

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ประเภทที่พักอาศัย ค่าเช่าต่อเดือน ระยะเวลาที่พำนักอย่างต่อเนือง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อปัจจัยการเลือกเช่าห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	217	54.2
ชาย	183	45.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา เป็นเพศชาย ร้อยละ 45.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	44	11.0
20-29 ปี	175	43.8
30-39 ปี	126	31.5
40-49 ปี	37	9.2
50 ปีขึ้นไป	18	4.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา 30-39 ปี ร้อยละ 31.5 น้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 11.0 อายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 9.2 และ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	275	68.8
สมรส	114	28.4
อื่นๆ	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมา สมรส ร้อยละ 28.4 และอื่นๆ ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	18	4.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	11.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	80	20.0
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	102	25.5
ปริญญาตรี	138	34.5
ปริญญาโทขึ้นไป	17	4.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ร้อยละ 25.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ร้อยละ 20.0 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 11.3 ประถมศึกษา ร้อยละ 4.5 และปริญญาโทขึ้นไป ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (รวมค่าอาหาร ค่าน้ำมัน ค่าเบี้ยขยัน และเงินพิเศษอื่น ๆ )

รายได้ต่อเดือน (รวมค่าอาหาร ค่าน้ำมัน ค่าเบี้ยขยัน และเงินพิเศษอื่น ๆ )	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	184	46.0
10,001 – 20,000 บาท	153	38.2
20,001 – 30,000 บาท	41	10.2
30,001- 40,000 บาท	11	2.8
40,001- 50,000 บาท	3	0.8
มากกว่า 50,000 บาท	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน (รวมค่าอาหาร ค่าน้ำมัน ค่าเบี้ยขยัน และเงินพิเศษอื่น ๆ ) ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 38.2 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 10.2 30,001- 40,000 บาท ร้อยละ 2.8 มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 2.0 และ 40,001- 50,000 บาท ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	49	12.2
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	203	50.8
ธุรกิจส่วนตัว	89	22.2
นิสิต นักศึกษา	47	11.8
อื่น ๆ	12	3.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ อาชีพอิสระ (4 คน) รับจ้างทั่วไป (8 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.8 ร้อยละ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.2 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.2 นิสิต นักศึกษา ร้อยละ 11.8 และอื่นๆ 3.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพักอาศัยปัจจุบัน

การพักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
อยู่คนเดียว	190	47.5
เพื่อน	75	18.8
สามี/ภรรยา/บุตร	77	19.2
คนในครอบครัว (ญาติพี่น้อง)	54	13.5
อื่นๆ	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ แฟน

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการพักอาศัยอยู่คนเดียวมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 47.5 รองลงมาอาศัยอยู่กับสามี/ภรรยา/บุตร ร้อยละ 19.2 อาศัยอยู่กับเพื่อน ร้อยละ 18.8 อาศัยอยู่กับคนในครอบครัว (ญาติพี่น้อง) ร้อยละ 13.5 และอาศัยอยู่กับแฟน ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของหอพักในปัจจุบัน

ค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของหอพักในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	53	13.2
1,001 – 2,000 บาท	216	54.0
2,001 – 3,000 บาท	76	19.0
3,001 – 4,000 บาท	35	8.8
4,001 – 5,000 บาท	14	3.5
มากกว่า 5,000 บาท	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของหอพักในปัจจุบันคือ 1,001 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา 2,001 – 3,000 บาท ร้อยละ 19.0 ไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 13.2 3,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 8.8 4,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 3.5 และมากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการชำระค่าน้ำและค่าไฟฟ้า

รูปแบบการชำระค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	จำนวน	ร้อยละ
แบบคิดมิเตอร์แยก	331	82.8
แบบเหมาจ่าย	69	17.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระค่าน้ำและค่าไฟฟ้า แบบคิดมิเตอร์แยก คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมา แบบเหมาจ่าย ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าหอพัก

แหล่งข้อมูลที่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าหอพัก	จำนวน	ร้อยละ
มีคนแนะนำ	238	59.5
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	80	20.0
หนังสือพิมพ์	13	3.3
วิทยุ	24	6.0
ใบปลิว	45	11.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าหอพักคือ มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาป้ายโปสเตอร์โฆษณา ร้อยละ 20.0 ใบปลิว ร้อยละ 11.2 วิทยุ ร้อยละ 6.0 และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนตัดสินใจเลือกหอพักมากที่สุด

ผู้มีส่วนตัดสินใจเลือกหอพักมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	256	64.0
สามี/ภรรยา	53	13.2
ญาติพี่น้อง	32	8.0
เพื่อน	52	13.0
อื่นๆ	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พ่อแม่ (3 คน) แฟน (4 คน)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกหอพักด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา สามี/ภรรยา ร้อยละ 13.2 เพื่อน ร้อยละ 13.0ญาติพี่น้อง ร้อยละ 8.0 และอื่นๆ ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเค้าย้ายที่พักอาศัยหอพัก

การเค้าย้ายที่พักอาศัยหอพัก	จำนวน	ร้อยละ
เคย	246	61.5
ไม่เคย	154	38.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยย้ายที่พักอาศัยหอพัก คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา ไม่เคย ร้อยละ 38.5



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหรือปัญหาในอดีตที่ทำให้ตัดสินใจย้ายห้องพัก

เหตุผลหรือปัญหาที่ทำให้ตัดสินใจย้ายห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง	112	45.5	1
สุขภัณฑ์เก่าชำรุด	29	11.8	14
ค่าเช่ารายเดือนแพง	64	26.0	5
ที่พักรับไม่สะอาด	41	16.7	12
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	62	25.2	6
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	55	22.4	7
ค่าน้ำ ไฟฟ้า และโทรศัพท์แพง	68	27.6	4
ไม่มีความปลอดภัย	54	22.0	8
ไม่สะดวกในการเดินทาง	99	40.2	2
ห้องพักคับแคบ	46	18.7	11
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของห้องพัก	52	21.1	9
อยู่ไกลจากที่ทำงาน	98	39.8	3
อยู่ไกลตลาดหรือศูนย์การค้า	47	19.1	10
ไม่พบปัญหาใด	13	5.3	15
สัตว์เลี้ยงรบกวน	30	12.2	13

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบที่เฉลี่ยย้าย จำนวน 246 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าเหตุผลหรือปัญหาในอดีตที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจย้ายห้องพักมากที่สุดคือ ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ไม่สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 40.2 อยู่ไกลจากที่ทำงาน ร้อยละ 39.8 ค่าน้ำ ไฟฟ้า และโทรศัพท์แพง ร้อยละ 27.6 ค่าเช่ารายเดือนแพง ร้อยละ 26.0 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม ร้อยละ 25.2 ที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 22.4 ไม่มีความปลอดภัย ร้อยละ 22.0 ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของห้องพัก ร้อยละ 21.1 อยู่ไกลตลาดหรือศูนย์การค้า ร้อยละ 19.1 ห้องพักรับคับแคบ ร้อยละ 18.7 ที่พักรับไม่สะอาด ร้อยละ 16.7 สัตว์เลี้ยงรบกวน ร้อยละ 12.2 สุขภัณฑ์เก่าชำรุด ร้อยละ 11.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ประสบในการเช่าห้องพักในปัจจุบัน

ปัญหาที่ประสบในการเช่าห้องพักในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง	127	31.8	1
สุขภัณฑ์เก่าชำรุด	58	14.5	8
ค่าเช่ารายเดือนแพง	81	20.3	2
ที่พักรื้อไม่สะอาด	56	14.0	9
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	80	20.0	3
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	76	19.0	4
ค่าน้ำ ไฟฟ้า และโทรศัพท์แพง	74	18.5	5
ไม่มีความปลอดภัย	61	15.3	7
ไม่สะดวกในการเดินทาง	67	16.8	6
ห้องพักคับแคบ	38	9.5	13
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของห้องพัก	51	12.8	12
อยู่ไกลจากที่ทำงาน	52	13.0	11
อยู่ไกลตลาดหรือศูนย์การค้า	53	13.3	10
อื่นๆ	2	0.5	14
ไม่พบปัญหาใด	139	34.8	

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบปัญหาใดในการเช่าห้องพักปัจจุบันมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.8 สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการเช่าห้องพักในปัจจุบันมากที่สุดคือถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา ค่าเช่ารายเดือนแพง ร้อยละ 20.3 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม ร้อยละ 20.0 ที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 19.0 ค่าน้ำ ไฟฟ้า และโทรศัพท์แพง ร้อยละ 18.5 ไม่สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 16.8 ไม่มีความปลอดภัย ร้อยละ 15.3 สุขภัณฑ์เก่าชำรุด ร้อยละ 14.5 ที่พักรื้อไม่สะอาด ร้อยละ 14.0 อยู่ไกลตลาดหรือศูนย์การค้า ร้อยละ 13.3 อยู่ไกลจากที่ทำงาน ร้อยละ 13.0 และไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของห้องพัก ร้อยละ 12.8

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของ ห้องพัก	103 (25.8)	151 (37.8)	109 (27.2)	37 (9.2)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	8
ความแข็งแรง/คงทนของ โครงสร้างอาคาร	128 (32.0)	162 (40.5)	110 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)	2
ความครบครันของ เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	75 (18.8)	167 (41.8)	158 (39.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	9
การมีร้านให้บริการต่างๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	79 (19.8)	199 (49.8)	109 (27.2)	13 (3.2)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	7
ความเหมาะสมของขนาด ห้องพัก	109 (27.2)	163 (40.8)	114 (28.5)	14 (3.5)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
การออกแบบลักษณะอาคาร	123 (30.8)	104 (26.0)	173 (43.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	6
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของ ห้องพัก	119 (29.8)	112 (28.0)	137 (34.2)	32 (8.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	8
ความสงบเงียบ	164 (41.0)	130 (32.5)	106 (26.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	1
กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก	134 (33.5)	125 (31.2)	127 (31.8)	14 (3.5)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	4
ความสะอาด/สวยงามและเป็น สัดส่วนของห้องพัก	123 (30.8)	136 (34.0)	128 (32.0)	13 (3.3)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่ง อำนวยความสะดวกที่มีไว้ บริการ	119 (29.8)	120 (30.0)	164 (40.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.91 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) การออกแบบลักษณะอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.88) การมีร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ภาพพจน์ และชื่อเสียงของห้องพัก ความน่าเชื่อถือของเจ้าของห้องพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก	128 (32.0)	161 (40.2)	111 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	1
ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า	147 (36.8)	117 (29.2)	136 (34.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	2
ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	119 (29.8)	125 (31.2)	156 (39.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	4
การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า	113 (28.3)	176 (44.0)	111 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	3
การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	85 (21.2)	162 (40.5)	130 (32.5)	23 (5.8)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
หอพักใกล้ที่ทำงาน	222 (55.5)	59 (14.8)	90 (22.5)	29 (7.2)	0 (0.0)	4.19 (มาก)	1
หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	29 (7.2)	132 (33.0)	178 (44.5)	61 (15.3)	0 (0.0)	3.32 (มาก)	3
หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	108 (27.0)	14 (3.5)	169 (42.2)	76 (19.0)	33 (8.3)	3.22 (มาก)	4
ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน)	107 (26.8)	161 (40.2)	132 (33.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.67 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือหอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.94) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) และหอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การได้รับส่วนลดพิเศษของค่า เช่ารายเดือน	60 (15.0)	78 (19.4)	243 (60.8)	19 (4.8)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)	4
การได้รับการแนะนำจากคน รู้จัก	79 (19.8)	157 (39.2)	145 (36.2)	19 (4.8)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	1
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	60 (15.0)	156 (39.0)	103 (25.8)	81 (20.2)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)	3
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	79 (29.8)	29 (4.2)	81 (20.2)	211 (52.8)	0 (0.0)	2.94 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาทางวิทยุ	30 (7.5)	49 (12.2)	75 (18.8)	246 (61.5)	0 (0.0)	2.66 (ปานกลาง)	7
ใบปลิวของห้องพัก	18 (4.4)	87 (21.8)	119 (29.8)	152 (38.0)	24 (6.0)	2.81 (ปานกลาง)	6
การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่ เดียวกัน	120 (30.0)	109 (27.2)	83 (20.8)	64 (16.0)	24 (6.0)	3.59 (มาก)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.24 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.49) การได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.45) การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.94) ใบปลิวของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 2.81) และการโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.66)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความเอาใจใส่ของพนักงาน รักษาความปลอดภัย	138 (34.5)	150 (37.5)	112 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	2
ความเอาใจใส่ของพนักงาน รักษาความสะอาด	119 (29.8)	143 (35.8)	138 (34.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	4
อธยาศัยของพนักงานและผู้ ดูแลห้องพัก	104 (26.0)	155 (38.8)	114 (28.4)	27 (6.8)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	5
ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแล ห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ	138 (34.5)	151 (37.8)	97 (24.2)	0 (0.0)	14 (3.5)	4.00 (มาก)	3
การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและ ผู้ดูแลห้องพัก	137 (34.3)	185 (46.2)	78 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.00 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ อธยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความรวดเร็วในการให้ความ ช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	151 (37.8)	167 (41.8)	69 (17.2)	13 (3.2)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	1
กระบวนการรักษาความ ปลอดภัยที่เข้มงวดเช่น สต็อกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร	125 (31.2)	153 (38.2)	83 (20.8)	39 (9.8)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	5
การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	176 (44.0)	76 (19.0)	132 (33.0)	0 (0.0)	16 (4.0)	3.99 (มาก)	2
กระบวนการรับ / ฝาก ข้อความที่ถูกต้อง	108 (27.0)	82 (20.5)	181 (45.3)	29 (7.2)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	7
กระบวนการส่ง / รับและคัด แยกจดหมายทางไปรษณีย์ที่ ถูกต้อง	108 (27.0)	142 (35.5)	137 (34.3)	13 (3.2)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	6
กระบวนการดูแลรักษาความ สะอาดได้ตามต้องการ	108 (27.0)	186 (46.5)	93 (23.3)	13 (3.2)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	3
การดำเนินการตามกฎระเบียบ ของห้องพักที่เหมาะสม	119 (29.8)	175 (43.8)	92 (23.0)	0 (0.0)	14 (3.5)	3.96 (มาก)	4
การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้น เคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัด งานปีใหม่	0 (0.0)	95 (23.8)	176 (44.0)	108 (27.0)	21 (5.2)	2.86 (ปานกลาง)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.80 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความรวดเร็วใน



การให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.99) กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่นสติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.91) กระบวนการส่ง / รับและคัดแยกจดหมายทางไปรษณีย์ที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.86) กระบวนการรับ / ฝากข้อความที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางได้แก่ การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก	235 (58.8)	73 (18.2)	79 (19.8)	13 (3.2)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	1
การมีที่จอดรถเพียงพอ	142 (35.5)	152 (38.0)	79 (19.8)	13 (3.2)	14 (3.5)	3.99 (มาก)	4
การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน	205 (51.3)	43 (10.7)	152 (38.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	2
ระบบรักษาความปลอดภัย	161 (40.2)	133 (33.2)	79 (19.8)	27 (6.8)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	3
เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน	86 (21.5)	89 (22.3)	95 (23.8)	95 (23.8)	35 (8.8)	3.24 (ปานกลาง)	6
ป้ายแสดงชื่อของห้องพักชัดเจนสวยงาม	20 (5.0)	115 (28.8)	251 (62.8)	14 (3.4)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.85 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณ โดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) การมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงชื่อของห้องพักชัดเจนสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.35) เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	มาก	3
ด้านราคา	3.95	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	ปานกลาง	7
ด้านบุคคล	4.00	มาก	1
ด้านกระบวนการบริการ	3.80	มาก	5
ด้านลักษณะกายภาพ	3.85	มาก	4

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.95) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านลักษณะกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อปัจจัยการเลือกเช่าห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีภายในห้องพักที่ต้องการ

สีภายในห้องพักที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
สีขาว	78	19.5
สีเทาอ่อน	103	25.8
สีเหลืองอ่อน/ครีม	125	31.2
สีฟ้า	56	14.0
สีชมพู	38	9.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าสีภายในห้องพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดคือ สีเหลืองอ่อน/ครีม คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมา สีเทาอ่อน ร้อยละ 25.8 สีขาว ร้อยละ 19.5 สีฟ้า ร้อยละ 14.0 และสีชมพู ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสุขภัณฑ์ภายในห้องพักที่ต้องการ

ประเภทของสุขภัณฑ์ภายในห้องพักที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ชักโครก	381	95.2
ส้วมนั่ง	19	4.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการสุขภัณฑ์ภายในห้องพักประเภทชักโครก คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมา ส้วมนั่ง ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่  
ต้องการ

เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
เตียง	376	94.0
ตู้เสื้อผ้า	346	86.5
โต๊ะเครื่องแป้ง	74	18.5
ชั้นวางของ	46	11.5
โทรทัศน์	116	29.0
เก้าอี้	19	4.8
โต๊ะอาหาร	79	19.8
ตู้เย็น	81	20.3
พัดลม	248	62.0
อินเทอร์เน็ต	112	28.0
เคเบิลทีวี	181	45.3
อื่นๆ	1	0.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ แอร์ (1 คน)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักประเภท  
เตียง คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมา ตู้เสื้อผ้า ร้อยละ 86.5 พัดลม ร้อยละ 62.0 เคเบิลทีวี ร้อยละ 45.3  
โทรทัศน์ ร้อยละ 29.0 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.0 ตู้เย็น ร้อยละ 20.3 โต๊ะอาหาร ร้อยละ 19.8 โต๊ะ  
เครื่องแป้ง ร้อยละ 18.5 ชั้นวางของ ร้อยละ 11.5 และเก้าอี้ ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่ควรมีในบริเวณห้องพักรายเดือน

สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่ควรมีในบริเวณ ห้องพักรายเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ตู้น้ำดื่ม	56	14.0
เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญอัตโนมัติ	319	79.8
ร้านขายอาหาร	288	72.0
ร้านเสริมสวย/ทำผม	100	25.0
ร้านขายของชำ	313	78.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่ควรมีในบริเวณห้องพักรายเดือนเป็นเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมา ร้านขายของชำ ร้อยละ 78.3 ร้านขายอาหาร ร้อยละ 72.0 ร้านเสริมสวย/ทำผม ร้อยละ 25.0 และตู้น้ำดื่ม ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักรายเดือนที่ต้องการ

ค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักรายเดือนที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	18	4.5
1,001 – 2,000 บาท	190	47.5
2,001 – 3,000 บาท	121	30.2
3,001 – 4,000 บาท	71	17.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องของห้องพักรายเดือนมากที่สุดคือ 1,001 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา 2,001 – 3,000 บาท ร้อยละ 30.2 3,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 17.8 และไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ที่ต้องการ

การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเดือนละครั้ง	287	71.8
จ่ายเดือนละ 2 ครั้ง	89	22.2
จ่ายเดือนละ 3 ครั้ง	24	6.0
จ่ายเดือนละ 4 ครั้ง	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าเช่าห้องพักเป็นจ่ายเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมา จ่ายเดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 22.2 และจ่ายเดือนละ 3 ครั้ง ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ

การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน	177	44.2
จ่ายล่วงหน้า 2 เดือน	128	32.0
จ่ายล่วงหน้า 3 เดือน	0	0.0
ไม่ต้องจ่ายล่วงหน้า	95	23.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่คือจ่ายล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมา จ่ายล่วงหน้า 2 เดือน ร้อยละ 32.0 และไม่ต้องจ่ายล่วงหน้า ร้อยละ 23.8

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าที่ต้องการ

การชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
แบบคิดมิเตอร์แยก	400	100.0
แบบเหมาจ่าย	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดต้องการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าแบบคิดมิเตอร์แยก ร้อยละ 100.0

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้และอาชีพ

4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของห้องพัก	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)
ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.05 (มาก)
ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)
การมีร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)
การออกแบบบรรยากาศอาคาร	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของห้องพัก	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสงบเงียบ	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.15 (มาก)
กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)
ความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>



จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)
การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.01 (มาก)
การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หอพักใกล้ที่ทำงาน	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)
หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.31 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน)	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.90) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.98) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	3.49 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	3.63 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางวิทยุ	2.65 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ใบปลิวของห้องพัก	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา ป้ายโปสเตอร์โฆษณา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)	4.07 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)
อัธยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	3.94 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)
ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎระเบียบต่างๆ	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)
การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการจำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการบริการ	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)
กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่นสติ๊กเกอร์ติดรถ การแลกบัตร	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)	3.91 (มาก)
การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
กระบวนการรับ / ฝากข้อความที่ถูกต้อง	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)
กระบวนการส่ง / รับและคัดแยกจดหมายทางไปรษณีย์ที่ถูกต้อง	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)
การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม	4.01 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่	2.86 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการบริการ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริการย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

รองลงมา กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.03) และกระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่น สติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก	4.37 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)
การมีที่จอดรถเพียงพอ	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัย	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)
เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ป้ายแสดงชื่อของห้องพักชัดเจนสวยงาม	3.38 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	n=217	n=183	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)
ด้านราคา	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านบุคคล	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านกระบวนการบริการ	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)



จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วน  
ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ  
ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดบริการที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92)  
รองลงมา ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.91) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของห้องพัก	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.05 (มาก)
ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)
การมีร้านอาหารให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)
การออกแบบลักษณะอาคาร	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของห้องพัก	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสงบเงียบ	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)
กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)
ความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก

ในบ้างจ้ยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการออกแบบลักษณะอาคาร ความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)
ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่า โทรศัพท์	3.77 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)
การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00,4.10) รองลงมา การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.97,4.08) และความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.96,4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.07) และความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องพักใกล้ที่ทำงาน	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)
ห้องพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	3.24 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.15 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.90) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ความ

สะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.97) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.89 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางวิทยุ	2.61 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ใบปลิวของห้องพัก	2.85 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ใกล้เคียงกัน	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)	3.46 (มาก)	3.59 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.20 (ปานกลาง)</b>	<b>3.32 (ปานกลาง)</b>	<b>3.15 (ปานกลาง)</b>	<b>3.24 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.61) และป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,0001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา การได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านบุคคล	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.98 (มาก)	4.18 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)
อริยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)
ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ	3.95 (มาก)	4.10 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)
การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	4.14 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริษัทปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย (3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและ



ผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.18) และผู้ดูแลห้องพักรสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,0001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.92)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านกระบวนการบริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)
กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่น สติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)
การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)
กระบวนการรับ / ฝากข้อความที่ถูกต้อง	3.54 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
กระบวนการส่ง / รับและคัดแยกจดหมายทางไปรษณีย์ที่ถูกต้อง	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)
การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่	2.91 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย

3.93) และกระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่นสต็อกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,0001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาการมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และกระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเช่นสต็อกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.98)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก	4.30 (มาก)	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
การมีที่จอดรถเพียงพอ	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน	4.01 (มาก)	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัย	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิกพนักงาน	3.35 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ป้ายแสดงชื่อของห้องพักราคาชัดเจนสวยงาม	3.39 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา ระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,0001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.14) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=184	n=153	n=63	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
ด้านราคา	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านบุคคล	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านกระบวนการบริการ	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.99) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.93) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

### 4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของห้องพัก	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)
ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.22 (มาก)	4.05 (มาก)
ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)
การมีร้านอาหารให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)
การออกแบบลักษณะอาคาร	3.63 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของห้องพัก	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสงบเงียบ	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)	4.32 (มาก)	4.15 (มาก)
กฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	3.91 (มาก)
ความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วน ของห้องพัก	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)
สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มิใช่บริการ	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก

ในบัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา กฎเกณฑ์การคัดเลือก ผู้พัก สภาพเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความสะอาด/สวยงามและเป็นสัดส่วนของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ความแข็งแรง/คงทนของโครงสร้างอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.22) และกฎเกณฑ์การคัดเลือกผู้พัก (ค่าเฉลี่ย 4.08)



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)
ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่า ล่วงหน้า	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	4.03 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่า โทรศัพท์	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)
การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)
การผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า การเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และการผ่อนผันการชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความ

เหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย้อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย้อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการเก็บค่าประกัน และค่ามัดจำก่อนเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ห้องพักใกล้ที่ทำงาน	3.98 (มาก)	4.18 (มาก)	4.36 (มาก)	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)
ห้องพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
หอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	3.43 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่นมีรถโดยสารผ่าน)	3.65 (มาก)	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.65) และหอใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ความสะดวกในการ

เดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.97) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบริจายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3ระดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 4.02) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบริจายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3ระดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน(เช่นมีรถโดยสารผ่าน) (ค่าเฉลี่ย 3.95) และหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	3.18 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)
ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	3.45 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.02 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางวิทยุ	2.57 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ใบปลิวของห้องพัก	2.55 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน	3.22 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.07</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)	<b>3.23</b> (ปานกลาง)	<b>3.38</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)

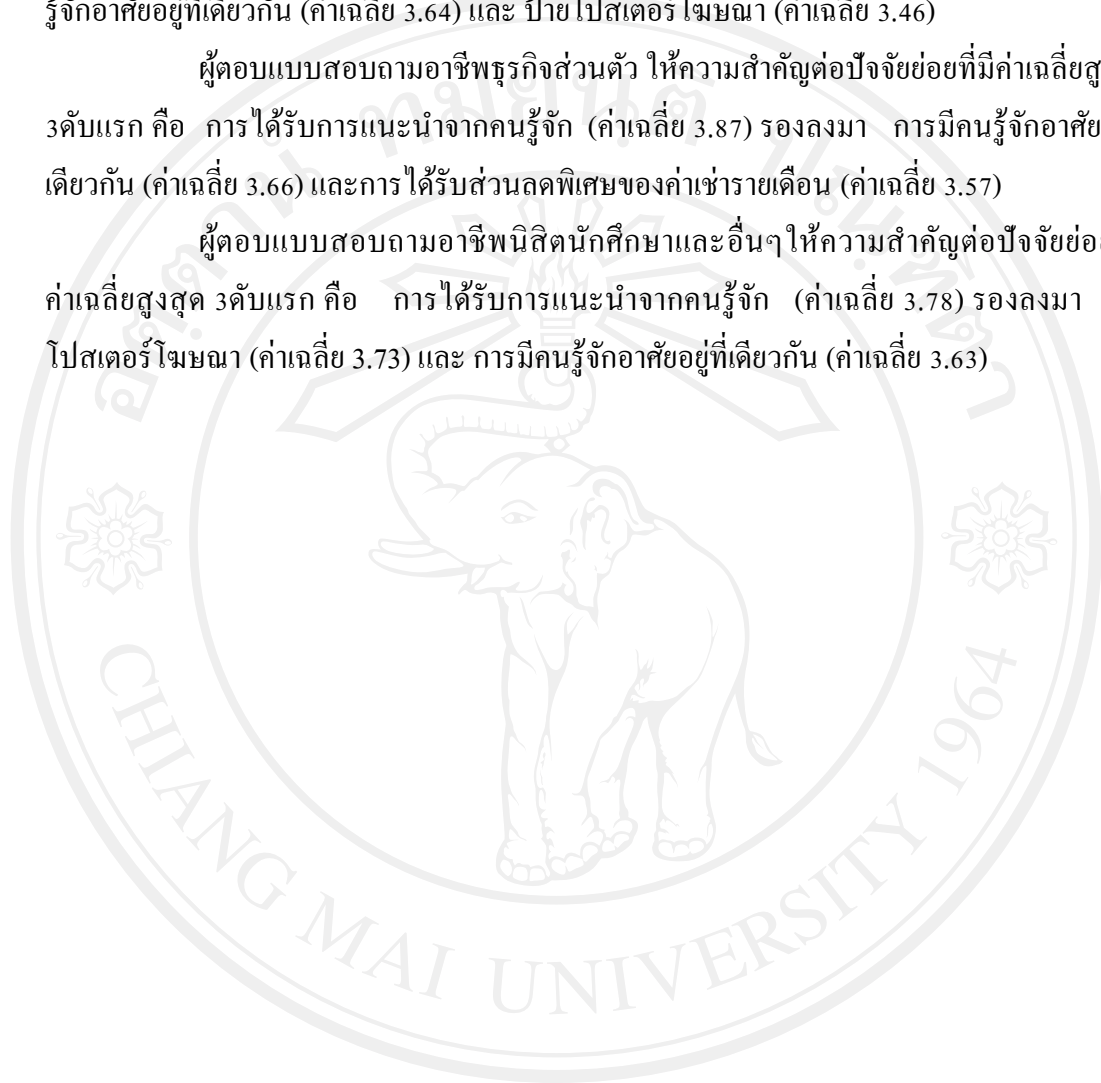
จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมา ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการได้รับส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ป้ายโปสเตอร์โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.63)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคคล	อาชีพ				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)
อัธยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)
ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>4.09 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคคล โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบริการย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การดูแลให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และผู้ดูแลห้องพักสามารถดูแลห้องพักให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.12)



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการบริการ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)
กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่ เข้มงวดเช่น สติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)
การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	4.10 (มาก)	3.99 (มาก)
กระบวนการรับ / ฝากข้อความที่ถูกต้อง	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
กระบวนการส่ง / รับและคัดแยกจดหมาย ทางไปรษณีย์ที่ถูกต้อง	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)
กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ ตามต้องการ	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)
การดำเนินการตามกฎระเบียบของ ห้องพักที่เหมาะสม	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	3.99 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความคุ้นเคยระหว่าง ผู้เช่า เช่น การจัดงานปีใหม่	2.86 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา กระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และกระบวนการดูแลรักษาความสะอาดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)	4.33 (มาก)
การมีที่จอดรถเพียงพอ	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.13 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัย	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
เครื่องแบบ/การแต่งกาย และบุคลิก พนักงาน	3.08 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ป้ายแสดงชื่อของห้องพักชัดเจนสวยงาม	3.47 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.19)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา และอื่นๆ	รวม
	n=49	n=203	n=89	n=59	N=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)
ด้านราคา	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านบุคคล	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านกระบวนการบริการ	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านราคา และด้านบุคคล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการที่มีผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย  
4.04) รองลงมา ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.00) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนิสิตนักศึกษาและอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสม  
การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน  
บุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.03) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.02)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved