

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการห้องเช่าแบบรายเดือนของพี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการห้องเช่าแบบรายเดือนของพี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 241 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 25 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด รู้จัก พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเดินทางผ่านมากที่สุด ระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 8 เดือน มีสมาชิกในห้องจำนวน 2 คน พักอาศัยอยู่กับเพื่อน และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเองมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ ที.ที. เรสซิเดนทส์ จังหวัดเชียงใหม่

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย ความสะอาด และบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย และขนาดของห้องพัก

**ด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ ค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก) และค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และอัตราค่าเช่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง)

**ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า และที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ค่าบอกรถเช่าจากคนรู้จัก ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง) และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย)

**ด้านบุคลากร** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้จัดการ อัยยาศัย ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานในอาคาร และความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก)

**ด้านกระบวนการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็วค่าเฉลี่ย และการดูแลห้องพัก และทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก)

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ที่กว้างขวางและบริเวณที่พักรวม สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระยะเวลาในการพักอาศัย จำนวนสมาชิกในห้อง และผู้ที่พักอาศัยด้วย และข้อเสนอแนะ

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตามเพศ

บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย (แปลผล)	หญิง (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ขนาดของห้องพัก (มาก) 2. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 3. ความสะอาด และบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (มาก)
ด้านราคา	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง) 3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (มาก) 3. อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	1. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 2. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (มาก)	1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก) 3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัย  
ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม  
เพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย (แปลผล)	หญิง (แปลผล)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (น้อย)</li> <li>3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง)</li> <li>3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)</li> </ol>
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (ปานกลาง)</li> <li>2. ความเอาใจใส่ของเจ้าของผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ปานกลาง)</li> <li>3. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)</li> <li>2. อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>3. ความเอาใจใส่ของเจ้าของผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)</li> </ol>
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ปานกลาง)</li> <li>3. การดูแลห้องพัก และทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็วมาก (มาก)</li> <li>3. การรักษาความปลอดภัย (มาก)</li> </ol>

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย (แปลผล)	หญิง (แปลผล)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1. สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (มาก) 2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (มาก) 3. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นส่วน (มาก)	1. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (มาก) 2. สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก) 3. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพักที่จัดสรรสะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบ และเขียว (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

3.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์  
จังหวัดเชียงใหม่ อันดับแรก จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ตามอันดับแรก จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี (แปลผล)	21 – 25 ปี (แปลผล)	26 – 30 ปี (แปลผล)	31 ปีขึ้นไป (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มากที่สุด) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ขนาดของห้องพัก (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ขนาดของห้องพัก (มาก) 3. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (มาก)	1. ขนาดของห้องพัก (มาก) 2. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก (มาก)
ด้านราคา	1. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (มาก) 2. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ และค่าบริการต่างๆ (มาก) 3. ค่าประกันความเสียหาย (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ และค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง) 3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และค่าประกันความเสียหาย (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ และค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (มาก) 3. อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง) 3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)

ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี (แปลผล)	21 – 25 ปี (แปลผล)	26 – 30 ปี (แปลผล)	31 ปีขึ้นไป (แปลผล)
ด้านการจัด จำหน่าย/สถานที่	1. ความสะดวกใน การเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ ใกล้ตลาดหรือ ศูนย์การค้า (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวก และปลอดภัย (มาก)	1. ความสะดวกใน การเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ ตลาดหรือ ศูนย์การค้า (มาก) 3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ สถานที่ทำงาน (มาก)	1. ความสะดวกใน การเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ ตลาดหรือ ศูนย์การค้า (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวก และปลอดภัย (มาก)	1. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ ตลาดหรือ ศูนย์การค้า (มากที่สุด) 2. ความสะดวกใน การเดินทาง (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวก และปลอดภัย (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1. ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา และ คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. สื่อโฆษณาทาง วิทยุแผ่นพับ และ สิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น (ปานกลาง)	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา (น้อย) 3. แผ่นพับ และ สิ่งพิมพ์ (น้อย)	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา (ปานกลาง) 3. หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น (น้อย)	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา (ปานกลาง) 3. หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (น้อย)

ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี (แปลผล)	21 – 25 ปี (แปลผล)	26 – 30 ปี (แปลผล)	31 ปีขึ้นไป (แปลผล)
ด้านบุคลากร	1. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก) 2. พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (มาก) 3. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)	1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก) 2. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร 3. อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (ปานกลาง)	1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก) 2. อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก) 3. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)	อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร และความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)
ด้านกระบวนการ	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. การรักษาความปลอดภัย (มาก) 3. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ปานกลาง) 3. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (ปานกลาง)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก) 3. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก) 3. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก)



ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี (แปลผล)	21 – 25 ปี (แปลผล)	26 – 30 ปี (แปลผล)	31 ปีขึ้นไป (แปลผล)
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	1.สถานที่กว้างขวาง และบริเวณที่พัก สวยงาม (มาก) 2.สภาพแวดล้อม รอบๆสถานที่ตั้ง (มาก) 3.สภาพแวดล้อม ภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่ จัดครด สะอาด สวยงาม บรรยากาศมีความ สงบและเงียบ (มาก)	1. ความสวยงาม ของการตกแต่ง ภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่ อึดอัด (มาก) 2. สภาพแวดล้อม ภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จัดครด สะอาด สวยงาม บรรยากาศมีความ สงบและเงียบ (มาก) 3. สภาพแวดล้อม รอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)	1. สถานที่ กว้างขวางและ บริเวณที่พัก สวยงาม (มาก) 2. สภาพแวดล้อม รอบๆสถานที่ตั้ง (มาก) 3. การออกแบบ ตกแต่งและแบ่ง ส่วนการใช้พื้นที่ อาคารเป็น สัดส่วน (มาก)	1. สถานที่ กว้างขวางและ บริเวณที่พัก สวยงาม (มาก) 2. การออกแบบ ตกแต่งและแบ่ง ส่วนการใช้พื้นที่ อาคารเป็น สัดส่วน (มาก) 3.สภาพแวดล้อม ภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่ จัดครด สะอาด สวยงาม บรรยากาศ มีความสงบและ เงียบ (มาก)

### 3.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สตามอันดับแรก จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สถานภาพ	
	โสด (แปลผล)	สมรส (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก)</li> <li>2. ขนาดของห้องพัก (มาก)</li> <li>3. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้องเช่า (มาก)</li> <li>2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)</li> <li>3. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก)</li> </ol>
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง)</li> <li>2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)</li> <li>3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง)</li> <li>2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)</li> <li>3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)</li> </ol>
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก)</li> <li>2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)</li> <li>3. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก)</li> <li>2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)</li> <li>3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (มาก)</li> </ol>
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง)</li> <li>3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (น้อย)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (น้อย)</li> <li>3. สื่อโฆษณาทางวิทยุและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)</li> </ol>

ตารางที่ 75 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัย  
ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม  
สถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	สถานภาพ	
	โสด (แปลผล)	สมรส (แปลผล)
ด้านบุคลากร	1.ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือ ผู้ดูแลอาคาร (มาก) 2.อริยาสัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก) 3.ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)	1. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร (มาก) 2. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือ ผู้ดูแลอาคาร (มาก) 3.ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)
ด้านกระบวนการ	1.ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมี ปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2.ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและ รวดเร็ว (มาก) 3. การรักษาความปลอดภัย (มาก)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมี ปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้ เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก) 3. มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ตลอดเวลา (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	1. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พัก สวยงาม (มาก) 2. สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก) 3. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณ ห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)	1.สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พัก สวยงาม (มาก) 2.การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วน การใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก) 3.สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)

3.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งในส่วนนี้ได้รวมเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา และกลุ่มที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยอาชีพ แม่บ้านจำนวน 12 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 50 คน รับจ้างจำนวน 12 คน เจ้าของธุรกิจจำนวน 2 คน พนักงานบริษัท 123 คน พนักงานจ้างหน่วยงานราชการจำนวน 1 คน ลูกจ้างประจำจำนวน 2 คน และไม่ได้ทำงานจำนวน 4 คน

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ	
	นักเรียน/นักศึกษา (แปลผล)	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ขนาดของห้องพัก (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ขนาดของห้องพัก (มาก)
ด้านราคา	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)	1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3. แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ปานกลาง)	1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)

ตารางที่ 76 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตวิทยาลัย  
ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม  
อาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อาชีพ	
	นักเรียน/นักศึกษา (แปลผล)	ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา (แปลผล)
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>2. พนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ (มาก)</li> <li>3. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)</li> <li>2. อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>3. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)</li> </ol>
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. การรักษาความปลอดภัยขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก)</li> <li>3. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก)</li> <li>3. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)</li> </ol>
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน สบายงาม (มาก)</li> <li>2. สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>3. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน สบายงาม (มาก)</li> <li>2. สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>3. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาด สบายงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)</li> </ol>

3.5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับพี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์จังหวัดเชียงใหม่		
	ไม่เกิน 4 เดือน (แปลผล)	4 – 8 เดือน (แปลผล)	มากกว่า 8 เดือน (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ขนาดของห้องพัก (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก) 2. ขนาดของห้องพัก (มาก) 3. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)
ด้านราคา	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 3. อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง) 3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	1. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (มาก) 2. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)	1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (มาก)	1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 3. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม ระยะเวลาที่พักอาศัย พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์จังหวัดเชียงใหม่		
	ไม่เกิน 4 เดือน (แปลผล)	4 – 8 เดือน (แปลผล)	มากกว่า 8 เดือน (แปลผล)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3. แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (น้อย)	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)	1. คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา(ปานกลาง) 3. แผ่นพับ และ สิ่งพิมพ์ (น้อย)
ด้านบุคลากร	1. ความน่าเชื่อถือของ เจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก) 2. อรรถยาศัยความมีมนุษย สัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานใน อาคาร (มาก) 3.ความเอาใจใส่ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร ความเอาใจใส่ของ พนักงานทำความสะอาด (ปานกลาง)	1. ความน่าเชื่อถือของ เจ้าของหรือผู้ดูแล อาคาร (มาก) 2. ความซื่อสัตย์ของ พนักงานในอาคาร (มาก) 3. ความเอาใจใส่ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร (มาก)	1. อรรถยาศัยความมี มนุษยสัมพันธ์ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร (มาก) 2. ความน่าเชื่อถือของ เจ้าของหรือผู้ดูแล อาคาร (มาก) 3. ความเอาใจใส่ของ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือ พนักงานในอาคาร (มาก)

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม ระยะเวลาที่พักอาศัย พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาที่พักอาศัยกับ พี.ที. เรสซิเดนซ์จังหวัดเชียงใหม่		
	ไม่เกิน 4 เดือน (แปลผล)	4 – 8 เดือน (แปลผล)	มากกว่า 8 เดือน (แปลผล)
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>3. การรักษาความปลอดภัย (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก)</li> <li>3. การรักษาความปลอดภัย (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. ขั้นตอนในการติดต่อสะดวกและรวดเร็ว (มาก)</li> <li>3. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)</li> </ol>
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)</li> <li>2. สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>3. ความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (มาก)</li> <li>3. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่ที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม (มาก)</li> <li>2. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)</li> <li>3. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>



### 3.6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ตามอันดับแรก จำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำนวนสมาชิกในห้องพัก	
	คนเดียว (แปดผล)	2 คน (แปดผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย (มาก)</li> <li>2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)</li> <li>3. ขนาดของห้องพัก (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย ขนาดของห้องพักความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)</li> </ol>
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง)</li> <li>2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)</li> <li>3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ(มาก)</li> <li>2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (มาก)</li> <li>3. อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (มาก)</li> </ol>
ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก)</li> <li>2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (มาก)</li> <li>3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะดวกในการเดินทาง (มาก)</li> <li>2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)</li> <li>3. ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)</li> </ol>
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง)</li> <li>3. แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (น้อย)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง)</li> <li>2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง)</li> <li>3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)</li> </ol>
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>2. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>3. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร (มาก)</li> <li>2. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก)</li> <li>3. อธิยาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานในอาคาร(มาก)</li> </ol>

ตารางที่ 78 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม จำนวนสมาชิกในห้องพัก

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำนวนสมาชิกในห้องพัก	
	คนเดียว (แปลผล)	2 คน (แปลผล)
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ขั้นตอนในการติดต่อสะดวก และรวดเร็ว (มาก)</li> <li>2.เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (มาก)</li> <li>3.มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก)</li> <li>2. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)</li> <li>3. มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (มาก)</li> </ol>
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>2.สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพักที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)</li> <li>3.การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักรวม สภาพแวดล้อมรอบๆสถานที่ตั้ง (มาก)</li> <li>2.สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)</li> <li>3.การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก)</li> </ol>

3.7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน โดยในการจำแนกผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องเดียวกันได้รวมญาติพี่น้องจำนวน 17 คน พ่อแม่/ผู้ปกครอง จำนวน 6 คน และสามี/ภรรยา 2 คน เป็นกลุ่มคนในครอบครัวจำนวน 25 คน และกลุ่มอื่นๆ ซึ่งได้แก่ พี่สะใภ้ อา น้า ป้า

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตามผู้ที่พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ผู้ที่พักร่วมกัน		
	เพื่อน (แปลผล)	แฟน/คู่รัก (แปลผล)	คนในครอบครัว (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวาง และปลอดภัย (มาก) 2. ขนาดของห้องพัก (มาก) 3. ภาวการณ์และชื่อเสียงของที่พักและ ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวาง และปลอดภัย (มาก) 2. ขนาดของห้องพัก (มาก) 3. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก)	1. ที่จอดรถมีความกว้างขวาง และปลอดภัย (มาก) 2. ความสะอาดและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย (มาก) 3. ขนาดของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เตียง ผู้เสิร์ฟ (มาก)
ด้านราคา	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 3. อัตราค่าเช่าห้องพัก (ปานกลาง)	1. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ปานกลาง) 2. อัตราค่าเช่าล่วงหน้า (ปานกลาง) 3. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (ปานกลาง)	1. ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ (มาก) 2. อัตราค่าเช่าห้องพัก (มาก) 3. ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (มาก)

ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบังคับย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม ผู้พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ผู้พักร่วมกัน		
	เพื่อน (แปลผล)	แฟน/คู่รัก (แปลผล)	คนในครอบครัว (แปลผล)
ด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่	1.ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก) 3.ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)	1.ความสะดวกในการเดินทาง (มาก) 2.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (มาก) 3.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มาก)	1.ความสะดวกในการเดินทาง (มากที่สุด) 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (มากที่สุด) 3.ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1.คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2.ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3.หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (น้อย)	1.คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2.ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (น้อย) 3.แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (น้อย)	1. คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ปานกลาง) 2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ปานกลาง) 3. แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้จัดการอาคาร (มาก) 2. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (มาก) 3. อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้จัดการหรือพนักงานในอาคาร (มาก)	1.ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้จัดการอาคาร (มาก) 2. ความซื่อสัตย์ของพนักงานในอาคาร (ปานกลาง) 3.ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด (ปานกลาง)	1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้จัดการอาคาร (มาก) 2. อธิษาศัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของ ผู้จัดการหรือพนักงานในอาคาร (มาก) 3. ความเอาใจใส่ของเจ้าของ ผู้จัดการหรือพนักงานในอาคาร (มาก)

ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที.เรสซิเดนท์ จังหวัดเชียงใหม่ สามอันดับแรก จำแนกตาม ผู้พักร่วมกัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ผู้พักร่วมกัน		
	เพื่อน (แปลผล)	แฟน/คู่รัก (แปลผล)	คนในครอบครัว (แปลผล)
ด้านกระบวนการ	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. การดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น(มาก) 3. การรักษาความปลอดภัย (มาก)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มาก) 2. การรักษาความปลอดภัย (ปานกลาง) 3. เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น (ปานกลาง)	1. ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น (มากที่สุด) 2. มีบริการซักผ้าภายในอาคาร (มาก) 3. การรักษาความปลอดภัยและการดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าเดินทางไปต่างจังหวัด เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน (มาก) 2. สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (มาก) 3. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)	1. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก) 2. สภาพแวดล้อมรอบๆ สถานที่ตั้ง (มาก) 3. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน (มาก)	1. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่อาคารเป็นสัดส่วน (มาก) 2. สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักผ่อน และความสวยงามของการตกแต่งภายในห้องพัก อากาศถ่ายเท ไม่อึดอัด (มาก) 3. สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ (มาก)

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่พบในการใช้บริการเช่าห้องพักแบบรายเดือนของลูกค้า พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่ได้ได้รับความสะดวกสบาย เมื่อมาใช้บริการ รองลงมาพนักงานขาดความเอาใจใส่และขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ และการติดต่อต้องรอนาน พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ ในงานที่บริการ

#### อภิปรายผลการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ที่จอดรถมีความกว้างขวางและปลอดภัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องบัณฑิตวิทยาลัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การออกแบบและความสวยงามของหอพัก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวิภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547)** ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาพพจน์และชื่อเสียงของหอพัก

**ด้านราคา (Price)** จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าเช่ารายเดือน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวิภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมหอพักนักศึกษา

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place)** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัยย่อย ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หอพักใกล้สถาบันการศึกษา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวิภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัยย่อย ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เวลาเปิด-ปิด หอพัก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวิภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแจ้งข่าวสารทั่วไปของหอพัก เช่น ประกาศโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ เป็นต้น

**ด้านบุคลากร (People)** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลอาคาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลหอพัก แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ **รวิภา วงศ์บุศย์รัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง

**ด้านกระบวนการ (Process)** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ **รวีภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการจัดกิจกรรมปฐมนิเทศเพื่อให้นักศึกษาปรับตัวในการพักอาศัยร่วมกัน

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สถานที่กว้างขวางและบริเวณที่พักสวยงาม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ **ณัฐพล กกกำแหง (2546)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัยย่อย ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวีภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547)** ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น บริเวณห้องพัก ที่จอดรถ สะอาดสวยงาม บรรยากาศมีความสงบและเงียบ

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการห้องเช่าแบบรายเดือนของ พี.ที.เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นลำดับแรกคือ ไม่ได้รับความสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **รวีภา วงศ์บุศยรัตน์ (2547)** ที่พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบลำดับแรกคือ มีการขโมยสิ่งของในห้องพัก



### ข้อค้นพบ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางในด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อยในด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอข้อค้นพบจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้

**ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place)** เมื่อจำแนกตามผู้ที่พักอาศัยร่วมกันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่กับแฟน/คู่รัก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่าสถานที่ตั้งของพี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ไกลจากสถานที่ทำงานของคนในกลุ่มนี้ และการที่มีปริมาณที่จอดรถมากขนาดนั้น อาจจะทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการดูแลรถยนต์ และรถจักรยานยนต์นั้นอาจจะดูแลได้ไม่ทั่วถึง

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เมื่อจำแนกตามสถานภาพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยทุกปัจจัยย่อย เพราะเนื่องจากว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่อายุอยู่ในช่วง 21 -25 ปี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มคนโสด ฉะนั้นการทำกิจกรรมการตลาดของทางกิจการเลยนั้นมายังกลุ่มคนกลุ่มนี้เป็นหลัก เลยทำให้ไม่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มคนที่สมรส

**ด้านบุคลากร (People)** เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 25 ปีขึ้นไป ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามสถานภาพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจจะเกิดจากข้อผิดพลาดและคุณภาพในการให้บริการ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าขาดความเอาใจใส่เท่าที่ควรจากเจ้าของ ผู้ดูแล หรือพนักงานก็เป็นได้

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการห้องเช่าเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการห้องเช่าที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าลูกค้าที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการการเอาใจใส่และการให้บริการที่มากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 4 - 8 เดือน และมากกว่า 8 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยไม่เกิน 4 เดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่า เป็นลูกค้าที่เพิ่งย้ายเข้ามาอยู่ใหม่ เรายังไม่คุ้นเคยกับพนักงานหรือบุคลากรในองค์กร เลยทำให้มีความรู้สึกว่าจะยังไม่ได้รับการเอาใจใส่เท่าที่ควร

เมื่อจำแนกตามจำนวนสมาชิกในห้องพักเดียวกันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักคนเดียว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยสองคน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าการให้บริการของกิจการยังไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง เลยทำให้ลูกค้าที่พักอาศัยสองคนนั้นมีความรู้สึกว่าจะยังได้รับการเอาใจใส่และดูแลเท่าที่ควร

**ด้านกระบวนการ (Process)** เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 25 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่ากระบวนการในการให้บริการของกิจการนั้น ยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในกลุ่มอายุ 21 -25 ปี ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของ การให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ เนื่องจากพนักงานที่คอยดูแลลูกค้าเป็นพนักงานที่ค่อนข้างมีอายุ เลยอาจจะเกิดการเลือกปฏิบัติต่อลูกค้า เลยทำให้ลูกค้าในกลุ่มนี้อาจจะรู้สึกว่าตนเองไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างดีเท่าที่ควร ซึ่งจริงๆแล้ว ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก จึงต้องมีการสร้างความเข้าใจในการให้บริการเสียใหม่ของพนักงานที่คอยดูแลลูกค้า เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดภัย เนื่องจากตัวอาคารนั้นมีขนาด

ใหญ่ และมีผู้ที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยเพียงคนเดียวจะทำให้ ผู้ที่ไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา นั้นขาดความเชื่อมั่นว่าการรักษาความปลอดภัยอาจจะทำได้ไม่ทั่วถึง

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข เรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากน้อยไปมากดังนี้

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยบัณฑิตวิทยาลัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คำบอกกล่าว จากคนรู้จัก และป้ายโปสเตอร์โฆษณา ส่วนบัณฑิตวิทยาลัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แผ่นพับ และสิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณาทางวิทยุ ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

- ควรมีการลงโฆษณาทางวิทยุ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
- มีการจัดทำแจกแผ่นพับและสิ่งพิมพ์ตามสถานที่ทำงานทั้งเอกชนและราชการ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น ห้างสรรพสินค้าภาคสวนแก้ว โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ตามหอพักนักศึกษาที่เรียนสายวิทยาศาสตร์ การแพทย์ เป็นต้น
- ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณาโดยการ ใช้ป้ายโฆษณาตั้งตามแยกต่างๆ เช่น ถนนนิมานเหมินท์ ถนนห้วยแก้ว เป็นต้น โดยชี้แจงข้อมูลเบื้องต้น เช่น เส้นทางในการเดินทางมายังที่พัก ขนาดของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อและอัตราค่าเช่าห้องพัก เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ที่สนใจ
- จากการศึกษพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่รู้จัก และทราบข้อมูลจากคำบอกกล่าวของคนรู้จัก และจากผู้ที่อยู่มาก่อน ดังนั้นทางผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของหอพัก พัฒนาบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ เพื่อสร้าง

ความพึงพอใจและสร้างการรับรู้ที่ดีต่อผู้อยู่อาศัยและบุคคลภายนอกอื่นๆ เพื่อให้มีการบอกต่อแบบปากต่อปาก ให้กับผู้ที่สนใจรายอื่นต่อไป

### ด้านราคา

ผู้ประกอบการควรที่จะทำการสำรวจอัตราการใช้บริการต่างๆ อันได้แก่ อัตราค่าเช่าพัก อัตราค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ อัตราค่าเช่าล่วงหน้า ค่าประกันความเสียหาย และความยืดหยุ่นในการชำระค่าไฟและค่าบริการต่างๆ จากห้องพักที่ไม่จดทะเบียน และอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง และนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ และตั้งอัตราราคาในการใช้บริการต่างๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

### ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย เงื่อนไขในการเข้าพัก เช่น ห้ามทำอาหารภายในห้องพัก ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นอาคาร เป็นต้น มีบริการซักผ้าภายในอาคาร มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา การให้คำปรึกษาในเรื่องที่ผู้เช่าเกิดมีปัญหาด้านต่างๆ มีการรับบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ และการให้ความดูแลผู้เช่าพักเสมือนญาติพี่น้อง ดังนั้นผู้ศึกษามีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ดังต่อไปนี้

- ควรที่จะทำการตรวจสอบการให้บริการซักผ้าภายในอาคาร โดยควรทำการตรวจสอบในเรื่องของราคาในการให้บริการ โดยเปรียบเทียบกับค่าบริการซักผ้าในบริเวณใกล้เคียง และหมั่นตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการซักผ้า
- ควรที่จะประเมินกำลังคนในการให้บริการ เพื่อให้มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการได้ตลอดเวลาทำการ
- ในการให้บริการทำความสะอาดให้กับลูกค้า ควรมีการทำแบบประเมินความพึงพอใจในเรื่องของความสะอาดหลังจากการรับบริการของลูกค้า เพื่อจะเป็นตัวชี้วัดถึงคุณภาพในการทำงานของพนักงาน และเป็นการแก้ไขข้อบกพร่องในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่ใช้บริการต่อไป
- ควรจะมีการจัดทำสติ๊กเกอร์สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์เพื่อเป็นการให้สิทธิแก่ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องพัก
- ควรมีการจัดถังขยะเพิ่มเติมให้พอเพียงมากกว่านี้ และควรจัดถังขยะแยกขยะประเภทต่างๆ ไว้เพื่อความสะอาดเรียบร้อยและง่ายต่อการขนย้าย

### ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด และพนักงานให้การต้อนรับและมีการบริการด้วยความสุภาพ และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ดังนั้นผู้ศึกษามีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ดังต่อไปนี้

- โดยส่วนใหญ่แล้วจะพบว่า ลูกค้านั้นยังไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่เท่าที่ควร พนักงานต้อนรับนั้นยังขาดความสุภาพและให้การต้อนรับยังได้ไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการอบรมพนักงาน และพูดคุยกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่องของการให้บริการ สร้างความเข้าใจในการให้บริการลูกค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นการสร้างความพร้อมในการให้คำปรึกษาแก้ไขปัญหาให้กับผู้เช่าเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น
- ควรมีการประเมินผลการให้บริการของพนักงาน โดยอาจจะทำแบบสอบถาม เพื่อใช้วัดผลว่าลูกค้าที่ใช้บริการนั้นได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพแล้วหรือยัง เป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพของการให้บริการ และควรต้องเรียกพนักงานที่ปฏิบัติงานได้ไม่ดีมาว่ากล่าวตักเตือน
- ในส่วนของลูกค้ารายใหม่ที่ใช้บริการ ผู้ประกอบการและพนักงานที่คอยดูแลลูกค้าควร จะให้ความสำคัญ และเอาใจใส่เป็นพิเศษเพื่อเป็นการสร้างความเป็นกันเอง และความสบายใจให้กับลูกค้า เช่น การจำชื่อลูกค้าได้ รู้ว่าลูกค้าทำงานอะไร เป็นต้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ยังคงต้องดูแลให้บริการและเอาใจใส่ลูกค้าเท่าได้ไม่น้อยกว่าลูกค้าใหม่
- จัดให้มียามหรือพนักงานรักษาความปลอดภัยคอย อำนวยความสะดวกในการจอดรถยนต์ เพื่อให้มีการจอดที่เป็นระเบียบ ไม่กีดขวางการจราจร มีการเพิ่มกล้องวงจรปิด ในบริเวณนี้เพื่อเป็นการดูแลและรักษาความปลอดภัยให้กับทรัพย์สินของผู้ที่อยู่อาศัย อยู่ในหอพัก

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา ผู้ศึกษามีความเห็นว่าการปรับปรุงด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังต่อไปนี้

- โดยในส่วนของบริเวณอาคาร ควรมีการตกแต่งอาคารเพื่อความสวยงาม ตามงานเทศกาลต่างๆ มีการตกแต่งสวนหย่อม เพื่อให้เกิดความร่มรื่นและความสวยงามของอาคาร
- ควรจัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สูบบุหรี่ เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนและสร้างมลพิษทางอากาศให้กับผู้ที่พักอาศัยท่านอื่นๆ
- จัดให้มีห้องนั่งเล่นใช้สำหรับอ่านหนังสือ หรือพักผ่อนหย่อนใจให้กับผู้ที่พักอาศัย

#### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาเห็นว่าการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

- โดยในส่วนของห้องพักรับรองควรมีการตกแต่งใหม่ให้ดูปลอดภัย โปร่งมากขึ้น ประตูห้องพักรับรองจะติดตาแมวเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ที่อยู่อาศัย
- หมั่นดูแลและตรวจตราเครื่องตกแต่งภายในห้องพักให้พร้อมกับการใช้งานก่อนมีการให้เช่าพัก
- เพิ่มบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจพักอาศัยของลูกค้าและเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ
- ควรเพิ่มบริการทำความสะอาดภายในห้องพักเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้ที่พักอาศัยด้วย
- ในส่วนของอาคาร ควรตกแต่ง ทาสีตัวอาคาร เพื่อให้อาคารดูใหม่และน่าอยู่อาศัย หมั่นทำความสะอาดตามทางเดินภายในอาคารและบริเวณรอบๆอาคารรวมถึงบริเวณลานจอดรถ

#### ด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่

จากการข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาเห็นว่าการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ ดังต่อไปนี้

- โดยบริเวณลานจอดรถควรทำการเพิ่มหลังคาบังแดดสำหรับรถยนต์ และจักรยานยนต์ ควรทำการเพิ่มพื้นที่ลานจอดรถสำหรับรถจักรยานยนต์เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ ร้อยไม่ให้เกิดการกีดขวางการจราจร ทั้งยังเป็นการช่วยดูแลรักษาและเพิ่มความปลอดภัยให้กับทรัพย์สินของผู้ที่อยู่อาศัยและผู้ที่มาติดต่อกับทางหอพักด้วย

- ควรปรับสภาพพื้นผิวถนนบริเวณรอบๆอาคารและลานจอดรถที่เป็นหลุมเป็นบ่อ ให้ราบเรียบเพื่อความสวยงามและความปลอดภัยในการจราจร
- ควรมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพิ่มบริเวณลานจอดรถให้ครอบคลุมทางเดินจนถึงบริเวณตัวอาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ที่พักอาศัยหรือผู้ที่มาติดต่อตลอดจนทรัพย์สินของผู้ที่อยู่อาศัยด้วย

นอกจากควรมีการจัดทำแบบสอบถามทุกไตรมาส หรือทุกครึ่งปี เพื่อเป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและเพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาเป็นแผนงานในการพัฒนาหอพักโดยรวม และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านอื่นๆต่อไป

#### ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากผู้ศึกษาได้สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเมื่อเดือน เมษายน พ.ศ. 2551 พบว่ามีผู้ที่พักอาศัยอยู่ใน พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 274 คน แต่เมื่อทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในเดือน กันยายน พ.ศ. 2551 พบว่ามีผู้ที่พักอาศัยอยู่ใน พี.ที. เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่เพียง 241 คน