

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของพนักงาน โรงงาน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของพนักงาน โรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร (ตารางที่ 8 ถึงตารางที่ 15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงาน โรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร(ตารางที่ 16 ถึงตารางที่ 59)

ส่วนที่ 3.1 ข้อมูลแสดงระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงาน โรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3.2 ข้อมูลความต้องการต่อปัจจัย เกี่ยวกับการเลือกที่พักรายเดือนของพนักงาน โรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	235	59.0
ชาย	163	41.0
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-25 ปี	162	40.7
26-35 ปี	174	43.7
36-45 ปี	59	14.8
46 ปีขึ้นไป	3	0.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 อายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.7 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	194	48.7
สมรส	198	49.7
ม่าย	6	1.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.7 และสถานภาพม่าย คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม

ภูมิลำเนาเดิม	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	58	14.6
ภาคกลาง	115	28.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	188	47.2
ภาคใต้	10	2.5
กรุงเทพฯ	24	6.0
ภาคตะวันออก	3	0.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีภูมิลำเนาเดิมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2 ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.9 ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 14.6 กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 2.5 และภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา(ป.1-ป.6)	81	20.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	92	23.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.	113	28.4
ปวส. หรือเทียบเท่าอนุปริญญา	55	13.8
ปริญญาตรีขึ้นไป	57	14.3
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.4 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 23.1 ประถมศึกษา(ป.1-ป.6) คิดเป็นร้อยละ 20.4 ปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.3 และปวส. หรือเทียบเท่าอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 13.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	18	4.5
3,001-6,000 บาท	225	56.5
6,001-9,000 บาท	97	24.4
มากกว่า 9,000 บาท	58	14.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.5 6,001-9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4 มากกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.6 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของโรงงานที่ทำงานในปัจจุบัน

ประเภทโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
ทอผ้า ฟอกย้อม ปั่นด้าย	103	25.9
อาหาร ผัก ผลไม้ ยา	40	10.0
เครื่องประดับ ของที่ระลึก	35	8.8
เหล็ก โรงกลึง สแตนเลส	64	16.1
เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์	19	4.8
ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	54	13.6
พลาสติก ยาง	83	20.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทำงานใน โรงงานทอผ้า ฟอกย้อม ปั่นด้าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.9 โรงงานพลาสติกยาง คิดเป็นร้อยละ 20.8 โรงงานเหล็ก โรงกลึง สแตนเลส คิดเป็นร้อยละ 16.1 โรงงานยานพาหนะ และชิ้นส่วน ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.6 โรงงานอาหาร ผัก ผลไม้ ยา คิดเป็นร้อยละ 10.0 โรงงานเครื่องประดับ ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ โรงงานเครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 4.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นพนักงานโรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่พักอาศัย รายเดือนในปัจจุบัน

ประเภทที่พักอาศัยรายเดือน	จำนวน	ร้อยละ
หอพัก	74	18.6
บ้านเช่า	228	57.3
อพาร์ทเมนต์ คอร์ต	62	15.6
ห้องเช่า	34	8.5
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในบ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 57.3 หอพัก คิดเป็นร้อยละ 18.6 อพาร์ทเมนต์ คอร์ต คิดเป็นร้อยละ 15.6 และห้องเช่า คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมพักอาศัยในปัจจุบัน

ผู้ร่วมพักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	63	15.8
เพื่อน	68	17.1
สามี ภรรยา	151	37.9
คนในครอบครัว(ญาติพี่น้อง)	116	29.2
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พักอาศัยอยู่กับสามี ภรรยา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 อยู่กับคนในครอบครัว(ญาติพี่น้อง) คิดเป็นร้อยละ 29.2 อยู่กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และอยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง ในปัจจุบัน

ค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 800 บาท	33	8.3
801-1,300 บาท	137	34.4
1,301-1,800 บาท	145	36.4
มากกว่า 1,800 บาท	83	20.9
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าเช่ารายเดือนต่อห้องในราคา 1,301-1,800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.4 ราคา 801-1,300 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.4 ราคา มากกว่า 1,800 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.9 และไม่เกิน 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า ในปัจจุบัน

ประเภทการชำระ	จำนวน	ร้อยละ
แบบคิดมิเตอร์แยก	350	87.9
แบบเหมาจ่าย	48	12.1
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าโดยใช้มิเตอร์แยก คิดเป็นร้อยละ 87.9 และแบบเหมาจ่าย คิดเป็นร้อยละ 12.1

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อและแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับที่พักอาศัย

สื่อและแหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
มีคณแนะนำ	335	84.2
ป้ายโปสเตอร์ โฆษณา	41	10.3
หนังสือพิมพ์	4	1.0
ใบปลิว	5	1.2
เจ้าของโรงงานแนะนำ	13	3.3
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าที่พักอาศัยโดยมีคณแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 84.2 จากป้ายโปสเตอร์ โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 10.3 เจ้าของโรงงานแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.3 จากใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 1.2 และจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในปัจจุบันในการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

จำแนกตามปัญหาที่ประสบ

ปัญหาที่ประสบ	จำนวน	ร้อยละ
ถูกรบกวนจากห้องอื่นเช่นเสียงดัง	217	54.5
ค่าน้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์แพง	205	51.5
ค่าเช่ารายเดือนแพง	191	48.0
ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ	129	32.4
ไม่มีความปลอดภัย	116	29.1
ห้องพักแคบ	115	28.9
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	93	23.4
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พัก	93	23.4
สุขภัณฑ์เก่า ชำรุด	76	19.1
ที่พักไม่สะอาด	76	19.1
ไม่สะดวกในการเดินทางไกล	70	17.6
อื่น ๆ	3	0.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 398 คน
อื่น ๆ ได้แก่ น้ำไม่ค่อยไหล , มีสัตว์เลี้ยงรบกวน และอยู่สูงเกินไป

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบปัญหา การถูกรบกวนจาก
ห้องอื่น คิดเป็นร้อยละ 54.5 ค่าน้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์แพง คิดเป็นร้อยละ 51.5 ค่าเช่ารายเดือนแพง
คิดเป็นร้อยละ 48.0 ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 32.4 ไม่มีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ
29.1 ห้องพักแคบ คิดเป็นร้อยละ 28.9 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม และไม่ได้รับการดูแลที่ดีจาก
เจ้าของที่พัก คิดเป็นร้อยละ 23.4 สุขภัณฑ์เก่า ชำรุด และที่พักไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 19.1
ไม่สะดวกในการเดินทางไกล คิดเป็นร้อยละ 17.6 และอื่น ๆ ได้แก่ น้ำไม่ค่อยไหล , มีสัตว์เลี้ยง
รบกวน และอยู่สูงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการย้ายที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน

การย้ายที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
เคย	264	66.3
ไม่เคย	134	33.7
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยย้ายที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และไม่เคยย้าย คิดเป็นร้อยละ 33.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุของการย้าย ที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน

สาเหตุของการย้ายที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ถูกรบกวนจากห้องอื่นเช่นเสียงดัง	139	52.7
ค่าเช่ารายเดือนแพง	128	48.5
ค่าน้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์แพง	114	43.2
ไม่มีความปลอดภัย	111	42.0
ห้องพักแคบ	95	36.0
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พัก	93	35.2
ไม่สะดวกในการเดินทาง	90	34.1
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	89	33.7
ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ	83	31.4
ที่พักไม่สะอาด	81	30.7
ย้ายตามเพื่อน ไม่มีเหตุผลส่วนตัว	29	11.0
ย้ายตามที่ทำงาน	2	0.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยย้ายที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือนทั้งสิ้น 264 คน

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบปัญหาการถูกรบกวนจากห้องอื่น คิดเป็นร้อยละ 52.7 ค่าเช่ารายเดือนแพง คิดเป็นร้อยละ 48.5 ค่าน้ำ ไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์แพง คิดเป็นร้อยละ 43.2 ไม่มีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 42.0 ห้องพักแคบ คิดเป็นร้อยละ 36.0 ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พัก คิดเป็นร้อยละ 35.2 ไม่สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 34.1 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม คิดเป็นร้อยละ 33.7 ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 31.4 ที่พักไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 30.7 ย้ายตามเพื่อน ไม่มีเหตุผลส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.0 และย้ายตามที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานโรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3.1 ข้อมูลแสดงระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานโรงงาน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	118 (29.6)	227 (57.0)	53 (13.3)	2.16 (ปานกลาง)	2
2. ความคงทนของตัวอาคาร	247 (62.1)	135 (33.9)	16 (4.0)	2.58 (มาก)	1
3. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	62 (15.6)	175 (44.0)	161 (40.5)	1.75 (ปานกลาง)	5
4. ร้านให้บริการต่างๆภายในที่พักเช่น ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านทำผม	83 (20.9)	167 (42.0)	148 (37.2)	1.84 (ปานกลาง)	4
5. การออกแบบอาคาร	111 (27.9)	219 (55.0)	68 (17.1)	2.11 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม				2.09 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.58) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.16) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พักเช่น ร้านอาหาร ร้านซักรีด ร้านทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.84) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.75)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านราคา ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ค่าเช่ารายเดือน	238 (59.8)	141 (35.4)	19 (4.8)	2.55 (มาก)	1
2. ค่าเช่าล่วงหน้า	196 (49.2)	158 (39.7)	44 (11.1)	2.38 (ปานกลาง)	4
3. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	234 (58.8)	137 (34.4)	27 (6.8)	2.52 (มาก)	2
4. ค่าประกัน และค่ามัดจำ	212 (53.3)	149 (37.4)	37 (9.3)	2.44 (ปานกลาง)	3
5. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	141 (35.4)	197 (49.5)	60 (15.1)	2.20 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม				2.42 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.38) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.20)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านทำเลที่ตั้ง ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	293 (73.6)	82 (20.6)	23 (5.8)	2.68 (มาก)	1
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	171 (43.0)	168 (42.2)	59 (14.8)	2.28 (ปานกลาง)	2
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	36 (9.0)	81 (20.4)	281 (70.6)	1.38 (น้อย)	3
4. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	289 (72.6)	91 (22.9)	18 (4.5)	2.68 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม				2.26 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.26) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ที่พักใกล้ที่ทำงาน และความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.68) ที่พักใกล้ตลาด หรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญน้อย (1.38)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	153 (38.4)	131 (32.9)	114 (28.6)	2.10 (ปานกลาง)	2
2. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	95 (23.9)	220 (55.3)	83 (20.9)	2.03 (ปานกลาง)	3
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	27 (6.8)	162 (40.7)	209 (52.5)	1.54 (ปานกลาง)	4
4. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	20 (5.0)	116 (29.1)	262 (65.8)	1.39 (น้อย)	7
5. โฆษณาทางวิทยุ	17 (4.3)	112 (28.1)	269 (67.6)	1.37 (น้อย)	8
6. ใบปลิว	21 (5.3)	133 (33.4)	244 (61.3)	1.44 (น้อย)	6
7. เจ้าของโรงงานแนะนำ	28 (7.0)	138 (34.7)	232 (58.3)	1.49 (น้อย)	5
8. มีคนรู้จักอาศัยอยู่ในที่เดียวกัน	172 (43.2)	169 (42.5)	57 (14.3)	2.29 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม				1.71 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ในที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.10) คำบอกเล่าจากคนรู้จัก เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.03) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.54) เจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.49) ใบปลิว เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.44) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นระดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.39) และ โฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับที่ 8 ระดับความสำคัญน้อย (1.37)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านบุคลากร ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	243 (61.1)	143 (35.9)	12 (3.0)	2.58 (มาก)	1
2. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	251 (63.1)	83 (20.9)	64 (16.1)	2.47 (ปานกลาง)	2
3. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	229 (57.5)	111 (27.9)	58 (14.6)	2.43 (ปานกลาง)	3
4. อธิษัติยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	205 (51.5)	146 (36.7)	47 (11.8)	2.40 (ปานกลาง)	4
5. การให้คำแนะนำ ปรีกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	149 (37.4)	185 (46.5)	64 (16.1)	2.21 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม				2.42 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.58) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.47) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) อธิษัติยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และการให้คำแนะนำ ปรีกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.21)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการบริการ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	260 (65.3)	89 (22.4)	49 (12.3)	2.53 (มาก)	1
2. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	241 (60.6)	90 (22.6)	67 (16.8)	2.44 (ปานกลาง)	2
3. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	150 (37.7)	140 (35.2)	108 (27.1)	2.11 (ปานกลาง)	5
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	78 (19.6)	183 (46.0)	137 (34.4)	1.85 (ปานกลาง)	6
5. การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์	176 (44.2)	137 (34.4)	85 (21.4)	2.23 (ปานกลาง)	3
6. กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก	131 (32.9)	211 (53.0)	56 (14.1)	2.19 (ปานกลาง)	4
7. ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน	139 (34.9)	213 (53.5)	46 (11.6)	2.23 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม				2.22 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.53) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์และความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.19) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.85)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
1. ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก	217 (54.5)	140 (35.2)	41 (10.3)	2.44 (ปานกลาง)	2
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พัก	179 (45.0)	160 (40.2)	59 (14.8)	2.30 (ปานกลาง)	4
3. ขนาดของห้องพัก	184 (46.2)	182 (45.7)	32 (8.0)	2.38 (ปานกลาง)	3
4. เสียงรบกวนจากภายนอก	254 (63.8)	93 (23.4)	51 (12.8)	2.51 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม				2.41 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.51) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.38) และสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.30)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ความสำคัญโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.09	ปานกลาง	5
2. ปัจจัยด้านราคา	2.42	ปานกลาง	1
3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	2.26	ปานกลาง	3
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	1.71	ปานกลาง	6
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	2.42	ปานกลาง	1
6. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	2.22	ปานกลาง	4
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	2.41	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากเป็นลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา และด้านบุคลากร ลำดับ 2 คือ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลำดับ 3 คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ลำดับ 4 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ลำดับ 5 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และลำดับ 6 คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	2.13 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)
2. ความคงทนของตัวอาคาร	2.48 (ปานกลาง)	2.65 (มาก)	2.58 (มาก)
3. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	1.71 (ปานกลาง)	1.78 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)
4. ร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	1.72 (ปานกลาง)	1.91 (ปานกลาง)	1.84 (ปานกลาง)
5. การออกแบบอาคาร	2.09 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
รวม	2.03 (ปานกลาง)	2.13 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 24 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.03) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.13) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.09) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พักเช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.72) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.71)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.13) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.65) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.12) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พักเช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.91) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.78)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย
รายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ค่าเช่ารายเดือน	2.52 (มาก)	2.57 (มาก)	2.55 (มาก)
2. ค่าเช่าล่วงหน้า	2.40 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
3. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	2.58 (มาก)	2.48 (ปานกลาง)	2.52 (มาก)
4. ค่าประกัน และค่ามัดจำ	2.50 (มาก)	2.40 (ปานกลาง)	2.44 (ปานกลาง)
5. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	2.21 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)
รวม	2.44 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.58) ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.50) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.21)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.20)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	2.66 (มาก)	2.69 (มาก)	2.68 (มาก)
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	2.22 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	1.41 (น้อย)	1.37 (น้อย)	1.38 (น้อย)
4. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	2.64 (มาก)	2.71 (มาก)	2.68 (มาก)
รวม	2.23 (ปานกลาง)	2.27 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.66) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.64) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.41)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.27) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.71) ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.69) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.37)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	2.06 (ปานกลาง)	2.13 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	2.00 (ปานกลาง)	2.05 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	1.55 (ปานกลาง)	1.54 (ปานกลาง)	1.54 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	1.40 (น้อย)	1.38 (น้อย)	1.39 (น้อย)
5. โฆษณาทางวิทยุ	1.35 (น้อย)	1.38 (น้อย)	1.37 (น้อย)
6. ใบปลิว	1.42 (น้อย)	1.46 (น้อย)	1.44 (น้อย)
7. เจ้าของโรงงานแนะนำ	1.42 (น้อย)	1.53 (ปานกลาง)	1.49 (น้อย)
8. มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน	2.22 (ปานกลาง)	2.34 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)
รวม	1.68 (ปานกลาง)	1.73 (ปานกลาง)	1.71 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.71) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) ค่าบอกล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.55) ใบปลิวและเจ้าของโรงงานแนะนำ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.42) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.40) และ โฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.35)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.73) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.34) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.13) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.05) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.54) เจ้าของโรงงานแนะนำ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.53) ใบปลิวเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.46) และ โฆษณาหนังสือพิมพ์และโฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.38)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	2.52 (มาก)	2.62 (มาก)	2.58 (มาก)
2. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษา ความปลอดภัย	2.33 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.47 (ปานกลาง)
3. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษา ความสะอาด	2.29 (ปานกลาง)	2.52 (มาก)	2.43 (ปานกลาง)
4. อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่ พัก	2.31 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)
5. การให้คำแนะนำ ปรึกษาของ พนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.15 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)
รวม	2.32 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.31) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.15)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.62) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.52) อธิษาศัยของพนักงาน และผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.26)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	2.41 (ปานกลาง)	2.61 (มาก)	2.53 (มาก)
2. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	2.29 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
3. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	1.98 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	1.83 (ปานกลาง)	1.86 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)
5. การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์	2.13 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
6. กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก	2.18 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)	2.19 (ปานกลาง)
7. ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน	2.18 (ปานกลาง)	2.27 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
รวม	2.14 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) กฎเกณฑ์ต่างๆ ของที่พัก และความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.13) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.98) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.28) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.61) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.54) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.30) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.27) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ และ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.20) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ		ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก	2.30 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พัก	2.17 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
3. ขนาดของห้องพัก	2.34 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
4. เสียงรบกวนจากภายนอก	2.44 (ปานกลาง)	2.56 (มาก)	2.51 (มาก)
รวม	2.31 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.31) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.34) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.30) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.56) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.54) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40)

All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่46ปี ขึ้นไป	
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	2.09 (ปานกลาง)	2.15 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	2.16 (ปานกลาง)
2. ความคงทนของตัวอาคาร	2.59 (มาก)	2.56 (มาก)	2.59 (มาก)	2.67 (มาก)	2.58 (มาก)
3. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ ภายในห้องพัก	1.72 (ปานกลาง)	1.72 (ปานกลาง)	1.90 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)
4. ร้านให้บริการต่างๆภายในที่ พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	1.93 (ปานกลาง)	1.73 (ปานกลาง)	1.86 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	1.84 (ปานกลาง)
5. การออกแบบอาคาร	2.06 (ปานกลาง)	2.13 (ปานกลาง)	2.17 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
รวม	2.08 (ปานกลาง)	2.06 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.53 (มาก)	2.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.08) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.59) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.09) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พักเช่น อาหาร ซักรีด ทำผม เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.93) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.56) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.15) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.13) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญ

ปานกลาง (1.73) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.59) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17) ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.90) และ ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 46ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.53) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคาร ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก และร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักและการออกแบบอาคารเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่46 ปี ขึ้นไป	
1. ค่าเช่ารายเดือน	2.54 (มาก)	2.57 (มาก)	2.51 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.55 (มาก)
2. ค่าเช่าล่วงหน้า	2.37 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
3. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	2.52 (มาก)	2.49 (ปานกลาง)	2.59 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.52 (มาก)
4. ค่าประกัน และค่ามัดจำ	2.45 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.33 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
5. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	2.22 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.24 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)
รวม	2.42 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.47 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ ดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.54) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.45) ค่าเช่าล่วงหน้า เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.49) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) ค่าเช่าล่วงหน้า เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.47) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.59) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.54) ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.51) ค่าเช่าล่วงหน้า เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) เท่ากันทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่46ปี ขึ้นไป	
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	2.61 (มาก)	2.71 (มาก)	2.76 (มาก)	2.67 (มาก)	2.68 (มาก)
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	2.34 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)	2.31 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	1.38 (น้อย)	1.34 (น้อย)	1.54 (กลาง)	1.00 (น้อย)	1.38 (น้อย)
4. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	2.64 (มาก)	2.71 (มาก)	2.71 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.68 (มาก)
รวม	2.24 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	1.92 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.64) ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.61) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.34) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.25) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน และที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.71) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่פקใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.76) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.71) ที่פקใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.31) และที่פקใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.92) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่פקใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ที่פקใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67) และที่פקใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่46 ปี ขึ้นไป	
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	2.08 (ปานกลาง)	2.06 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	2.10 (ปานกลาง)
2. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	2.05 (ปานกลาง)	1.93 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	1.64 (ปานกลาง)	1.51 (ปานกลาง)	1.39 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.54 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	1.42 (น้อย)	1.37 (น้อย)	1.37 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.39 (น้อย)
5. โฆษณาทางวิทยุ	1.41 (น้อย)	1.34 (น้อย)	1.32 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.37 (น้อย)
6. ใบปลิว	1.47 (น้อย)	1.44 (น้อย)	1.37 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.44 (น้อย)
7. เจ้าของโรงงานแนะนำ	1.49 (น้อย)	1.44 (น้อย)	1.58 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	1.49 (น้อย)
8. มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน	2.32 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.34 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)
รวม	1.73 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	1.74 (ปานกลาง)	1.71 (ปานกลาง)	1.71 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.73) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.32) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.08) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.05) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.64) เจ้าของโรงงานแนะนำ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.49) ใบปลิวเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.47) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.42) และ โฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 8 ระดับความสำคัญน้อย (1.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.67) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.25) ส่วนลคพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) กำบอกล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.93) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.51) ใบปลิว และเจ้าของโรงงานแนะนำ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.44) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.37) และ โฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.74) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.34) กำบอกล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) ส่วนลคพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) เจ้าของโรงงานแนะนำ ลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.58) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.39) ใบปลิวและโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.37) และ โฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.71) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ส่วนลคพิเศษของค่าเช่ารายเดือน เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน และเจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) กำบอกล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67) และป้ายโปสเตอร์โฆษณา โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางวิทยุ และใบปลิว เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.33)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปี ขึ้นไป	
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	2.61 (มาก)	2.52 (มาก)	2.69 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.58 (มาก)
2. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	2.46 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)	2.66 (มาก)	2.00 (ปานกลาง)	2.47 (ปานกลาง)
3. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	2.43 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.63 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)
4. อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.40 (ปานกลาง)	2.35 (ปานกลาง)	2.56 (มาก)	2.00 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)
5. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.27 (ปานกลาง)	2.13 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)
รวม	2.43 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.58 (มาก)	2.07 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.61) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และการให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็น

ลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.35) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.58) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.69) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.66) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.63) อธิษาศัยของพนักงาน และผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญมาก (2.56) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.07) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก และความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย และอธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่46 ปีขึ้นไป	
1. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	2.53 (มาก)	2.50 (มาก)	2.63 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.53 (มาก)
2. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	2.44 (ปานกลาง)	2.39 (ปานกลาง)	2.59 (มาก)	2.00 (ปานกลาง)	2.44 (ปานกลาง)
3. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	2.08 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	1.86 (ปานกลาง)	1.82 (ปานกลาง)	1.93 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)
5. การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์	2.20 (ปานกลาง)	2.24 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
6. กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก	2.16 (กลาง)	2.19 (กลาง)	2.27 (กลาง)	2.00 (กลาง)	2.19 (ปานกลาง)
7. ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน	2.27 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.31 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
รวม	2.21 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.06 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.21) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.53) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง(2.44) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.27) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.20) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.16) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.08) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความปานกลาง (1.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.20) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.50) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.19) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.09) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.63) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.59) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.31) การมีบริการทำความสะอาดทุกวัน ทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.27) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.25) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความปานกลาง (1.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ และการมีบริการทำความสะอาดทุกวัน หรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) การมีบริการรักษาความปลอดภัย การมีบริการรับฝากข้อความ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก และความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
1. ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก	2.50 (มาก)	2.36 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.00 (ปานกลาง)	2.44 (ปานกลาง)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พัก	2.32 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
3. ขนาดของห้องพัก	2.41 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.39 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
4. เสียงรบกวนจากภายนอก	2.53 (มาก)	2.47 (ปานกลาง)	2.59 (มาก)	2.33 (ปานกลาง)	2.51 (มาก)
รวม	2.44 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	2.08 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.53) ความสะอาด และความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.50) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.47) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพัก และขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ ดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.59) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.54) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) และสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.08) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ ดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) และความสะอาดและความสวยงามของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พัก และขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม่าย	
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	2.14 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)
2. ความคงทนของตัวอาคาร	2.65 (มาก)	2.52 (มาก)	2.33 (มาก)	2.58 (มาก)
3. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	1.89 (ปานกลาง)	1.62 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)
4. ร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	1.96 (ปานกลาง)	1.73 (ปานกลาง)	1.33 (น้อย)	1.84 (ปานกลาง)
5. การออกแบบอาคาร	2.12 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)	2.17 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
รวม	2.15 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)	1.97 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.15) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.65) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.14) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.12) ร้านให้บริการต่างๆภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.96) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.03) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.52) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.10) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับ

ความสำคัญปานกลาง (1.73) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับ
ความสำคัญปานกลาง (1.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นม่าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
ในระดับความสำคัญปานกลาง (1.97) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ภาพพจน์
และชื่อเสียงของที่พัก และความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง
(2.33) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17) ความครบครันของ
เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67) และร้านให้บริการต่าง ๆ
ภายในที่พักระบุ อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.33)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม่าย	
1. ค่าเช่ารายเดือน	2.56 (มาก)	2.55 (มาก)	2.50 (มาก)	2.55 (มาก)
2. ค่าเช่าล่วงหน้า	2.42 (ปานกลาง)	2.34 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	2.38 (ปานกลาง)
3. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	2.57 (มาก)	2.46 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	2.52 (มาก)
4. ค่าประกัน และค่ามัดจำ	2.51 (มาก)	2.37 (ปานกลาง)	2.67 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
5. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	2.20 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)
รวม	2.45 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.45) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.56) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.51) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.38) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.34) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นม่าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.57) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าเช่าล่วงหน้า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าประกันและค่ามัดจำเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.50) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม่าย	
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	2.67 (มาก)	2.68 (มาก)	2.83 (มาก)	2.68 (มาก)
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	2.40 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	1.39 (น้อย)	1.38 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.38 (น้อย)
4. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	2.71 (มาก)	2.65 (มาก)	2.83 (มาก)	2.68 (มาก)
รวม	2.29 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.71) ที่พักใกล้ที่ทำงาน เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.67) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.68) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.65) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นม่าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.21) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่พักใกล้ที่ทำงานและความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.83) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญน้อย (1.33)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม้าย	
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	2.19 (ปานกลาง)	2.01 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)
2. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	2.11 (ปานกลาง)	1.95 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	1.65 (ปานกลาง)	1.44 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.54 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	1.46 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.17 (น้อย)	1.39 (น้อย)
5. โฆษณาทางวิทยุ	1.46 (น้อย)	1.28 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.37 (น้อย)
6. ใบปลิว	1.50 (ปานกลาง)	1.38 (น้อย)	1.33 (น้อย)	1.44 (น้อย)
7. เจ้าของโรงงานแนะนำ	1.48 (น้อย)	1.48 (น้อย)	1.67 (ปานกลาง)	1.49 (น้อย)
8. มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน	2.28 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)
รวม	1.77 (ปานกลาง)	1.65 (ปานกลาง)	1.63 (ปานกลาง)	1.71 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.77) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.28) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.19) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) ป้ายโปสเตอร์โฆษณเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.65) ใบปลิวเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.50) เจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.48) และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และโฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.65) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคณรัฐจักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.29) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.01) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.95) เจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.48) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.44) โบปลิวเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.38) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.33) และโฆษณาทางวิทยุเป็นลำดับ 8 ระดับความสำคัญน้อย (1.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นม่าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.63) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคณรัฐจักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความปานกลาง (2.33) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) เจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67) ป้ายโปสเตอร์โฆษณา โฆษณาทางวิทยุ และโบปลิวเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.33) และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.17)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โตด	สมรส	ม่าย	
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	2.57 (มาก)	2.60 (มาก)	2.50 (มาก)	2.58 (มาก)
2. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	2.50 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.47 (ปานกลาง)
3. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	2.45 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)
4. อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.40 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)
5. การให้คำแนะนำ ปรีกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.25 (ปานกลาง)	2.19 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)
รวม	2.43 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โตด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.50) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.45) อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และการให้คำแนะนำ ปรีกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.60) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) อธิษาศัยของพนักงานและ

ผู้ที่ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของ พนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.19)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นมั้ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับความสำคัญปานกลาง (2.10) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความ น่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.50) ความเอาใจใส่ของพนักงาน รักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ความเอาใจใส่ของพนักงาน รักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) และอรรถาศัยของพนักงานและ ผู้ที่ดูแลที่พัก และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 4 ระดับ ความสำคัญปานกลาง (1.83)

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 oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English and Thai script. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม้าย	
1. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	2.61 (มาก)	2.46 (ปานกลาง)	2.17 (ปานกลาง)	2.53 (มาก)
2. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	2.48 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.17 (ปานกลาง)	2.44 (ปานกลาง)
3. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	2.14 (ปานกลาง)	2.08 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	1.88 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	1.67 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)
5. การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์	2.32 (ปานกลาง)	2.15 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
6. กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก	2.21 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.19 (ปานกลาง)
7. ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน	2.23 (ปานกลาง)	2.24 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
รวม	2.27 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	1.97 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.27) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.61) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) กฎเกณฑ์ต่างๆ ของที่พักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.21) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.14) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.15) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.08) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นแม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.97) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ และการมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน กฎเกณฑ์ต่างๆของที่พัก และการมีบริการทำความสะอาดทุกวัน หรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ต่อการเลือก
เช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	โสด	สมรส	ม่าย	
1. ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก	2.48 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.44 (ปานกลาง)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พัก	2.39 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
3. ขนาดของห้องพัก	2.42 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
4. เสี่ยงรบกวนจากภายนอก	2.55 (มาก)	2.47 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.51 (มาก)
รวม	2.46 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.04 (ปานกลาง)	2.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่โสด ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสี่ยงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ความสะอาด และความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.42) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรส ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ เสี่ยงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.47) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.41) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นม่ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.04) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ เเสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพัก และขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) และ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	1.83 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)
2. ความคงทนของตัวอาคาร	2.44 (มาก)	2.55 (มาก)	2.61 (มาก)	2.69 (มาก)	2.58 (มาก)
3. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ ภายในห้องพัก	1.78 (ปานกลาง)	1.63 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)	2.07 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)
4. ร้านให้บริการต่างๆภายในที่ พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม	2.00 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)	1.88 (ปานกลาง)	2.07 (ปานกลาง)	1.84 (ปานกลาง)
5. การออกแบบอาคาร	2.11 (ปานกลาง)	2.04 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
รวม	2.03 (ปานกลาง)	2.02 (ปานกลาง)	2.14 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.03) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) ร้านให้บริการต่างๆภายในที่พักเช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.02) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.04) ร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พักเช่น อาหาร ซักรีด ทำผมเป็นลำดับ 4

ระดับความสำคัญปานกลาง (1.75) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.14) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.61) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.16) ร้านอาหารบริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.88) และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความคงทนของตัวอาคารเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.69) ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) การออกแบบอาคารเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.26) และร้านอาหารบริการต่าง ๆ ภายในที่พัก เช่น อาหาร ซักรีด ทำผม และความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.07)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านราคา ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ค่าเช่ารายเดือน	2.39 (ปานกลาง)	2.51 (มาก)	2.63 (มาก)	2.62 (มาก)	2.55 (มาก)
2. ค่าเช่าล่วงหน้า	2.33 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	2.49 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.38 (ปานกลาง)
3. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	2.39 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	2.70 (มาก)	2.60 (มาก)	2.52 (มาก)
4. ค่าประกัน และค่ามัดจำ	2.17 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.55 (มาก)	2.60 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
5. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ	1.94 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)	2.31 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)
รวม	2.24 (ปานกลาง)	2.35 (ปานกลาง)	2.53 (มาก)	2.54 (มาก)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.35) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.51) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.53) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.70) ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.63) ค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.49) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.54) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.62) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และค่าประกัน และค่ามัดจำเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.60) ค่าเช่าล่วงหน้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.57) และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.31)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	2.56 (มาก)	2.60 (มาก)	2.77 (มาก)	2.84 (มาก)	2.68 (มาก)
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	2.39 (ปานกลาง)	2.17 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	1.56 (ปานกลาง)	1.34 (น้อย)	1.47 (น้อย)	1.34 (น้อย)	1.38 (น้อย)
4. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	2.50 (มาก)	2.61 (มาก)	2.77 (มาก)	2.84 (มาก)	2.68 (มาก)
รวม	2.25 (ปานกลาง)	2.18 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.25) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.56) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.50) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.18) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.61) ที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.60) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.17) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน และที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก(2.77) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.45) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญน้อย (1.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน และที่พักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.84) ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญน้อย (1.34)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเสริมการตลาด ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	2.00 (ปานกลาง)	1.98 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)
2. คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	1.94 (ปานกลาง)	1.95 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	1.83 (ปานกลาง)	1.47 (น้อย)	1.57 (ปานกลาง)	1.69 (ปานกลาง)	1.54 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	1.78 (ปานกลาง)	1.32 (น้อย)	1.39 (น้อย)	1.53 (ปานกลาง)	1.39 (น้อย)
5. โฆษณาทางวิทยุ	1.72 (ปานกลาง)	1.32 (น้อย)	1.35 (น้อย)	1.48 (น้อย)	1.37 (น้อย)
6. ใบปลิว	1.72 (ปานกลาง)	1.40 (น้อย)	1.45 (น้อย)	1.50 (ปานกลาง)	1.44 (น้อย)
7. เจ้าของโรงงานแนะนำ	1.67 (ปานกลาง)	1.43 (น้อย)	1.45 (น้อย)	1.71 (ปานกลาง)	1.49 (น้อย)
8. มีคนรู้จักอาศัยอยู่ในที่เดียวกัน	1.94 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)
รวม	1.83 (ปานกลาง)	1.64 (ปานกลาง)	1.73 (ปานกลาง)	1.88 (ปานกลาง)	1.71 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) มีคนรู้จักอาศัยอยู่ในที่เดียวกัน และคำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.94) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.83) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.78) โฆษณาทางวิทยุ และใบปลิวเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.72) และเจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.64) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.25) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.98) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.95) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.47) เจ้าของโรงงานแนะนำเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.43) ใบปลิวเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.40) และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และโฆษณาทางวิทยุ เป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.73) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.25) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.09) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญน้อย (1.57) เจ้าของโรงงานแนะนำ และใบปลิวเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญน้อย (1.45) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญน้อย (1.39) และโฆษณาทางวิทยุ เป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญน้อย (1.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (1.88) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ มีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกันเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) คำบอกเล่าจากคนรู้จักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28) เจ้าของโรงงานแนะนำ เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.71) ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.69) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.53) ใบปลิวเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.50) และโฆษณาทางวิทยุ เป็นลำดับ 8 ระดับความสำคัญน้อย (1.48)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	2.78 (มาก)	2.55 (มาก)	2.60 (มาก)	2.62 (มาก)	2.58 (มาก)
2. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	2.28 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.62 (มาก)	2.69 (มาก)	2.47 (ปานกลาง)
3. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด	2.44 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.57 (มาก)	2.43 (ปานกลาง)
4. อธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.22 (ปานกลาง)	2.29 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.57 (มาก)	2.40 (ปานกลาง)
5. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	2.44 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)
รวม	2.43 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.56 (มาก)	2.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.43) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.78) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.44) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28) และอธิษาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.55) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาดเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) อธิษาศัยของพนักงาน

และผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.29) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.54) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.62) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.60) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด และอริยาสัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.57) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.56) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.69) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.62) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความสะอาด และอริยาสัยของพนักงาน และผู้ดูแลที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.57) และการให้คำแนะนำ ปรึกษาของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก เป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	2.67 (มาก)	2.40 (ปานกลาง)	2.65 (มาก)	2.78 (มาก)	2.53 (มาก)
2. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	2.50 (มาก)	2.32 (ปานกลาง)	2.55 (มาก)	2.69 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
3. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	2.06 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.24 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	2.00 (ปานกลาง)	1.75 (ปานกลาง)	1.93 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)
5. การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์	2.22 (ปานกลาง)	2.10 (ปานกลาง)	2.34 (ปานกลาง)	2.53 (มาก)	2.23 (ปานกลาง)
6. กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พัก	2.00 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)	2.28 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.19 (ปานกลาง)
7. ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกัน	2.06 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)	2.21 (ปานกลาง)	2.23 (ปานกลาง)
รวม	2.24 (ปานกลาง)	2.11 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.50) การมีบริการทำความสะอาดทุกวันหรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.06) และกฎเกณฑ์ต่างๆของที่พัก และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 5 ระดับความปานกลาง (2.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.40) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.26) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.12) การมีบริการทำความสะอาดทุกวัน หรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.10) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.00) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.75)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.65) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.55) การมีบริการทำความสะอาดทุกวัน หรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.34) กฎเกณฑ์ต่างๆของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.28) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.24) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.23) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (1.93)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.46) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.78) การมีบริการรักษาความปลอดภัยเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.69) การมีบริการทำความสะอาดทุกวัน หรือทุกสัปดาห์เป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.53) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36) การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับ 5 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) ความคุ้นเคยกับผู้ที่พักในที่พักเดียวกันเป็นลำดับ 6 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.21) และการมีบริการรับฝากข้อความเป็นลำดับ 7 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.09)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	มากกว่า 9,000 บาท	
1. ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก	2.39 (ปานกลาง)	2.37 (ปานกลาง)	2.57 (มาก)	2.53 (มาก)	2.44 (ปานกลาง)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พัก	2.39 (ปานกลาง)	2.22 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
3. ขนาดของห้องพัก	2.22 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.54 (มาก)	2.43 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
4. เสียงรบกวนจากภายนอก	2.33 (ปานกลาง)	2.39 (ปานกลาง)	2.73 (มาก)	2.67 (มาก)	2.51 (มาก)
รวม	2.33 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.55 (มาก)	2.53 (มาก)	2.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงลำดับดังนี้ ความสะอาด และความสวยงามของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.33) และขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.39) ความสะอาด และความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.37) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.32) และสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.55) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสี่ยงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.73) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.57) ขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญมาก (2.54) และสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 9,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (2.53) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ เสี่ยงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับ 1 ระดับความสำคัญมาก (2.67) ความสะอาดและความสวยงามของห้องพักเป็นลำดับ 2 ระดับความสำคัญมาก (2.53) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของที่พักเป็นลำดับ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.48) และขนาดของห้องพักเป็นลำดับ 4 ระดับความสำคัญปานกลาง (2.43)

ส่วนที่ 3.2 ข้อมูลความต้องการต่อปัจจัย เกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยรายเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงาน โรงงานในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของห้องพักที่ต้องการ

สีของห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
สีขาว	159	40.0
สีเทา	12	3.0
สีเหลือง	14	3.5
สีฟ้า	182	45.7
สีชมพู	25	6.3
สีอื่น ๆ	6	1.5
รวม	398	100.0

หมายเหตุ : สีอื่น ๆ ได้แก่สีครีม และสีเขียว

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการห้องพักสีฟ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 ห้องสีขาว คิดเป็นร้อยละ 40.0 ห้องสีชมพู คิดเป็นร้อยละ 6.3 ห้องสีเหลือง คิดเป็นร้อยละ 3.5 ห้องสีเทา คิดเป็นร้อยละ 3.0 และห้องพักสีอื่น ๆ ได้แก่ สีครีม และสีเขียว คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสุขภัณฑ์ที่ต้องการ

ประเภทสุขภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชักโครก	217	54.5
ส้วมนั่ง	181	45.5
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการสุขภัณฑ์ เป็นแบบชักโครก คิดเป็นร้อยละ 54.5 และแบบส้วมนั่ง คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่ต้องการ

เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
ตู้เสื้อผ้า	325	81.7
พัตลม	319	80.2
เตียง	293	73.6
โทรทัศน์	237	59.5
ชั้นวางของ	236	59.3
ตู้เย็น	215	54.0
โต๊ะเครื่องแป้ง	188	47.2
เก้าอี้	150	37.7
โต๊ะอาหาร	121	30.4
อื่น ๆ	12	3.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 398 คน

อื่น ๆ ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ , เครื่องปรับอากาศ , เครื่องเสียง , ที่นอน และราวตากผ้า

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการตู้เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 81.7 พัตลม คิดเป็นร้อยละ 80.2 เตียงนอน คิดเป็นร้อยละ 73.6 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 59.5 ชั้นวางของ คิดเป็นร้อยละ 59.3 ตู้เย็น คิดเป็นร้อยละ 54.0 โต๊ะเครื่องแป้ง คิดเป็นร้อยละ 47.2 เก้าอี้ คิดเป็นร้อยละ 37.7 โต๊ะอาหาร คิดเป็นร้อยละ 30.4 และอื่น ๆ ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ , เครื่องปรับอากาศ , เครื่องเสียง , ที่นอน และราวตากผ้า คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่ต้องการ

จำแนกตามประเภทโทรศัพท์

ประเภทโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
โทรได้เฉพาะในพื้นที่เดียวกัน	15	3.8
โทรทางไกลและมีมือถือได้	258	64.8
ไม่มีโทรศัพท์ในห้องแต่มีโทรศัพท์สาธารณะในบริเวณที่พัก	125	31.4
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการโทรศัพท์ ในห้องพักแบบ
โทรทางไกลและมีมือถือได้ คิดเป็นร้อยละ 64.8 ไม่มีโทรศัพท์ในห้องพักแต่มีโทรศัพท์สาธารณะ
ในบริเวณที่พัก คิดเป็นร้อยละ 31.4 และ โทรได้เฉพาะในพื้นที่เดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง
ที่ต้องการ

ค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 800 บาท	83	20.9
801-1,300 บาท	215	54.0
1,301-1,800 บาท	81	20.3
มากกว่า 1,800 บาท	19	4.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง
ในราคา 801-1,300 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.0 ราคา ไม่เกิน 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.9 ราคา
1,301-1,800 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 และมากกว่า 1,800 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการผ่อนชำระค่าเช่า เป็นงวด ๆ ที่ต้องการ

การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเดือนละครั้ง	331	83.2
จ่ายเดือนละ 2 ครั้ง	64	16.1
จ่ายเดือนละ 3 ครั้ง	2	0.5
จ่ายเดือนละ 4 ครั้ง	1	0.2
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการชำระค่าเช่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.2 ชำระเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ชำระเดือนละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และชำระเดือนละ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า ที่ต้องการ

การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน	214	53.8
จ่ายล่วงหน้า 2 เดือน	16	4.0
จ่ายล่วงหน้า 3 เดือน	7	1.8
ไม่ต้องจ่ายล่วงหน้า	161	40.4
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ไม่ต้องจ่ายล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 40.4 จ่ายล่วงหน้า 2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และจ่ายล่วงหน้า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า ที่ต้องการ

ประเภทการชำระ	จำนวน	ร้อยละ
แบบคิดมิเตอร์แยก	370	93.0
แบบเหมาจ่าย	28	7.0
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า โดยใช้มิเตอร์แยก คิดเป็นร้อยละ 93.0 และแบบเหมาจ่าย คิดเป็นร้อยละ 7.0