกับทางกิจการบัตรละ 200 บาท ดังนั้นทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรเปลี่ยนนโยบายโดยให้ Keycard จำนวน 2 ใบ สำหรับห้องแบบ Studio และ One bedroom และ ให้ Keycard จำนวน 4 ใบ สำหรับห้องแบบ Two bedroom เป็นต้น หากลูกค้าต้องการ Keycard เพิ่มอีก ทางเดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ ควรให้ลูกค้าวางเงินประกันค่า Keycard โดยหากลูกค้าคืนห้องชุด ทางกิจการก็จะคืนเงินประกันค่าบัตรให้แก่ลูกค้า เพื่อลดความไม่พึงพอใจในเรื่องดังกล่าวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอีกด้วย