

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่เช่าห้องชุดในโครงการอาคารชุดที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในรัศมีไม่เกิน 3 กิโลเมตร จำนวน 200 ราย เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้น โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ รวมถึงปัญหาที่พบในการเลือกเช่าห้องชุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา คณะ รายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) โครงการอาคารชุดที่อาศัยอยู่ ชั้นที่พักอาศัย ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ ผู้ร่วมพักอาศัย ลักษณะการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า อัตราค่าเช่าห้องชุดต่อเดือน การทำสัญญาเช่าห้องชุด และแหล่งข้อมูลในการให้เช่าห้องชุด

ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.50 และเป็นเพศหญิง 49.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 22 ปี ร้อยละ 69.50 รองลงมา คือ มีอายุ 23 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.00 ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 31.50 รองลงมา คือ ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 24.50 ศึกษาอยู่ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 19.00 รองลงมา คือ คณะวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 18.50 มีรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) 5,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 38.50 รองลงมา คือ 4,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 30.50 อาศัยอยู่บนชั้น 1- 3 ร้อยละ 48.50 รองลงมา คือ ชั้นที่ 4 - 6 ร้อยละ 38.50 อยู่อาศัยในอาคาร

ชุดเป็นระยะเวลา 6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ 2 ปีขึ้นไป ร้อยละ 29.50 ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับเพื่อน ร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ พักอาศัยอยู่คนเดียว ร้อยละ 25.50 มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน ร้อยละ 44.50 รองลงมา คือ ไม่มีการจ่ายล่วงหน้า ร้อยละ 31.00 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในห้องชุดที่มีอัตราค่าเช่าเดือนละ 2,001 – 3,500 บาท ร้อยละ 63.00 รองลงมา คือ 3,501 – 5,000 บาท ร้อยละ 31.00 ทำสัญญาเช่ากับสำนักงานนิติบุคคลฯ ร้อยละ 39.50 รองลงมา คือ ทำสัญญาเช่ากับเจ้าของห้องชุดโดยตรง ร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่รับรู้แหล่งข้อมูลการให้เช่าห้องชุดจากการมีคนแนะนำ ร้อยละ 58.21 รองลงมา คือ สอบถามสำนักงานนิติบุคคลฯ ร้อยละ 16.79

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยมีผลการศึกษาในแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

**ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) และผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.07)

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา คือ การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

(ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมา คือ เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75)

**ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบ และในสำนักงานฯ และบรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) และสภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94)

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้ เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา คือ มีลิฟท์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.91)

**ปัจจัยด้านราคา** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ อัตราค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา คือ อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) และอัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.61)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา คือ การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด (ค่าเฉลี่ย 3.36) และมีป้ายประกาศ หรือ โปสเตอร์แจ้งข่าวห้องชุดให้เช่า (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 45 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก

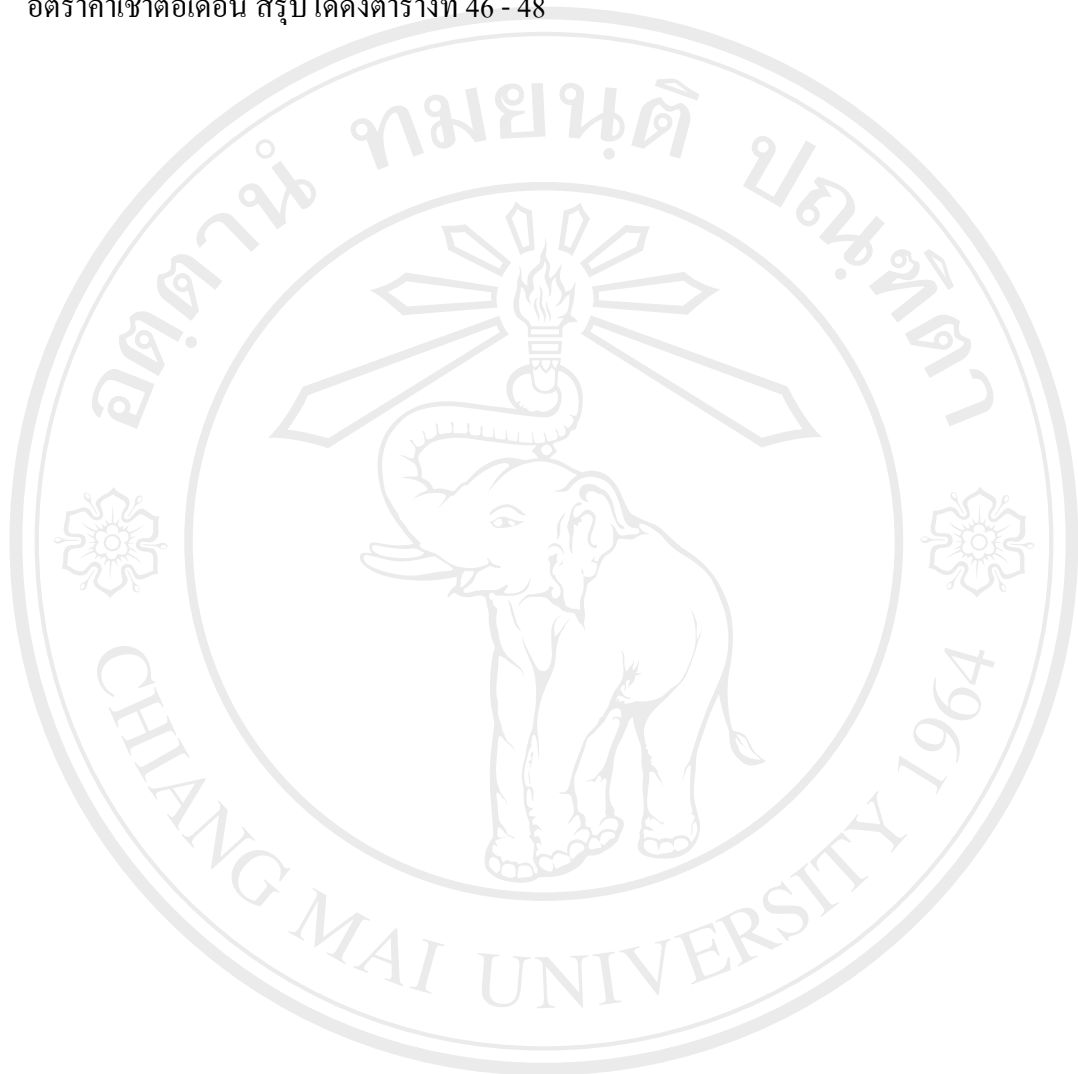
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	1. การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย	4.19	มาก
	2. ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด	4.16	มาก
	3. ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น	4.07	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	1. มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ	3.91	มาก
	2. การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก	3.88	มาก
	3. มีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณภายในห้องชุดเสียหาย	3.86	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง	1. ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	4.49	มากที่สุด
	2. เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด	3.82	มาก
	3. ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า	3.75	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ	1. สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย	4.12	มาก
	2. ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบ และในสำนักงานฯ และบรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด	4.00	มาก
	3. สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี	3.94	มาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	1. มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้ เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้	3.95	มาก
	2. มีลิฟท์ให้บริการ	3.94	มาก
	3. ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง	3.91	มาก

ตารางที่ 45 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านราคา	1. อัตราค่าเช่ารายเดือน	3.93	มาก
	2. อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	3.88	มาก
	3. อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย	3.61	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก	3.62	มาก
	2. การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด	3.36	ปานกลาง
	3. มีป้ายประกาศ หรือ โปสเตอร์แจ้งข่าวห้องชุดให้เช่า	3.18	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.40-4.19 เท่ากับมาก 2.60-3.39 เท่ากับปานกลาง 1.80-2.59 เท่ากับน้อย 1.00-1.79 เท่ากับน้อยที่สุด

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบ  
สอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) และ  
อัตราค่าเช่าต่อเดือน สรุปได้ดังตารางที่ 46 - 48



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 46 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวีดีโอวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ประตูระบบ Key Card ยามรักษาความปลอดภัย และทางหนีไฟ</li> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> <li>- มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบถ้วน และอยู่ในสภาพดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>
ด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถานับการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชน ผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มากที่สุด</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถานับการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชน ผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มากที่สุด</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>

ตาราง 46 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- การมีส่วนลดค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า หรือค่าประกันฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>ปานกลาง</li> <li>ปานกลาง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- การมีส่วนลดค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า หรือค่าประกันฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>ปานกลาง</li> </ul>
ด้านกระบวนการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ</li> <li>- สามารถทำสัญญาเช่าห้องชุดกับสำนักงานนิติบุคคล และเข้าอยู่ได้ทันที</li> <li>- การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>- เมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย มีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ</li> <li>- การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> <li>- มีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย</li> <li>- สามารถทำสัญญาเช่าห้องชุดกับสำนักงานนิติบุคคล และเข้าอยู่ได้ทันที</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> <li>มาก</li> </ul>



ตาราง 46 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาด บริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ	- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด	มาก	- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัย ของยามรักษาความปลอดภัย	มากที่สุด
	- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัย ของยามรักษาความปลอดภัย	มาก	- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด	มากที่สุด
	- ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกัน ไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น	มาก	- ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด	มาก
ด้านการสร้าง ลักษณะ ทางกายภาพ	- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย	มาก	- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย	มากที่สุด
	- สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายใน โครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี	มาก	- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการ อาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด	มาก
	- ความสะอาดบริเวณ โครงการอาคารชุด โดยรอบ และในสำนักงานฯ	มาก	- ความสะอาดบริเวณ โครงการอาคารชุด โดยรอบ และในสำนักงานฯ	มาก

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีจำนวน 101 คน และเพศหญิง มีจำนวน 99 คน

: ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.40-4.19 เท่ากับมาก 2.60-3.39 เท่ากับปานกลาง 1.80-2.59 เท่ากับน้อย 1.00-1.79 เท่ากับน้อยที่สุด

ตาราง 47 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001 - 4,000 บาท	4,001 บาทขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> <li>- มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวีดีโอวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ประตูระบบ Key Card ขามรักษาความปลอดภัย และทางหนีไฟ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบถ้วน และอยู่ในสภาพดี</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> </ul>
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย</li> </ul>

ตาราง 47 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001 - 4,000 บาท	4,001 บาทขึ้นไป
ด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> </ul>
ด้านการส่งเสริม การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- มีป้ายประกาศ หรือ โปสเตอร์แจ้งข่าวห้องชุดให้เช่า</li> <li>- การมีส่วนลดค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า หรือค่าประกันฯ</li> <li>- มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- การมีส่วนลดค่าเช่ารายเดือน ค่าเช่าล่วงหน้า หรือค่าประกันฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- มีป้ายประกาศ หรือ โปสเตอร์แจ้งข่าวห้องชุดให้เช่า</li> </ul>

ตาราง 47 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001 - 4,000 บาท	4,001 บาทขึ้นไป
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวก ในการจองรถ</li> <li>- มีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย</li> <li>- มีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจองรถ</li> <li>- มีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย</li> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจองรถ การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> <li>- สามารถทำสัญญาเช่าห้องชุดกับสำนักงานนิติบุคคล และเช่าอยู่ได้ทันที</li> </ul>
ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- พนักงานทำความสะอาดเอาใจใส่เรื่องความสะอาดของโครงการอาคารชุด</li> <li>- ผู้บริหารสำนักงานฯ หรือเจ้าของห้องชุดเอาใจใส่เรื่องความเป็นอยู่ของผู้เช่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด</li> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด</li> <li>- ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น</li> </ul>

ตาราง 47 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001 - 4,000 บาท	4,001 - 5,000 บาท
ด้านการสร้างลักษณะ ทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี</li> <li>- ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบและในสำนักงานฯ</li> <li>- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุดรวมทั้งภายในห้องชุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย</li> <li>- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุดรวมทั้งภายในห้องชุด</li> <li>- สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี</li> <li>- ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบและในสำนักงานฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย</li> <li>- ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบและในสำนักงานฯ</li> <li>- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุดรวมทั้งภายในห้องชุด</li> </ul>

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) ไม่เกิน 3,000 บาท มีจำนวน 26 คน 3,001 - 4,000 บาท มีจำนวน 36 คน และ 4,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 138 คน

ตาราง 48 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามอัตราค่าเช่าต่อเดือน

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 2,000 บาท	2,001 - 3,500 บาท	3,501 บาทขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- มีเครื่องปรับอากาศภายในห้องชุด</li> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- มีบริการรับชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า โดยเจ้าหน้าที่นิติบุคคลฯ</li> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบถ้วน และอยู่ในสภาพดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง</li> <li>- มีลิฟท์ให้บริการ</li> <li>- มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้</li> </ul>
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า</li> <li>- อัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย</li> </ul>

ตาราง 48 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามอัตราค่าเช่าต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 2,000 บาท	2,001 - 3,500 บาท	3,501 บาทขึ้นไป
ด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- สามารถติดต่อกับสำนักงานนิติบุคคล และทำสัญญา ทางระบบอินเทอร์เน็ต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</li> <li>- เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด</li> <li>- ใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า</li> </ul>
ด้านการส่งเสริม การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การมีส่วนลดค่าเช่ารายเดือน</li> <li>- ค่าเช่าล่วงหน้า หรือค่าประกันฯ</li> <li>- มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- มีป้ายประกาศ หรือโปสเตอร์</li> <li>- แจ็งข่าวห้องชุดให้เช่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก</li> <li>- มีป้ายประกาศ หรือโปสเตอร์</li> <li>- แจ็งข่าวห้องชุดให้เช่า</li> <li>- การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> </ul>

ตาราง 48 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามอัตราค่าเช่าต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 2,000 บาท	2,001 - 3,500 บาท	3,501 บาทขึ้นไป
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถทำสัญญาเช่าห้องชุดกับสำนักงานนิติบุคคล และเช่าอยู่ได้ทันที</li> <li>- มีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย</li> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ</li> <li>- มีกฎระเบียบในการเข้าพัก เช่น ห้ามส่งเสียงดัง</li> <li>- ห้ามทำอาหารภายในห้องชุด</li> <li>- ห้ามเลี้ยงสัตว์ภายในห้องชุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ</li> <li>- มีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย</li> <li>- การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก</li> <li>- มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ</li> <li>- มีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย</li> </ul>



ตาราง 48 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามอัตราค่าเช่าต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 2,000 บาท	2,001 - 3,500 บาท	3,501 บาทขึ้นไป
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของ</li> <li>ยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- ทัศนคติของผู้บริหารสำนักงานฯ</li> <li>เจ้าของห้องชุด รวมทั้งพนักงานผู้ดูแล</li> <li>โครงการอาคารชุดทุกคน</li> <li>ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน</li> <li>ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> <li>- พนักงานทำความสะอาดเอาใจใส่เรื่อง</li> <li>ความสะอาดของโครงการอาคารชุด</li> <li>ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุด</li> <li>เดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแล</li> <li>โครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด</li> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของ</li> <li>ยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุด</li> <li>เดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของ</li> <li>ยามรักษาความปลอดภัย</li> <li>- ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแล</li> <li>โครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด</li> <li>- ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน</li> <li>ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด</li> </ul>

ตาราง 48 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามอัตราค่าเช่าต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด		
	ไม่เกิน 2,000 บาท	2,001 - 3,500 บาท	3,501 บาทขึ้นไป
ด้านการสร้างลักษณะ ทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย</li> <li>- สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี</li> <li>- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย</li> <li>- สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี</li> <li>- ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบและในสำนักงานฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย</li> <li>- บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด</li> <li>- ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบและในสำนักงานฯ</li> </ul>

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในห้องชุดที่มีอัตราค่าเช่าต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท มีจำนวน 10 คน 2,001 - 3,500 บาท มีจำนวน 126 คน และ 3,501 บาทขึ้นไป มีจำนวน 64 คน

### ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกเช่าห้องชุด

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกเช่าห้อง 10 อันดับแรก ได้แก่ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ถนนเข้า ออกคับแคบ ไม่สะดวกในการสัญจร ห้องน้ำ สุขภัณฑ์มีสภาพทรุดโทรม มลพิษทางเสียง อากาศ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้พักอาศัยในห้องอื่น มีเฟอร์นิเจอร์ไม่เพียงพอกับความจำเป็นในการใช้งาน ทิวทัศน์ที่มองเห็นจากในห้องชุดไม่สวยงาม ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพง ไม่มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด และไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix – 7Ps) พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด โดยมีความสำคัญแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ในการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ จึงไม่สามารถเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยนี้ได้

นอกจากนี้ยังพบว่าผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ ณัฐพล กกก้าแห่ง (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด

บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้ เสื้อผ้า โถง เก้าอี้ รองลงมาคือ มีลิฟท์ให้บริการ และห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความคงทนของตัวอาคาร รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำภายในห้องพัก และการออกแบบภายในห้อง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล กกก้าแหง (2546) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมา คือ ที่จอดรถมีความกว้างขวาง และปลอดภัย และเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่ารายเดือน รองลงมา คือ อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และอัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 2 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าเช่ารายเดือน รองลงมา คือ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ โกลด์สถานันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 2 ลำดับ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด และใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ในลำดับที่ 1 และ 3 ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง และที่พักใกล้ที่ทำงาน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 2 ลำดับ ได้แก่ การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล

โครงการอาคารชุด และมีป้ายประกาศ หรือโปสเตอร์แจ้งข่าวห้องชุดให้เช่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ในลำดับที่ 2 ได้แก่ คำบอกเล่าจากคนรู้จัก

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ รองลงมา คือ การให้คำแนะนำ และพาชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก และมีความรวดเร็วในการให้บริการเมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นระดับมาก ในลำดับที่ 1 ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย รองลงมา คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด และผู้ที่อยู่อาศัยในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ เขมกร คำนวน (2544) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 2 ลำดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก รองลงมา คือ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย รองลงมา คือ ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบ และในสำนักงานฯ และบรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล กนกคำแหง (2546) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 2 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การดูแลห้องพัก และทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น รองลงมา คือ การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย โดยรวม 4 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง และการสร้างลักษณะทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และการสร้างลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ปัจจัย ที่เพิ่มจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4Ps ที่เป็นส่วนประสมการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป แสดงว่าปัจจัย ทั้ง 3 ปัจจัยข้างต้นเป็นปัจจัยที่เพิ่มขึ้นสำหรับธุรกิจบริการ และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุด
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ ใกล้เคียงสถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด
4. ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 10 ลำดับแรก เป็นปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3 ข้อ ได้แก่ การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น และเป็นปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ 3 ข้อ ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย ความสะอาดบริเวณ โครงการอาคารชุด โดยรอบ และในสำนักงานฯ บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด และสภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี ซึ่งปัจจัยย่อยทั้งหมดมีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุดอยู่ในระดับมาก
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้แหล่งข้อมูลการให้เช่าห้องชุดจากคำบอกกล่าวจากคนรู้จัก
6. ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในห้องชุดที่มีอัตราค่าเช่าต่อเดือน 3,501 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ใกล้เคียงสถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด และสภาพแวดล้อมรอบๆที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย
7. ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน (ไม่รวมค่าเช่าห้องชุด) ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ใกล้เคียงสถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) อสังหาริมทรัพย์

ของผู้บริหารสำนักงานฯ เจ้าของห้องชุดรวมทั้งพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุดทุกคน ผู้บริหารสำนักงานฯ หรือเจ้าของห้องชุดเอาใจใส่เรื่องความเป็นอยู่ของผู้เช่า พนักงานทำความสะอาด เอาใจใส่เรื่องความสะอาดของโครงการอาคารชุด การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย พนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุดให้คำแนะนำ และคำปรึกษาแก่ผู้เช่า ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุดหรือเจ้าของห้องชุด ผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกัน ไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น สภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆภายในโครงการอาคารชุด อยู่ในสภาพที่ดี และความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบ และในสำนักงานฯ

### ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องชุด ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ นำข้อมูลเหล่านี้มาวางแผนการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น เตียง ตู้ เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ รองลงมา คือ มีลิฟท์ให้บริการ และห้องชุดมีขนาดกว้างขวาง ดังนั้นภายในห้องชุดผู้ประกอบการควรจัดให้มีเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันไว้บริการอย่างเพียงพอ เฟอร์นิเจอร์ที่ไม่จำเป็นไม่ควรนำมาวางไว้ในห้องชุด เพราะจะทำให้ห้องชุดคับแคบ และควรดูแลรักษาเฟอร์นิเจอร์ให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ โดยการขอความร่วมมือจากผู้เช่าให้ช่วยดูแลรักษา หากเกิดความเสียหายขึ้นผู้เช่าจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม ควรเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย และจัดวางเฟอร์นิเจอร์โดยคำนึงถึงการทำให้ห้องดูกว้างขวางมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ประกอบการ หรือพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด ควรให้ความสำคัญกับระบบลิฟท์ ต้องบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ

ผู้ประกอบการที่ต้องการจะทำเป็นห้องพักสำหรับนักศึกษาหญิง มีปัจจัยที่ต้องมีเพิ่มเติมจากปัจจัยที่เสนอแนะข้างต้น ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน เช่น กล้องวีดีโอวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ประตูระบบ Key Card ยามรักษาความปลอดภัย และทางหนีไฟ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกโครงการอาคารชุดที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี นอกจากนี้พนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุดต้องทำการบำรุงรักษาระบบอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ รวมไปถึงดูแลการทำงานของยามรักษาความปลอดภัยด้วย

ผู้ประกอบการที่อัตราค่าเช่าห้องชุดต่อเดือน 2,001 – 3,500 บาท มีปัจจัยที่ต้องมีเพิ่มเติมจากปัจจัยที่เสนอแนะข้างต้น ได้แก่ มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบถ้วน และอยู่ในสภาพดี ดังนั้นผู้ประกอบการ

ควรดูแลเครื่องสุขภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ โดยการขอความร่วมมือจากผู้เช่าให้ช่วยดูแลรักษา หากเกิดความเสียหายขึ้นผู้เช่าจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม

**ปัจจัยด้านราคา** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าเช่ารายเดือน รองลงมา คือ อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และอัตราการเก็บค่าประกันความเสียหาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดอัตราค่าเช่ารายเดือนที่เหมาะสมกับระดับของโครงการอาคารชุดแต่ละแห่ง และไม่แตกต่างไปจากโครงการอาคารชุดในระดับเดียวกัน แต่ผู้ประกอบการสามารถกำหนดอัตราค่าเช่าให้สูงกว่าห้องชุดในระดับเดียวกันได้ โดยการเพิ่มอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องชุด เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ แต่ก็ไม่ควรมีมากเกินไป เพราะจะทำให้ห้องชุดคับแคบ นอกจากนี้การกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าควรเป็นไปตามอัตราค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำหรับค่าน้ำกรณีที่เป็นน้ำประปาก็ควรกำหนดอัตราค่าน้ำตามอัตราค่าน้ำประปาของการประปาสวนภูมิภาค แต่ถ้าเป็นน้ำบาดาลก็ควรกำหนดอัตราค่าน้ำโดยไม่ควรรวมค่าใ้รมากเกินไปเพราะจะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นของผู้เช่าห้องชุด และกำหนดอัตราค่าน้ำที่ใกล้เคียงกับโครงการอาคารชุดที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ส่วนอัตราการเก็บค่าเช่าล่วงหน้าควรเท่ากับอัตราค่าเช่าห้องชุด 1 เดือน เพราะจากผลการศึกษา นักศึกษานิยมจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน ซึ่งอัตรานี้ช่วยให้ผู้เช่าตัดสินใจเลือกเช่าห้องชุดได้รวดเร็วขึ้น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ใกล้สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เดินทางได้สะดวก มีระบบขนส่งมวลชนผ่านหน้าโครงการอาคารชุด และใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกโครงการอาคารชุดที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งใกล้กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้า มีถนนทางเข้า ออกกว้างขวาง เดินทางได้สะดวก หากเป็นทำเลที่ตั้งที่เดินทางได้ไม่สะดวก เช่น อยู่ในซอยลึก อาจมีบริการรถไฟฟ้าคอยรับส่งผู้อยู่อาศัย ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรใส่ใจในการเลือกทำเลที่ตั้งเป็นอันดับต้นๆ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้พักอาศัย รวมถึงการให้คำแนะนำที่ดีจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลโครงการอาคารชุด เพราะหากผู้ที่อยู่อาศัยเดิมได้รับการบริการที่ดีเยี่ยม จึงจะทำให้เกิดการบอกกล่าวไปยังคนที่รู้จัก หรือผู้ประกอบการอาจให้ผลประโยชน์ในรูปแบบส่วนลดค่าเช่า หรือเงินค่าแนะนำแก่ผู้ที่ชักชวนเพื่อน หรือคนที่รู้จักมาพักในโครงการอาคารชุด



**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ รองลงมา คือ การให้คำแนะนำ และพวชมห้องชุดก่อนตัดสินใจเข้าพัก และมีความรวดเร็วในการให้บริการ เมื่ออุปกรณ์ภายในห้องชุดเสียหาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดระเบียบการจอดรถ และการจราจรภายในโครงการอาคารชุดที่ดี และมียาม หรือเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการจอดรถ โครงการอาคารชุดควรให้รถของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในอาคารชุดติดสติ๊กเกอร์อนุญาตให้จอด เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ที่อาศัยอยู่ที่อื่นเอารถมาจอดในบริเวณอาคารชุด นอกจากนี้โครงการอาคารชุดควรมีช่างไฟฟ้า ช่างประปา เพื่อให้บริการกรณีอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องชุดเกิดความเสียหาย

ผู้ประกอบการที่อัตราค่าเช่าห้องชุดต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท มีปัจจัยที่ต้องมีเพิ่มเติมจากปัจจัยที่เสนอแนะข้างต้น ได้แก่ มีกฎระเบียบในการเข้าพัก เช่น ห้ามส่งเสียงดัง ห้ามทำอาหารภายในห้องชุด ห้ามเลี้ยงสัตว์ภายในห้องชุด ดังนั้นผู้ประกอบการ หรือโครงการอาคารชุดควรพิจารณาให้มีกฎระเบียบในการพักอาศัย เพื่อให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในโครงการอาคารชุดเดียวกันอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ผู้ประกอบการที่อัตราค่าเช่าห้องชุดต่อเดือน 3,501 บาทขึ้นไป มีปัจจัยที่ต้องมีเพิ่มเติมจากปัจจัยที่เสนอแนะข้างต้น ได้แก่ มีการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอของผู้พักอาศัย ดังนั้นผู้ประกอบการควรรับฟังข้อคิดเห็นของผู้เช่า โดยอาจสอบถามจากผู้อยู่อาศัยโดยตรง หรือผู้อยู่อาศัยสามารถปรึกษานักงานนิติบุคคลฯ หรืออาจมีกล่องรับฟังความคิดเห็นจากผู้อยู่อาศัย ข้อร้องเรียน และข้อเสนอ ผู้ประกอบการ และโครงการอาคารชุดไม่ควรละเลย ควรนำมาพิจารณาเพื่อพัฒนา ปรับปรุงห้องชุด อาคารชุด รวมถึงคุณภาพในการให้บริการที่ดีด้วย

**ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การเอาใจใส่เรื่องความปลอดภัยของยามรักษาความปลอดภัย รองลงมา คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด หรือเจ้าของห้องชุด และผู้ที่อยู่อาศัยภายในอาคารชุดเดียวกันไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีอบรมพัฒนาทักษะการทำงานของยามรักษาความปลอดภัย รวมถึงพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นความสำคัญของการให้บริการ สามารถทำหน้าที่ของตนอย่างดีที่สุด และมีการตั้งกฎระเบียบในการพักอาศัยเพื่อให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในโครงการอาคารชุดอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข หรือมอบหมายให้บุคลากรของโครงการอาคารชุดช่วยสอดส่องดูแล ไม่ให้ผู้ที่อยู่ในอาคารชุดสร้างปัญหาให้กับผู้อื่น

ผู้ประกอบการที่อัตราค่าเช่าห้องชุดต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท มีปัจจัยที่ต้องมีเพิ่มเติมจากปัจจัยที่เสนอแนะข้างต้น ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ของผู้บริหารสำนักงานฯ เจ้าของห้องชุด รวมทั้งพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุดทุกคน และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการอบรมพัฒนา เพิ่มพูนทักษะการทำงานของพนักงานผู้ดูแลโครงการอาคารชุด เพื่อสามารถให้บริการ และแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี รวมทั้งสร้างบรรยากาศที่ดีในสำนักงาน เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และขี้มยิ้มแจ่มใสอยู่เสมอ

อนึ่ง ในปัจจุบันมีบริษัทที่ให้บริการด้านรักษาความปลอดภัยหลายแห่ง ที่มีความชำนาญด้านการรักษาความปลอดภัยโดยตรง บริษัทเหล่านี้มีการฝึกอบรมบุคลากรของตนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานที่ดีที่สุด จึงช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรจะนำมาพิจารณากำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย

**ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สภาพแวดล้อมรอบๆ ที่พักเหมาะสมกับการอยู่อาศัย รองลงมา คือ ความสะอาดบริเวณโครงการอาคารชุดโดยรอบ และในสำนักงานฯ บรรยากาศที่ดีภายนอกโครงการอาคารชุด รวมทั้งภายในห้องชุด และสภาพอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในโครงการอาคารชุดอยู่ในสภาพที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างสภาพแวดล้อมรอบๆ ที่พักอาศัย ให้น่าอยู่ เงียบสงบ ไม่มีเสียงอึกทึก ไม่มีมลพิษทางเสียง หรืออากาศ โดยอาจมีการตกแต่งบริเวณรอบๆ โครงการอาคารชุดด้วยต้นไม้พันธุ์ไม้ยืนต้น เพื่อสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่น รวมถึงดูแลเรื่องความสะอาดภายในโครงการอาคารชุดโดยรอบ รวมถึงในสำนักงานฯ มีการดูแลอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานอยู่เสมอ