

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

การศึกษานี้ทำโดยใช้แบบสอบถามสอบถามพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ที่ตั้งอยู่ในเขตรอบนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ได้แก่ ตำบลบ้านกลาง ตำบลเหมืองง่า และตำบลมะเขือแจ้ จำนวน 379 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> ซึ่งการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมที่ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ภูมิลำเนา
- การศึกษา
- รายได้ต่อเดือน
- ประเภทของอุตสาหกรรมที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่ใช้บริการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน ประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลแสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยด้านบุคลากร
- ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

2.2 ข้อมูลความต้องการต่อปัจจัยเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงาน โรงงานใน  
นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

- ดีของห้องพัก
- ประเภทของสุขภัณฑ์
- ประเภทของเตียงนอน
- ประเภทโทรศัพท์
- เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก
- ค่าเช่าต่อเดือน
- การผ่อนชำระค่าเช่า
- การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า
- การชำระค่าน้ำ
- การชำระค่าไฟฟ้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงาน โรงงานในนิคม  
อุตสาหกรรมภาคเหนือ

- ประเภทที่พักอาศัย
- ผู้ร่วมพักอาศัย
- ระยะเวลาในการพักอาศัย
- ค่าเช่าต่อเดือน
- การชำระค่าน้ำ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- ค่าโทรศัพท์ในห้องพัก
- สาเหตุในการย้ายที่พักอาศัย
- แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัย
- ปัญหาที่ประสบในการพักอาศัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่เข้าที่พักอาศัยรายเดือน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	261	68.9
ชาย	118	31.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 68.9 และเป็นเพศชายร้อยละ 31.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 20 ปี	52	13.7
21 – 25 ปี	236	62.3
26 – 30 ปี	75	19.8
31 – 35 ปี	15	4.0
36 – 40 ปี	1	0.2
40 ปี ขึ้นไป	0	0
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.3 อายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 19.8 อายุ 15 – 20 ปี ร้อยละ 13.7 อายุ 31 – 35 ปี ร้อยละ 4.0 อายุ 36 – 40 ปี ร้อยละ 0.2 และไม่มีพนักงานที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	250	66.0
สมรส	128	33.8
ม้าย	1	0.2
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.0 สมรสแล้ว ร้อยละ 33.8 และม้าย ร้อยละ 0.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามภูมิดำเนา

ภูมิดำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	318	83.9
ภาคกลาง	20	5.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	36	9.5
ภาคใต้	5	1.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีภูมิดำเนาในภาคเหนือคิดเป็น ร้อยละ 83.9 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 9.5 ภาคกลาง ร้อยละ 5.3 และภาคใต้ ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา (ป.1 – ป.6)	5	1.3
มัธยมศึกษา (ม.1 – ม.6)	204	53.8
ประกาศนียบัตร (ปวช – ปวส)	137	36.2
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	33	8.7
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (ม.1 – ม.6) คิดเป็นร้อยละ 53.8 ระดับประกาศนียบัตร (ปวช-ปวส) ร้อยละ 36.2 ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 8.7 ระดับประถมศึกษา (ป.1 – ป.6) ร้อยละ 1.3 และไม่มีพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	0.3
3,001 – 5,000 บาท	124	32.7
5,001 – 7,000 บาท	155	40.9
7,001 – 9,000 บาท	61	16.1
9,001 – 11,000 บาท	21	5.5
11,001 – 13,000 บาท	11	2.9
13,001 – 15,000 บาท	3	0.8
มากกว่า 15,000 บาท	3	0.8
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,001- 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.9 รายได้ต่อเดือน 3,001- 5,000 บาท ร้อยละ 32.7 รายได้ต่อเดือน 7,001- 9,000 บาท ร้อยละ 16.1 รายได้ต่อเดือน 9,001- 11,000 บาท ร้อยละ 5.5 รายได้ต่อเดือน 11,001- 13,000 บาท ร้อยละ 2.9 รายได้ต่อเดือน 13,001- 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท มีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 0.8 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรมที่ทำงานในปัจจุบัน

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
อิเล็กทรอนิกส์	308	81.3
การเกษตรและอาหาร	17	4.5
เครื่องหนัง	10	2.6
เครื่องประดับ	29	7.7
ผ้าและไม้แปรรูป	10	2.6
อื่นๆ	5	1.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ทำงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 81.3 อุตสาหกรรมเครื่องประดับ ร้อยละ 7.7 อุตสาหกรรมการเกษตรและอาหาร ร้อยละ 4.5 อุตสาหกรรมเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมผ้าและไม้แปรรูป เท่ากันร้อยละ 2.6 และอุตสาหกรรมอื่น อีกร้อยละ 1.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่ให้บริการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน  
ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลแสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	37	9.8	120	31.7	203	53.6	17	4.5	2	0.5	3.46	ปานกลาง			
2. ความคงทนของตัวอาคาร	187	49.3	131	34.6	58	15.3	3	0.8	0	0.0	4.32	มาก			
3. ความสะอาดของที่พัก	135	35.6	179	47.2	64	16.9	1	0.3	0	0.0	4.18	มาก			
4. การออกแบบภายในห้องพัก	59	5.6	146	38.5	160	42.2	12	3.2	2	0.5	3.65	มาก			
5. สีของห้องพัก	38	10.0	110	29.0	188	49.6	36	9.5	7	1.8	3.36	ปานกลาง			
6. ขนาดของห้องพัก	94	24.8	165	43.5	115	30.3	4	1.1	1	0.3	3.92	มาก			
7. ห้องน้ำภายในห้องพัก	122	32.2	165	43.5	86	22.7	6	1.6	0	0.0	4.06	มาก			
8. ชนิดของสุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส้วมนั่ง	75	19.8	132	34.8	142	37.5	29	7.7	1	0.3	3.66	มาก			
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	17	4.5	57	15.0	169	44.6	70	18.5	66	17.4	2.71	ปานกลาง			
10. พัดลมในห้องพัก	74	19.5	134	35.4	138	36.4	26	6.9	7	1.8	3.64	มาก			
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	17	4.5	32	8.4	129	34.0	99	26.1	102	26.9	2.37	น้อย			
12. ขนาดของเตียง	36	9.5	123	32.5	171	45.1	31	8.2	18	4.7	3.34	ปานกลาง			
13. โทรศัทพ์ในห้องพัก	55	14.5	156	41.2	119	31.4	25	6.6	24	6.3	3.51	มาก			

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล			
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย				น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน
14.ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	32	8.4	83	21.9	195	51.5	52	13.7	17	4.5	3.16	ปานกลาง				
15.ร้านขายของชำภายในที่พัก	18	4.7	69	18.2	181	47.8	84	22.2	27	7.1	2.91	ปานกลาง				
16.ร้านอาหารภายในที่พัก	9	2.4	64	16.9	144	38.0	109	28.8	53	14.0	2.65	ปานกลาง				
17.ร้านซักรีดภายในที่พัก	2	0.5	31	8.2	130	34.3	147	38.8	69	18.2	2.34	น้อย				
18. ห้องกีฬา โดะสนุกะ ภายในที่พัก	7	1.8	28	7.4	77	20.3	126	33.2	141	37.2	2.03	น้อย				
19.บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	41	10.8	115	30.3	164	43.3	43	11.3	16	4.2	3.32	ปานกลาง				
20.ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	115	30.3	139	36.7	94	24.8	24	6.3	7	1.8	3.87	มาก				
ค่าเฉลี่ยรวม												3.32	ปานกลาง			

จากตารางที่ 8 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความคงทนของตัวอาคาร ความสะอาดของที่พัก การออกแบบภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องนำภายในห้องพัก ห้องนำภายในห้องพัก พัดลมในห้องพัก โทรทัศน์ในห้องพัก ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก การออกแบบอาคารความสวยงามของอาคาร สีของห้องพัก เครื่องปรับอากาศในห้องพัก ขนาดของเตียง ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน ร้านขายของชำภายในที่พัก ร้านอาหารภายในที่พัก บริเวณรอบๆ ที่พักพักผ่อนหย่อนใจ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ ร้านซักรีดภายในที่พัก ห้องกีฬา โดะสนุกะ ภายในที่พัก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย



ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของผู้วิจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ค่าเช่ารายเดือน	160	42.2	128	33.8	85	22.4	6	1.6	0	0.0	4.17	4.17	มาก	
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	73	19.3	135	35.6	137	36.1	17	4.5	17	4.5	3.61	3.61	มาก	
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	55	14.5	144	38.0	134	35.4	32	8.4	14	3.7	3.51	3.51	มาก	
4. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	145	38.3	114	30.1	104	27.4	15	4.0	1	0.3	4.02	4.02	มาก	
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	66	17.4	121	31.9	127	33.5	40	10.6	25	6.6	3.43	3.43	ปานกลาง	
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	79	20.8	124	32.7	140	36.9	18	4.7	18	4.7	3.60	3.60	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก	

จากตารางที่ 9 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเช่ารายเดือน การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และค่าประกันและค่ามัดจำให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของผู้จัดอันดับท่าเด ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านท่าเด ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	118	31.1	161	42.5	91	24.0	7	1.8	2	0.5		4.02	มาก
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	68	17.9	156	41.2	125	33.0	23	6.1	7	1.8		3.67	มาก
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	13	3.4	31	8.2	78	20.6	112	29.6	145	38.3		2.09	น้อย
4. ความสะดวกในการเดินทาง	157	41.4	156	41.2	63	16.6	2	0.5	1	0.3		4.23	มาก
5. ความสะดวกในการจอดรถ	107	28.2	170	44.9	92	24.3	9	2.4	1	0.3		3.98	มาก
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	154	40.6	141	37.2	81	21.4	3	0.8	0	0.0		4.18	มาก
												3.70	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 10 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านท่าเด ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่ที่พักใกล้ที่ทำงาน ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ สภาพแวดล้อมรอบที่พักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย				ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	84	22.2	149	39.3	124	32.7	14	3.7	8	2.1	3.76	มาก			
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	26	6.9	118	31.1	164	43.3	52	13.7	19	5.0	3.21	ปานกลาง			
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	10	2.6	46	12.1	161	42.5	115	30.3	47	12.4	2.62	ปานกลาง			
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	11	2.9	43	11.3	133	35.1	131	34.6	61	16.1	2.50	ปานกลาง			
5. โฆษณาทางวิทยุ	17	4.5	39	10.3	132	34.8	122	32.2	69	18.2	2.51	ปานกลาง			
6. สิทธิในการใช้บริการชักรีดในราคาถูก	31	8.2	60	15.8	170	44.9	74	19.5	44	11.6	2.89	ปานกลาง			
7. สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนักๆในราคาถูก	20	5.3	34	9.0	140	36.9	77	20.3	108	28.5	2.42	น้อย			
8. การมีเองใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก	49	12.9	90	23.7	135	35.6	77	20.3	28	7.4	3.15	ปานกลาง			
ค่าเฉลี่ยรวม												2.88	ปานกลาง		

จากตารางที่ 11 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก กำบอกล่าจากคนรู้จัก ป้ายโปสเตอร์โฆษณา โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โฆษณาทางวิทยุ สิทธิในการใช้บริการชักรีดในราคาถูก การมีเองใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และสิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนักๆในราคาถูก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่ฝึกอาชีพรายเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	182	48.0	146	38.5	50	13.2	1	0.3	0	0.0	0	0.0	4.34	มาก
2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	142	37.5	165	43.5	65	17.2	7	1.8	0	0.0	0	0.0	4.17	มาก
3. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	116	30.6	146	38.5	104	27.4	13	3.4	0	0.0	0	0.0	3.96	มาก
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	166	43.8	140	36.9	58	15.3	15	4.0	0	0.0	0	0.0	4.21	มาก
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	150	39.6	144	38.0	76	20.1	9	2.4	0	0.0	0	0.0	4.15	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม											4.16	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัย

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จำนวนตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล			
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย				น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
																จำนวน
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	85	22.4	127	33.5	149	39.3	14	3.7	4	1.1	3.73	มาก				
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้องน้ำเสีย	160	42.2	141	37.2	75	19.8	2	0.5	1	0.3	4.21	มาก				
3. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	160	42.2	146	38.5	64	16.9	6	1.6	3	0.8	4.20	มาก				
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	75	19.8	130	34.3	134	35.4	30	7.9	10	2.6	3.61	ปานกลาง				
5. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	69	18.2	122	32.2	128	33.8	36	9.5	24	6.3	3.46	ปานกลาง				
6. มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	93	24.5	135	35.6	125	33.0	16	4.2	10	2.6	3.75	มาก				
ค่าเฉลี่ยรวม												3.83	มาก			

จากตารางที่ 13 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย การมีบริการรับฝากข้อความ มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ให้มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และการมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 14 (ตารางสรุปตารางที่ 8 ถึงตารางที่ 13) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.32	ปานกลาง	5
2. ปัจจัยด้านราคา	3.72	มาก	3
3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	3.70	มาก	4
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88	ปานกลาง	6
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.16	มาก	1
6. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.83	มาก	2

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงาน อันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม อันดับ 5 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอันดับ 6 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปด
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		แปด		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	ชาย	18	15.25	32	27.12	63	53.39	4	3.39	1	0.85	3.53	มาก	
	หญิง	19	7.28	88	33.72	140	53.64	13	4.98	1	0.38	3.43	ปานกลาง	
2. ความคงทนของตัวอาคาร	ชาย	54	34.84	40	25.81	58	37.42	3	1.94	0	0.00	4.31	มาก	
	หญิง	130	50.39	91	35.27	37	14.34	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก	
3. ความสะอาดของที่พัก	ชาย	35	29.66	57	48.31	26	22.03	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก	
	หญิง	100	38.31	122	46.74	38	14.56	1	0.38	0	0.00	4.23	มาก	
4. การออกแบบภายในห้องพัก	ชาย	24	20.34	46	38.98	45	38.14	3	2.54	0	0.00	3.77	มาก	
	หญิง	35	13.41	100	38.31	115	44.06	9	3.45	2	0.77	3.60	มาก	
5. สีของห้องพัก	ชาย	18	15.25	27	22.88	59	50.00	10	8.47	4	3.39	3.38	ปานกลาง	
	หญิง	20	7.66	83	31.80	129	49.43	26	9.96	3	1.15	3.35	ปานกลาง	
6. ขนาดของห้องพัก	ชาย	33	27.97	41	34.75	43	36.44	1	0.85	0	0.00	3.90	มาก	
	หญิง	61	23.37	124	47.51	72	27.59	3	1.15	1	0.38	3.92	มาก	
												3.92	มาก	

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
7. ห้องนำภายในห้องพัก	ชาย	32	27.12	53	44.92	30	25.42	3	2.54	0	0.00	0	0.00	3.97	มาก
	หญิง	90	34.48	112	42.91	56	21.46	3	1.15	0	0.00	0	0.00	4.11	มาก
8. ชนิดของสุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส่วนน้	ชาย	27	22.88	25	21.19	58	49.15	7	5.93	1	0.85	1	0.85	3.59	มาก
	หญิง	48	18.39	107	41.00	84	32.18	22	8.43	0	0.00	0	0.00	3.69	มาก
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	ชาย	4	3.39	26	22.03	48	40.68	16	13.56	24	20.34	24	20.34	2.75	ปานกลาง
	หญิง	13	4.98	31	11.88	121	46.36	54	20.69	42	16.09	42	16.09	2.69	ปานกลาง
10. พัฒนในห้องพัก	ชาย	18	15.25	41	34.75	45	38.14	13	11.02	1	0.85	1	0.85	3.53	มาก
	หญิง	56	21.46	93	35.63	93	35.63	13	4.98	6	2.30	6	2.30	3.69	มาก
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	ชาย	4	3.39	13	11.02	42	35.59	27	22.88	32	27.12	32	27.12	2.41	น้อย
	หญิง	13	4.98	19	7.28	87	33.33	72	27.59	70	26.82	70	26.82	2.36	น้อย
12. ขนาดของเตียง	ชาย	8	6.78	49	41.53	44	37.29	12	10.17	5	4.24	5	4.24	3.36	ปานกลาง
	หญิง	28	10.73	74	28.35	127	48.66	19	7.28	13	4.98	13	4.98	3.33	ปานกลาง
														3.34	ปานกลาง



ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
13. โทรศัพท์ในห้องพัก	ชาย	20	16.95	49	41.53	37	31.36	7	5.93	5	4.24	3.61	มาก	
	หญิง	35	13.41	107	41.00	82	31.42	18	6.90	19	7.28	3.46	ปานกลาง	
14. ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	ชาย	10	8.47	26	22.03	63	53.39	16	13.56	3	2.54	3.20	ปานกลาง	
	หญิง	22	8.43	57	21.84	132	50.57	36	13.79	14	5.36	3.14	ปานกลาง	
15. ราคายาของชำภายในที่พัก	ชาย	4	3.39	23	19.49	57	48.31	26	22.03	8	6.78	2.91	ปานกลาง	
	หญิง	14	5.36	46	17.62	124	47.51	58	22.22	19	7.28	2.92	ปานกลาง	
16. ร้านอาหารภายในที่พัก	ชาย	5	4.24	20	16.95	48	40.68	38	32.20	7	5.93	2.81	ปานกลาง	
	หญิง	4	1.53	44	16.86	96	36.78	71	27.20	46	17.62	2.57	ปานกลาง	
17. ร้านซักรีดภายในที่พัก	ชาย	0	0.00	16	13.56	38	32.20	48	40.68	16	13.56	2.46	น้อย	
	หญิง	2	0.77	15	5.75	92	35.25	99	37.93	53	20.31	2.29	น้อย	
18. ห้องกีฬา โต้สังเวยภายในที่พัก	ชาย	5	4.24	16	13.56	23	19.49	39	33.05	35	29.66	2.30	น้อย	
	หญิง	2	0.77	12	4.60	54	20.69	87	33.33	106	40.61	1.92	น้อย	
												2.03	น้อย	

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปด
	เพศ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
19. บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	ชาย	18	15.25	30	25.42	56	47.46	11	9.32	3	2.54	3.42	ปานกลาง	
	หญิง	23	8.81	85	32.57	108	41.38	32	12.26	13	4.98	3.28	ปานกลาง	
												3.32	ปานกลาง	
20. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	ชาย	32	27.12	42	35.59	28	23.73	11	9.32	5	4.24	3.72	มาก	
	หญิง	83	31.80	97	37.16	66	25.29	13	4.98	2	0.77	3.94	มาก	
												3.87	มาก	
												3.32	ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่าพนักงานหญิงให้ความสำคัญต่อบุคคลที่ปฏิบัติงานในเรื่องการออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร อยู่ในระดับปานกลาง แต่พนักงานชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ความคงทนของตัวอาคาร ความสะอาดของที่พัก การออกแบบภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำภายในห้องพัก ชนิดของอุปกรณ์ที่พัก และภาพพจน์ชื่อเสียงของที่พัก พนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดมากที่สุด พนักงานที่พัก และเพศหญิง

สี่ของห้องพัก เครื่องปรับอากาศในห้องพัก ขนาดของเตียง ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก ร้านอาหารภายในที่พัก และ บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจพนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางทั้งเพศชายและเพศหญิง

โทรศัพท์ในห้องพัก พนักงานชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่พนักงานหญิงให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ ร้านซักผ้าภายในที่พัก ห้องกีฬา โต๊ะสนุกๆ ภายในที่พักพนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยทั้งเพศชายและเพศหญิง

โดยรวมแล้วพบว่าพนักงานจำนวนตามเพศให้ความสำคัญต่อบุคคลที่ปฏิบัติงานในด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	15 - 20 ปี	2	3.85	16	30.77	32	61.54	2	3.85	0	0.00	0	0.00	3.35	ปานกลาง	
	21 - 25 ปี	22	9.32	73	30.93	130	55.08	10	4.24	1	0.42	1	0.42	3.44	ปานกลาง	
	26 - 30 ปี	8	10.67	27	36.00	34	45.33	5	6.67	1	1.33	1	1.33	3.48	ปานกลาง	
	31 - 35 ปี	5	33.33	4	26.67	6	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก	
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
2. ความคงทนของตัวอาคาร	15 - 20 ปี	16	30.77	25	48.08	11	21.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก	
	21 - 25 ปี	120	50.85	77	32.63	38	16.10	1	0.42	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก	
	26 - 30 ปี	41	54.67	23	30.67	9	12.00	2	2.67	0	0.00	0	0.00	4.37	มาก	
	31 - 35 ปี	9	60.00	6	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด	
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
3. ความสะอาดของที่พัก	15 - 20 ปี	12	23.08	25	48.08	14	26.92	1	1.92	0	0.00	0	0.00	3.92	มาก	
	21 - 25 ปี	76	32.20	123	52.12	37	15.68	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.17	มาก	
	26 - 30 ปี	37	49.33	25	33.33	13	17.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.32	มาก	
	31 - 35 ปี	9	60.00	6	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด	
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
														4.18	มาก	

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4. การออกแบบภายในห้องพัก	15 - 20 ปี	10	19.23	18	34.62	22	42.31	2	3.85	0	0.00	0	0.00	3.69	มาก
	21 - 25 ปี	29	12.29	91	38.56	105	44.49	10	4.24	1	0.42	1	0.42	3.58	มาก
	26 - 30 ปี	13	17.33	32	42.67	29	38.67	0	0.00	1	1.33	1	1.33	3.75	มาก
	31 - 35 ปี	6	40.00	5	33.33	4	26.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.13	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
5. สีของห้องพัก	15 - 20 ปี	7	13.46	16	30.77	23	44.23	5	9.62	1	1.92	1	1.92	3.44	ปานกลาง
	21 - 25 ปี	22	9.32	65	27.54	121	51.27	25	10.59	3	1.27	3	1.27	3.33	ปานกลาง
	26 - 30 ปี	5	6.67	27	36.00	36	48.00	6	8.00	1	1.33	1	1.33	3.39	ปานกลาง
	31 - 35 ปี	4	26.67	2	13.33	7	46.67	0	0.00	0	0.00	2	13.33	3.40	ปานกลาง
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
6. ขนาดของห้องพัก	15 - 20 ปี	6	11.54	21	40.38	24	46.15	0	0.00	1	1.92	1	1.92	3.60	มาก
	21 - 25 ปี	65	27.54	96	40.68	71	30.08	4	1.69	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก
	26 - 30 ปี	16	21.33	41	54.67	18	24.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.97	มาก
	31 - 35 ปี	6	40.00	7	46.67	2	13.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.27	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
														3.92	มาก

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
7. ห้องนำภายในห้องพัก	15 - 20 ปี	10	19.23	19	36.54	21	40.38	2	3.85	0	0.00	3.71	มาก					
	21 - 25 ปี	74	31.36	104	44.07	55	23.31	3	1.27	0	0.00	4.06	มาก					
	26 - 30 ปี	30	40.00	34	45.33	10	13.33	1	1.33	0	0.00	4.24	มาก					
	31 - 35 ปี	7	46.67	8	53.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.47	มาก					
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด					
8. ชนิดของสุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส้วมนั่ง	15 - 20 ปี	4	7.69	20	38.46	21	40.38	7	13.46	0	0.00	3.40	ปานกลาง					
	21 - 25 ปี	45	19.07	82	34.75	89	37.71	20	8.47	0	0.00	3.64	มาก					
	26 - 30 ปี	18	24.00	27	36.00	29	38.67	1	1.33	0	0.00	3.83	มาก					
	31 - 35 ปี	7	46.67	3	20.00	3	20.00	1	6.67	1	6.67	3.93	มาก					
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด					
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	15 - 20 ปี	0	0.00	6	11.54	29	55.77	9	17.31	8	15.38	2.63	ปานกลาง					
	21 - 25 ปี	10	4.24	34	14.41	106	44.92	38	16.10	48	20.34	2.66	ปานกลาง					
	26 - 30 ปี	4	5.33	14	18.67	30	40.00	19	25.33	8	10.67	2.83	ปานกลาง					
	31 - 35 ปี	3	20.00	3	20.00	3	20.00	4	26.67	2	13.33	3.07	ปานกลาง					
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง					
																	2.71	ปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
10. พัดลมในห้องพัก	15 - 20 ปี	7	13.46	15	28.85	24	46.15	4	7.69	2	3.85	3.40	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	50	21.19	85	36.02	82	34.75	17	7.20	2	0.85	3.69	มาก		
	26 - 30 ปี	14	18.67	26	34.67	29	38.67	3	4.00	3	4.00	3.60	มาก		
	31 - 35 ปี	2	13.33	8	53.33	3	20.00	2	13.33	0	0.00	3.67	มาก		
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	15 - 20 ปี	4	7.69	7	13.46	17	32.69	12	23.08	12	23.08	2.60	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	9	3.81	16	6.78	80	33.90	61	25.85	70	29.66	2.29	น้อย		
	26 - 30 ปี	4	5.33	5	6.67	26	34.67	24	32.00	16	21.33	2.43	น้อย		
	31 - 35 ปี	0	0.00	4	26.67	6	40.00	2	13.33	3	20.00	2.73	ปานกลาง		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด		
12. ขนาดของเตียง	15 - 20 ปี	10	19.23	17	32.69	22	42.31	3	5.77	0	0.00	3.65	มาก		
	21 - 25 ปี	15	6.36	70	29.66	112	47.46	22	9.32	17	7.20	3.19	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	8	10.67	29	38.67	32	42.67	5	6.67	1	1.33	3.51	มาก		
	31 - 35 ปี	2	13.33	7	46.67	5	33.33	1	6.67	0	0.00	3.67	มาก		
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
											3.34	ปานกลาง			

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้จัดอันดับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
13. โทรศัพท์ในห้องพัก	15 - 20 ปี	5	9.62	22	42.31	18	34.62	3	5.77	4	7.69	3.40	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	44	18.64	81	34.32	72	30.51	22	9.32	17	7.20	3.48	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	5	6.67	41	54.67	28	37.33	0	0.00	1	1.33	3.65	มาก		
	31 - 35 ปี	0	0.00	12	80.00	1	6.67	0	0.00	2	13.33	3.53	มาก		
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
14. ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	15 - 20 ปี	1	1.92	9	17.31	27	51.92	13	25.00	2	3.85	2.88	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	23	9.75	49	20.76	124	52.54	28	11.86	12	5.08	3.18	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	4	5.33	21	28.00	37	49.33	10	13.33	3	4.00	3.17	ปานกลาง		
	31 - 35 ปี	4	26.67	4	26.67	6	40.00	1	6.67	0	0.00	3.73	มาก		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
15. รั้วบ้านของเช่าภายในที่พัก	15 - 20 ปี	1	1.92	9	17.31	27	51.92	12	23.08	3	5.77	2.87	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	13	5.51	39	16.53	111	47.03	53	22.46	20	8.47	2.88	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	4	5.33	14	18.67	35	46.67	18	24.00	4	5.33	2.95	ปานกลาง		
	31 - 35 ปี	0	0.00	7	46.67	7	46.67	1	6.67	0	0.00	3.40	ปานกลาง		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
												2.91	ปานกลาง		

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้วิจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ													ค่าเฉลี่ย	เบต
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		เบต			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
16. ร้านอาหารภายในที่พัก	15 – 20 ปี	1	1.92	6	11.54	19	36.54	15	28.85	11	21.15	2.44	น้อย		
	21 – 25 ปี	6	2.54	39	16.53	89	37.71	71	30.08	31	13.14	2.65	ปานกลาง		
	26 – 30 ปี	2	2.67	15	20.00	29	38.67	20	26.67	9	12.00	2.75	ปานกลาง		
	31 – 35 ปี	0	0.00	3	20.00	7	46.67	3	20.00	2	13.33	2.73	ปานกลาง		
	36 – 40 ปี	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
17. ร้านช้อปปิ้งภายในที่พัก	15 – 20 ปี	2	3.85	2	3.85	16	30.77	22	42.31	10	19.23	2.31	น้อย		
	21 – 25 ปี	0	0.00	22	9.32	79	33.47	92	38.98	43	18.22	2.34	น้อย		
	26 – 30 ปี	0	0.00	4	5.48	23	31.51	32	43.84	14	19.18	2.25	น้อย		
	31 – 35 ปี	0	0.00	3	20.00	9	60.00	1	6.67	2	13.33	2.87	ปานกลาง		
	36 – 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
18. ห้องกีฬา โต้สนุกๆ ภายในที่พัก	15 – 20 ปี	2	3.85	2	3.85	16	30.77	20	38.46	12	23.08	2.27	น้อย		
	21 – 25 ปี	2	0.85	16	6.78	44	18.64	81	34.32	93	39.41	1.95	น้อย		
	26 – 30 ปี	1	1.33	7	9.33	13	17.33	24	32.00	30	40.00	2.00	น้อย		
	31 – 35 ปี	2	13.33	3	20.00	4	26.67	1	6.67	5	33.33	2.73	ปานกลาง		
	36 – 40 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด		
												2.03	น้อย		



ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
19. บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	15 - 20 ปี	6	11.54	20	38.46	18	34.62	6	11.54	2	3.85	3.42	ปานกลาง	
	21 - 25 ปี	23	9.75	65	27.54	110	46.61	29	12.29	9	3.81	3.27	ปานกลาง	
	26 - 30 ปี	10	13.33	25	33.33	29	38.67	7	9.33	4	5.33	3.40	ปานกลาง	
	31 - 35 ปี	2	13.33	5	33.33	6	40.00	1	6.67	1	6.67	3.40	ปานกลาง	
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	1	50.00	3.00	ปานกลาง	
20. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	15 - 20 ปี	19	36.54	13	25.00	13	25.00	7	13.46	0	0.00	3.85	มาก	
	21 - 25 ปี	66	27.97	92	38.98	56	23.73	16	6.78	6	2.54	3.83	มาก	
	26 - 30 ปี	25	33.33	30	40.00	20	26.67	0	0.00	0	0.00	4.07	มาก	
	31 - 35 ปี	4	26.67	4	26.67	5	33.33	1	6.67	1	6.67	3.60	มาก	
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.32	ปานกลาง	

จากตารางที่ 16 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการออกแบบอาคารความสวยงามของอาคารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี และ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความคงทนของตัวอาคาร ความสะอาดของที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 31-35 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

การออกแบบภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องนำภายในห้องพักและสภาพพจนานุกรมและชื่อเสียงของที่พักมีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดของห้องพัก เครื่องปรับอากาศในห้องพัก รั้วภายในของห้องพัก บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกระดับอายุ

ชนิดของสุขภัณฑ์ พัดลมภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี 31-35 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ขนาดของเตียง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 15-20 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โทรทัศน์ในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ร้านอาหารภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานอายุ 15-20 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ร้านชกจริตภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานอายุ 31-35 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กฯ ภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อบริจยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

Chiang Mai University

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้ที่รับผิดชอบด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	โตด	24	9.60	77	30.80	142	56.80	5	2.00	2	0.80			3.46	ปานกลาง	
	สมรส	13	10.16	43	33.59	61	47.66	11	8.59	0	0.00			3.45	ปานกลาง	
	ฝ่าย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00			2.00	น้อย	
2. ความคงทนของตัวอาคาร	โตด	127	50.80	84	33.60	38	15.20	1	0.40	0	0.00			4.35	มาก	
	สมรส	60	46.88	46	35.94	20	15.63	2	1.56	0	0.00			4.28	มาก	
	ฝ่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00			4.00	มาก	
3. ความสะอาดของที่พัก	โตด	86	34.40	120	48.00	43	17.20	1	0.40	0	0.00			4.32	มาก	
	สมรส	48	37.50	59	46.09	21	16.41	0	0.00	0	0.00			4.21	มาก	
	ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00			5.00	มากที่สุด	
4. การออกแบบภายในห้องพัก	โตด	36	14.40	97	38.80	104	41.60	11	4.40	2	0.80			4.18	มาก	
	สมรส	23	17.97	49	38.28	55	42.97	1	0.78	0	0.00			3.73	มาก	
	ฝ่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00			3.00	ปานกลาง	
														3.65	มาก	

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	สถานภาพ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
5. สีของห้องพัก	โสด	22	8.80	76	30.40	123	49.20	25	10.00	4	1.60	3.35	ปานกลาง		
	สมรส	16	12.50	34	26.56	64	50.00	11	8.59	3	2.34	3.38	ปานกลาง		
	มีภรรยา	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
6. ขนาดของห้องพัก	โสด	61	24.40	103	41.20	82	32.80	4	1.60	0	0.00	3.88	มาก		
	สมรส	33	25.78	61	47.66	33	25.78	0	0.00	1	0.78	3.98	มาก		
	มีภรรยา	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
7. ห้องนำภายในห้องพัก	โสด	89	35.60	99	39.60	58	23.20	4	1.60	0	0.00	4.09	มาก		
	สมรส	32	25.00	66	51.56	28	21.88	2	1.56	0	0.00	4.00	มาก		
	มีภรรยา	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
8. ชนิดของสุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส้วมนั่ง	โสด	45	18.00	87	34.80	93	37.20	25	10.00	0	0.00	3.61	มาก		
	สมรส	30	23.44	44	34.38	49	38.28	4	3.13	1	0.78	3.77	มาก		
	มีภรรยา	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
												3.66	มาก		

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความระมัดระวังของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความระมัดระวังการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	8	3.20	33	13.20	122	48.80	40	16.00	47	18.80	2.66	ปานกลาง					
	9	7.03	24	18.75	47	36.72	29	22.66	19	14.84	2.80	ปานกลาง					
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	2.00	น้อย					
10. พัดลมในห้องพัก	52	20.80	84	33.60	93	37.20	16	6.40	5	2.00	3.65	มาก					
	21	16.41	50	39.06	45	35.16	10	7.81	2	1.56	3.61	มาก					
	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด					
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	8	3.20	20	8.00	92	36.80	59	23.60	71	28.40	2.34	น้อย					
	9	7.03	12	9.38	36	28.13	40	31.25	31	24.22	2.44	น้อย					
	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง					
12. ขนาดของเตียง	19	7.60	73	29.20	121	48.40	23	9.20	14	5.60	3.24	ปานกลาง					
	16	12.50	50	39.06	50	39.06	8	6.25	4	3.13	3.52	มาก					
	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด					
											3.34	ปานกลาง					

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ (ต่อ)

สถานภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
13. โทรศัพท์มือถือพก	39	15.60	93	37.20	84	33.60	21	8.40	13	5.20	3.50	3.50	3.50	มาก
	16	12.50	63	49.22	34	26.56	4	3.13	11	8.59	3.54	3.54	3.54	มาก
	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	3.00	3.00	ปานกลาง
											3.51	3.51	3.51	มาก
14. ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	19	7.60	53	21.20	133	53.20	34	13.60	11	4.40	3.14	3.14	3.14	ปานกลาง
	13	10.16	30	23.44	61	47.66	18	14.06	6	4.69	3.20	3.20	3.20	ปานกลาง
	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	3.00	3.00	ปานกลาง
											3.16	3.16	3.16	ปานกลาง
15. ราน้ำชาของชาภายในที่พัก	10	4.00	42	16.80	117	46.80	62	24.80	19	7.60	2.85	2.85	2.85	ปานกลาง
	8	6.25	27	21.09	63	49.22	22	17.19	8	6.25	3.04	3.04	3.04	ปานกลาง
	0	0.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	1	50.00	3.00	3.00	3.00	ปานกลาง
											2.91	2.91	2.91	ปานกลาง
16. ร้านอาหารภายในที่พัก	5	2.00	34	13.60	91	36.40	81	32.40	39	15.60	2.54	2.54	2.54	ปานกลาง
	4	3.13	30	23.44	52	40.63	28	21.88	14	10.94	2.86	2.86	2.86	ปานกลาง
	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	3.00	3.00	ปานกลาง
											2.65	2.65	2.65	ปานกลาง

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ (ต่อ)

สถานภาพ	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
โสด	2	0.80	17	6.80	88	35.20	93	37.20	50	20.00	50	20.00	2.31	น้อย
สมรส	0	0.00	14	10.94	41	32.03	54	42.19	19	14.84	19	14.84	2.39	น้อย
ม้าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
โสด	3	1.20	17	6.80	54	21.60	86	34.40	90	36.00	90	36.00	2.03	น้อย
สมรส	4	3.13	11	8.59	23	17.97	39	30.47	51	39.84	51	39.84	2.05	น้อย
ม้าย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย
โสด	28	11.20	80	32.00	106	42.40	23	9.20	13	5.20	13	5.20	3.35	ปานกลาง
สมรส	13	10.16	34	26.56	58	45.31	20	15.63	3	2.34	3	2.34	3.27	ปานกลาง
ม้าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
โสด	78	31.20	88	35.20	63	25.20	19	7.60	2	0.80	2	0.80	3.88	มาก
สมรส	37	28.91	50	39.06	31	24.22	5	3.91	5	3.91	5	3.91	3.85	มาก
ม้าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
													3.87	มาก
													3.32	ปานกลาง
													3.32	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยรวม



จากตารางที่ 17 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการออกแบบอาคารความสวยงามของอาคารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงาน สถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ความคงทนของตัวอาคาร ขนาดของห้องพัก ชนิดของสุขภัณฑ์ ภาพจน์และชื่อเสียงของที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ ความสะอาดของที่พัก ห้องนำภายในห้องพัก พัดลมในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

การออกแบบภายในห้องพัก โจรค้ำพุกในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เสียงห้องพัก ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน ร้านขายของชำภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกสถานภาพ

เครื่องปรับอากาศในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ ร้านซักรีดภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ขนาดของเตียง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานสถานภาพโสด ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊ก ภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยทุกสถานภาพ บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพหย่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจ้างเนกตามสถานภาพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	เขต
	ภูมิภาค		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	เหนือ	32	10.06	100	31.45	168	52.83	16	5.03	2	0.63				3.45	ปานกลาง
	กลาง	2	10.00	8	40.00	10	50.00	0	0.00	0	0.00				3.60	มาก
	อีสาน	3	8.33	9	25.00	23	63.89	1	2.78	0	0.00				3.39	ปานกลาง
	ใต้	0	0.00	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00				3.60	มาก
2. ความคงทนของตัวอาคาร	เหนือ	165	51.89	107	33.65	43	13.52	3	0.94	0	0.00				4.36	มาก
	กลาง	7	35.00	8	40.00	5	25.00	0	0.00	0	0.00				4.10	มาก
	อีสาน	14	38.89	14	38.89	8	22.22	0	0.00	0	0.00				4.17	มาก
	ใต้	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00				3.80	มาก
3. ความสะอาดของที่พัก	เหนือ	116	36.48	154	48.43	47	14.78	1	0.31	0	0.00				4.32	มาก
	กลาง	8	40.00	5	25.00	7	35.00	0	0.00	0	0.00				4.05	มาก
	อีสาน	10	27.78	17	47.22	9	25.00	0	0.00	0	0.00				4.03	มาก
	ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00				4.00	มาก
															4.18	มาก

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิถิ่น (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	ภูมิถิ่น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
4. การออกแบบภายในห้องพัก	เหนือ	43	13.52	119	37.42	143	44.97	11	3.46	2	0.63	3.60	มาก				
	กลาง	4	20.00	10	50.00	5	25.00	1	5.00	0	0.00	3.85	มาก				
	อีสาน	10	27.78	16	44.44	10	27.78	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
	ใต้	2	40.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
												3.65	มาก				
5. สีของห้องพัก	เหนือ	22	6.92	95	29.87	164	51.57	31	9.75	6	1.89	3.30	ปานกลาง				
	กลาง	3	15.00	7	35.00	7	35.00	2	10.00	1	5.00	3.45	ปานกลาง				
	อีสาน	11	30.56	7	19.44	15	41.67	3	8.33	0	0.00	3.72	มาก				
	ใต้	2	40.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
												3.36	ปานกลาง				
6. ขนาดของห้องพัก	เหนือ	76	26.39	143	49.65	64	22.22	4	1.39	1	0.35	3.91	มาก				
	กลาง	6	30.00	8	40.00	6	30.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
	อีสาน	11	30.56	13	36.11	12	33.33	0	0.00	0	0.00	3.97	มาก				
	ใต้	1	20.00	1	20.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก				
												3.92	มาก				

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิภาค (ต่อ)

ภูมิภาค	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
เหนือ	106	33.33	141	44.34	65	20.44	6	1.89	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก
กลาง	4	20.00	13	65.00	3	15.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก
อีสาน	10	27.78	9	25.00	17	47.22	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.81	มาก
ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
													4.06	มาก
เหนือ	64	20.13	112	35.22	120	37.74	21	6.60	1	0.31	0	0.00	3.68	มาก
กลาง	4	20.00	7	35.00	7	35.00	2	10.00	0	0.00	0	0.00	3.65	มาก
อีสาน	4	11.11	11	30.56	15	41.67	6	16.67	0	0.00	0	0.00	3.36	ปานกลาง
ใต้	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด
													3.66	มาก
เหนือ	12	3.77	46	14.47	138	43.40	59	18.55	63	19.81	0	0.00	2.64	ปานกลาง
กลาง	2	10.00	5	25.00	8	40.00	4	20.00	1	5.00	0	0.00	3.15	ปานกลาง
อีสาน	2	5.56	4	11.11	21	58.33	7	19.44	2	5.56	0	0.00	2.92	ปานกลาง
ใต้	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
													2.71	ปานกลาง

9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิฐานะ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เกรดผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
10. พัดลมในห้องพัก	เหนือ	72	22.64	108	33.96	113	35.53	18	5.66	7	2.20	3.69	มาก	
	กลาง	0	0.00	8	40.00	7	35.00	5	25.00	0	0.00	3.15	ปานกลาง	
	อีสาน	1	2.78	15	41.67	17	47.22	3	8.33	0	0.00	3.39	ปานกลาง	
	ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
												3.64	มาก	
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	เหนือ	12	3.77	23	7.23	108	33.96	81	25.47	94	29.56	2.30	น้อย	
	กลาง	0	0.00	4	20.00	7	35.00	6	30.00	3	15.00	2.60	ปานกลาง	
	อีสาน	4	11.11	3	8.33	13	36.11	12	33.33	4	11.11	2.75	ปานกลาง	
	ใต้	1	20.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	1	20.00	3.40	ปานกลาง	
												2.37	น้อย	
12. ขนาดของเตียง	เหนือ	23	7.23	102	32.08	149	46.86	26	8.18	18	5.66	3.27	ปานกลาง	
	กลาง	4	20.00	9	45.00	5	25.00	2	10.00	0	0.00	3.75	มาก	
	อีสาน	8	22.22	8	22.22	17	47.22	3	8.33	0	0.00	3.58	มาก	
	ใต้	1	20.00	4	80.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
												3.34	ปานกลาง	

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยเดือน จำนวนตามภูมิถิ่นานา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
13. โทรทัศน์ในห้องพัก	เหนือ	49	15.41	127	39.94	98	30.82	24	7.55	20	6.29	3.51	มาก	
	กลาง	1	5.00	8	40.00	8	40.00	1	5.00	2	10.00	3.25	ปานกลาง	
	อีสาน	4	11.11	18	50.00	12	33.33	0	0.00	2	5.56	3.61	มาก	
	ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
												3.51	มาก	
14. ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	เหนือ	28	8.81	72	22.64	160	50.31	41	12.89	17	5.35	3.17	ปานกลาง	
	กลาง	0	0.00	5	25.00	14	70.00	1	5.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง	
	อีสาน	2	5.56	5	13.89	20	55.56	9	25.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
	ใต้	2	40.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	3.80	มาก	
												3.16	ปานกลาง	
15. รั้วนชายของท่าภายในที่พัก	เหนือ	16	5.03	59	18.55	149	46.86	67	21.07	27	8.49	2.91	ปานกลาง	
	กลาง	0	0.00	4	20.00	12	60.00	4	20.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
	อีสาน	1	2.78	4	11.11	20	55.56	11	30.56	0	0.00	2.86	ปานกลาง	
	ใต้	1	20.00	2	40.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง	
												2.91	ปานกลาง	

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญองปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิภานา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	การศึกษา		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
16. รานอาหารภายในที่พัก	เหนือ	9	2.83	53	16.67	121	38.05	87	27.36	48	15.09	2.65	ปานกลาง			
	กลาง	0	0.00	8	40.00	6	30.00	5	25.00	1	5.00	3.05	ปานกลาง			
	อีสาน	0	0.00	1	2.78	15	41.67	16	44.44	4	11.11	2.36	น้อย			
	ใต้	0	0.00	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง			
												2.65	ปานกลาง			
17. รานชักรีดภายในที่พัก	เหนือ	2	0.63	22	6.92	113	35.53	115	36.16	66	20.75	2.31	น้อย			
	กลาง	0	0.00	5	25.00	7	35.00	7	35.00	1	5.00	2.80	ปานกลาง			
	อีสาน	0	0.00	1	2.78	10	27.78	23	63.89	2	5.56	2.28	น้อย			
	ใต้	0	0.00	3	60.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง			
												2.34	น้อย			
18. ห้องกีฬา โตะสนุกๆ ภายในที่พัก	เหนือ	6	1.89	21	6.60	63	19.81	98	30.82	130	40.88	1.98	น้อย			
	กลาง	0	0.00	4	20.00	6	30.00	5	25.00	5	25.00	2.45	น้อย			
	อีสาน	0	0.00	2	5.56	7	19.44	21	58.33	6	16.67	2.14	น้อย			
	ใต้	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง			
												2.03	น้อย			

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิภาค (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
19.บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	เหนือ	35	11.01	91	28.62	143	44.97	34	10.69	15	4.72	3.31	ปานกลาง	
	กลาง	0	0.00	9	45.00	7	35.00	3	15.00	1	5.00	3.20	ปานกลาง	
	อีสาน	6	16.67	12	33.33	14	38.89	4	11.11	0	0.00	3.56	มาก	
	ใต้	0	0.00	3	60.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง	
												3.32	ปานกลาง	
20.ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	เหนือ	96	30.19	116	36.48	81	25.47	18	5.66	7	2.20	3.87	มาก	
	กลาง	4	20.00	8	40.00	7	35.00	1	5.00	0	0.00	3.75	มาก	
	อีสาน	14	38.89	12	33.33	5	13.89	5	13.89	0	0.00	3.97	มาก	
	ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
												3.87	มาก	
												3.32	ปานกลาง	

ค่าเฉลี่ยรวม



จากตารางที่ 18 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการออกแบบอาคารความสวยงามของอาคารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความคงทนของตัวอาคาร ความสะอาดของที่พัก การออกแบบภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ห้องนั่งเล่นในห้องพัก ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกภูมิภาค

ถึงของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลางให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ชนิดของสุขภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เครื่องปรับอากาศในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

พัดลมในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เรื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ขนาดของเตียง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โทรศัพท์ในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ร้านขายของชำภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกภูมิภาค  
ร้านอาหารภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
ร้านชกักรีดภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
ห้องกีฬา โตะสนุกๆ ภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ให้ความสำคัญน้อยกว่าภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ให้ความสำคัญน้อยกว่าภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง  
โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้บัณฑิตศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การออกแบบอาคาร ความสวยงามของอาคาร	ป.1 - ป.6	0	0.00	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง
	ม.1 - ม.6	15	7.35	62	30.39	111	54.41	14	6.86	2	0.98	2	0.98	3.36	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	17	12.41	45	32.85	72	52.55	3	2.19	0	0.00	0	0.00	3.55	มาก
	ป.ตรี	5	15.15	11	33.33	17	51.52	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.64	มาก
2. ความคงทนของตัวอาคาร	ป.1 - ป.6	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	ม.1 - ม.6	97	47.55	66	32.35	39	19.12	2	0.98	2	0.98	0	0.00	4.26	มาก
	ปวช. - ปวส	75	54.74	46	33.58	15	10.95	1	0.73	1	0.73	0	0.00	4.42	มาก
	ป.ตรี	14	42.42	16	48.48	3	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
3. ความสะอาดของที่พัก	ป.1 - ป.6	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	ม.1 - ม.6	72	35.29	87	42.65	44	21.57	1	0.49	0	0.00	0	0.00	4.13	มาก
	ปวช. - ปวส	49	35.77	73	53.28	15	10.95	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
	ป.ตรี	12	36.36	16	48.48	5	15.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก
														4.18	มาก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
4. การออกแบบภายในห้องพัก	ป.1-ป.6	0	0.00	4	80.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
	ม.1-ม.6	28	13.73	76	37.25	93	45.59	6	2.94	1	0.49	1	0.49	1	0.49	3.61	มาก
	ปวช. - ปวส	24	17.52	52	37.96	54	39.42	6	4.38	1	0.73	1	0.73	1	0.73	3.67	มาก
	ป.ตรี	7	21.21	14	42.42	12	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.85	มาก
																3.65	มาก
5. สิ่งของห้องพัก	ป.1-ป.6	0	0.00	0	0.00	5	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	16	7.84	59	28.92	101	49.51	25	12.25	3	1.47	3	1.47	3	1.47	3.29	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	13	9.49	42	30.66	68	49.64	10	7.30	4	2.92	4	2.92	4	2.92	3.36	ปานกลาง
	ป.ตรี	9	27.27	9	27.27	14	42.42	1	3.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.79	มาก
																3.36	ปานกลาง
6. ขนาดของห้องพัก	ป.1-ป.6	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	ม.1-ม.6	46	22.55	89	43.63	66	32.35	2	0.98	1	0.49	1	0.49	1	0.49	3.87	มาก
	ปวช. - ปวส	36	26.28	57	41.61	42	30.66	2	1.46	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	16	48.48	6	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก
																3.92	มาก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความรุนแรงของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
7. ห้องนำภายในห้องพัก	ป.1-ป.6	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	ม.1-ม.6	55	26.96	92	45.10	55	26.96	2	0.98	0	0.00	0	0.00	3.98	มาก
	ปวช. - ปวส	51	37.23	58	42.34	24	17.52	4	2.92	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
	ป.ตรี	15	45.45	12	36.36	6	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.27	มาก
														4.06	มาก
8. ชนิดของสุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส้วมนั่ง	ป.1-ป.6	0	0.00	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	30	14.71	79	38.73	78	38.24	16	7.84	1	0.49	0	0.00	3.59	มาก
	ปวช. - ปวส	34	24.82	36	26.28	57	41.61	10	7.30	0	0.00	0	0.00	3.69	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	15	45.45	4	12.12	3	9.09	0	0.00	0	0.00	4.03	มาก
														3.66	มาก
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	7	3.43	26	12.75	95	46.57	45	22.06	31	15.20	0	0.00	2.67	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	7	5.11	18	13.14	62	45.26	17	12.41	33	24.09	0	0.00	2.63	ปานกลาง
	ป.ตรี	3	9.09	12	36.36	9	27.27	7	21.21	2	6.06	0	0.00	3.21	ปานกลาง
														2.71	ปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความระมัดระวังของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พำนักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความระมัดระวังต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
10. พัดลมในห้องพัก	ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	4	80.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	36	17.65	78	38.24	76	37.25	10	4.90	4	1.96			3.65	มาก
	ปวช. - ปวส	34	24.82	45	32.85	44	32.12	12	8.76	2	1.46			3.71	มาก
	ป.ตรี	4	12.12	10	30.30	14	42.42	4	12.12	1	3.03			3.36	ปานกลาง
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	ป.1-ป.6	0	0.00	0	0.00	1	20.00	3	60.00	1	20.00			2.00	น้อย
	ม.1-ม.6	13	6.37	17	8.33	71	34.80	50	24.51	53	25.98			2.45	น้อย
	ปวช. - ปวส	2	1.46	8	5.84	49	35.77	38	27.74	40	29.20			2.23	น้อย
	ป.ตรี	2	6.06	7	21.21	8	24.24	8	24.24	8	24.24			2.61	ปานกลาง
12. ขนาดของเตียง	ป.1-ป.6	0	0.00	0	0.00	5	100.00	0	0.00	0	0.00			3.00	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	25	12.25	63	30.88	91	44.61	18	8.82	7	3.43			3.40	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	9	6.57	39	28.47	69	50.36	11	8.03	9	6.57			3.20	ปานกลาง
	ป.ตรี	2	6.06	21	63.64	6	18.18	2	6.06	2	6.06			3.58	มาก
														3.34	ปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

การศึกษา	ระดับความถี่ของการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	2	40.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2.60	ปานกลาง
ม.1-ม.6	21	10.29	82	40.20	67	32.84	13	6.37	21	10.29	21	10.29	3.34	ปานกลาง
ปวช. - ปวส	30	21.90	56	40.88	42	30.66	7	5.11	2	1.46	2	1.46	3.77	มาก
ป.ตรี	4	12.12	17	51.52	8	24.24	4	12.12	0	0.00	0	0.00	3.64	มาก
													3.51	มาก
ป.1-ป.6	0	0.00	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง
ม.1-ม.6	16	7.84	41	20.10	98	48.04	38	18.63	11	5.39	11	5.39	3.06	ปานกลาง
ปวช. - ปวส	12	8.76	34	24.82	74	54.01	13	9.49	4	2.92	4	2.92	3.27	ปานกลาง
ป.ตรี	4	12.12	6	18.18	20	60.61	1	3.03	2	6.06	2	6.06	3.27	ปานกลาง
													3.16	ปานกลาง
ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	2	40.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2.60	ปานกลาง
ม.1-ม.6	9	4.41	36	17.65	100	49.02	45	22.06	14	6.86	14	6.86	2.91	ปานกลาง
ปวช. - ปวส	9	6.57	26	18.98	63	45.99	31	22.63	8	5.84	8	5.84	2.98	ปานกลาง
ป.ตรี	0	0.00	6	18.18	16	48.48	7	21.21	4	12.12	4	12.12	2.73	ปานกลาง
													2.91	ปานกลาง

15. ร้อยละของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามการศึกษา (ต่อ)

การศึกษา	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย					น้อยที่สุด		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			จำนวน	ร้อยละ	
16.ร้านอาหารภายในที่พัก	ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	2	40.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2.60	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	5	2.45	33	16.18	83	40.69	57	27.94	26	12.75					2.68	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	4	2.92	25	18.25	43	31.39	41	29.93	24	17.52					2.59	ปานกลาง
	ป.ตรี	0	0.00	5	15.15	16	48.48	10	30.30	2	6.06					2.73	ปานกลาง
																2.65	ปานกลาง
17.ร้านซักรีดภายในที่พัก	ป.1-ป.6	0	0.00	0	0.00	1	20.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	1.80	น้อย
	ม.1-ม.6	2	0.98	9	4.41	81	39.71	75	36.76	37	18.14					2.33	น้อย
	ปวช. - ปวส	0	0.00	16	11.68	35	25.55	59	43.07	27	19.71					2.29	น้อย
	ป.ตรี	0	0.00	6	18.18	13	39.39	11	33.33	3	9.09					2.67	ปานกลาง
																2.34	น้อย
18.ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กภายในที่พัก	ป.1-ป.6	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	100.00	5	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	ม.1-ม.6	5	2.45	12	5.88	53	25.98	68	33.33	66	32.35					2.13	น้อย
	ปวช. - ปวส	1	0.73	10	7.30	19	13.87	50	36.50	57	41.61					1.89	น้อย
	ป.ตรี	1	3.03	6	18.18	5	15.15	8	24.24	13	39.39					2.21	น้อย
																2.03	น้อย



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
19.บริเวณรอบๆ ที่พักรเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	ป.1 - ป.6	0	0.00	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
	ม.1 - ม.6	22	10.78	59	28.92	92	45.10	24	11.76	7	3.43	3.32	ปานกลาง		
	ปวช. - ปวส	13	9.49	45	32.85	57	41.61	13	9.49	9	6.57	3.29	ปานกลาง		
	ป.ตรี	6	18.18	8	24.24	13	39.39	6	18.18	0	0.00	3.42	ปานกลาง		
20.ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัค	ป.1 - ป.6	0	0.00	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก		
	ม.1 - ม.6	58	28.43	76	37.25	55	26.96	12	5.88	3	1.47	3.85	มาก		
	ปวช. - ปวส	48	35.04	45	32.85	28	20.44	12	8.76	4	2.92	3.88	มาก		
	ป.ตรี	9	27.27	15	45.45	9	27.27	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม												3.32	ปานกลาง		

จากตารางที่ 19 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการออกแบบอาคารความสวยงามของอาคารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปวช.-ปวส. ปรึญญตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความคงทนของตัวอาคาร ความสะอาดของที่พัค การออกแบบภายในห้องพัค ขนาดของห้องพัค ที่องน้ภายในห้องพัค ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัค มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

ลักษณะห้องพัก ขนาดของเตียง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ชนิดของสุขภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เครื่องปรับอากาศในห้องพัก ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในที่พัก ร้านอาหารภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกระดับการศึกษา

พัดลมในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ รัานซักรีดภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

โทรศัพท์ในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ปวช.-ปวส. ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ห้องกีฬา โต๊ะสนุกๆ ภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

บริเวณรอบๆ ที่พักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ปริญญาตรี ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามการศึกษาให้ความสำคัญต่อบรรยากาศอยู่ในระดับปานกลาง



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
รายได้ต่อเดือน (บาท)																	
3. ความสะอาดของที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	46	37.10	55	44.35	22	17.74	1	0.81	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	5,001 - 7,000	51	32.90	77	49.68	27	17.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก
	7,001 - 9,000	23	37.70	28	45.90	10	16.39	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก
	9,001 - 11,000	6	28.57	14	66.67	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	3	27.27	4	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
4. การออกแบบภายในห้องพัก	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																4.18	มาก
	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	18	14.52	49	39.52	51	41.13	6	4.84	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.64	มาก
	5,001 - 7,000	14	9.03	56	36.13	77	49.68	6	3.87	2	1.29	0	0.00	0	0.00	3.48	มาก
	7,001 - 9,000	13	21.31	29	47.54	19	31.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.90	มาก
	9,001 - 11,000	5	23.81	9	42.86	7	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.90	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	3	27.27	4	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																3.65	มาก



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายตัวต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
รายได้ต่อเดือน (บาท)																	
7. ห้องนำภายในห้องพัก	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	35	28.23	49	39.52	37	29.84	3	2.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก
	5,001 - 7,000	51	32.90	69	44.52	34	21.94	1	0.65	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
	7,001 - 9,000	20	32.79	30	49.18	9	14.75	2	3.28	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.11	มาก
	9,001 - 11,000	9	42.86	11	52.38	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.38	มาก
	11,001 - 13,000	0	0.00	6	54.55	5	45.45	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.55	มาก
	13,001 - 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																4.06	มาก
																5.00	มากที่สุด
8. อนุมัติของสุขขุมภัณฑ์ เช่น ชักโครก ส่วนนั่ง	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	15	12.10	52	41.94	45	36.29	12	9.68	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.56	มาก
	5,001 - 7,000	31	20.00	52	33.55	62	40.00	9	5.81	1	0.65	1	0.65	0	0.00	3.66	มาก
	7,001 - 9,000	10	16.39	20	32.79	24	39.34	7	11.48	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.54	มาก
	9,001 - 11,000	8	38.10	3	14.29	10	47.62	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.90	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	5	45.45	1	9.09	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก
	13,001 - 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																3.66	มาก

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	รายได้ต่อเดือน (บาท)		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
9. เครื่องปรับอากาศในห้องพัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย
	3,001 - 5,000	6	4.84	15	12.10	59	47.58	25	20.16	19	15.32	19	15.32	19	15.32	2.71	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	6	3.87	16	10.32	70	45.16	27	17.42	36	23.23	36	23.23	36	23.23	2.54	ปานกลาง
	7,001 - 9,000	1	1.64	15	24.59	21	34.43	13	21.31	11	18.03	11	18.03	11	18.03	2.70	ปานกลาง
	9,001 - 11,000	2	9.52	8	38.10	11	52.38	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.57	มาก
	11,001 - 13,000	0	0.00	2	18.18	7	63.64	2	18.18	2	18.18	2	18.18	2	18.18	3.00	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
	มากกว่า 15,000	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.67	มากที่สุด
																2.71	ปานกลาง
10. พัดลมในห้องพัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	3,001 - 5,000	27	21.77	44	35.48	47	37.90	5	4.03	5	4.03	1	0.81	1	0.81	3.73	มาก
	5,001 - 7,000	29	18.71	50	32.26	62	40.00	10	6.45	10	6.45	4	2.58	4	2.58	3.58	มาก
	7,001 - 9,000	10	16.39	27	44.26	17	27.87	5	8.20	5	8.20	2	3.28	2	3.28	3.62	มาก
	9,001 - 11,000	5	23.81	9	42.86	5	23.81	2	9.52	2	9.52	0	0.00	0	0.00	3.81	มาก
	11,001 - 13,000	2	18.18	2	18.18	5	45.45	2	18.18	2	18.18	0	0.00	0	0.00	3.36	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	มากกว่า 15,000	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	2.67	ปานกลาง
																3.64	มาก

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
11. เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	7	5.65	8	6.45	46	37.10	31	25.00	32	25.81	2.41	น้อย				
	5	3.23	11	7.10	45	29.03	43	27.74	51	32.90	2.20	น้อย				
	3	4.92	5	8.20	23	37.70	16	26.23	14	22.95	2.46	น้อย				
	0	0.00	5	23.81	11	52.38	3	14.29	2	9.52	2.90	ปานกลาง				
	2	18.18	1	9.09	2	18.18	4	36.36	2	18.18	2.73	ปานกลาง				
	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	0	0.00	2.33	น้อย				
	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก				
											2.37	น้อย				
12. ขนาดของเตียง	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง				
	12	9.68	32	25.81	67	54.03	8	6.45	5	4.03	3.31	ปานกลาง				
	15	9.68	43	27.74	70	45.16	16	10.32	11	7.10	3.23	ปานกลาง				
	4	6.56	28	45.90	24	39.34	5	8.20	0	0.00	3.51	มาก				
	2	9.52	10	47.62	5	23.81	2	9.52	2	9.52	3.38	ปานกลาง				
	3	27.27	4	36.36	4	36.36	0	0.00	0	0.00	3.91	มาก				
	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
											3.34	ปานกลาง				



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
13. โทรศัพท์ในห้องพัก	รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย		
	3,001 - 5,000	17	13.71	40	32.26	40	32.26	13	10.48	14	11.29	14	11.29	3.27	ปานกลาง		
	5,001 - 7,000	21	13.55	71	45.81	50	32.26	7	4.52	6	3.87	6	3.87	3.61	มาก		
	7,001 - 9,000	6	9.84	25	40.98	22	36.07	4	6.56	4	6.56	4	6.56	3.41	ปานกลาง		
	9,001 - 11,000	8	38.10	10	47.62	3	14.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก		
	11,001 - 13,000	2	18.18	7	63.64	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก		
	มากกว่า 15,000	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
14. ความครบครันเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย		
	3,001 - 5,000	9	7.26	26	20.97	64	51.61	19	15.32	6	4.84	6	4.84	3.10	ปานกลาง		
	5,001 - 7,000	13	8.39	35	22.58	75	48.39	23	14.84	9	5.81	9	5.81	3.13	ปานกลาง		
	7,001 - 9,000	6	9.84	16	26.23	32	52.46	7	11.48	0	0.00	0	0.00	3.34	ปานกลาง		
	9,001 - 11,000	3	14.29	3	14.29	13	61.90	2	9.52	0	0.00	0	0.00	3.33	ปานกลาง		
	11,001 - 13,000	0	0.00	1	9.09	10	90.91	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.09	ปานกลาง		
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	66.67	2	66.67	2.33	น้อย		
	มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก		

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
15. รื่นขงของชำภายในที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	3,001 – 5,000	8	6.45	22	17.74	61	49.19	23	18.55	10	8.06	10	8.06	2.96	ปานกลาง
	5,001 – 7,000	7	4.52	29	18.71	65	41.94	40	25.81	14	9.03	14	9.03	2.84	ปานกลาง
	7,001 – 9,000	1	1.64	11	18.03	39	63.93	9	14.75	1	1.64	1	1.64	3.03	ปานกลาง
	9,001 – 11,000	1	4.76	5	23.81	8	38.10	7	33.33	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	11,001 – 13,000	0	0.00	0	0.00	6	54.55	5	45.45	0	0.00	0	0.00	2.55	ปานกลาง
	13,001 – 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	66.67	2.33	น้อย
มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก	
16. ร้านอาหารภายในที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	3,001 – 5,000	1	0.81	27	21.77	47	37.90	30	24.19	19	15.32	19	15.32	2.69	ปานกลาง
	5,001 – 7,000	5	3.23	17	10.97	53	34.19	52	33.55	28	18.06	28	18.06	2.48	น้อย
	7,001 – 9,000	1	1.64	12	19.67	29	47.54	15	24.59	4	6.56	4	6.56	2.85	ปานกลาง
	9,001 – 11,000	2	9.52	4	19.05	8	38.10	7	33.33	0	0.00	0	0.00	3.05	ปานกลาง
	11,001 – 13,000	0	0.00	2	18.18	4	36.36	5	45.45	0	0.00	0	0.00	2.73	ปานกลาง
	13,001 – 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	0	0.00	2	66.67	1.67	น้อย
มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก	
														2.65	ปานกลาง

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พำนักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	เกรดผล
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
17. ร้านซักรีดภายในที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด	
	3,001 - 5,000	0	0.00	9	7.26	46	37.10	44	35.48	25	20.16	2.31	น้อย			
	5,001 - 7,000	0	0.00	7	4.52	51	32.90	65	41.94	32	20.65	2.21	น้อย			
	7,001 - 9,000	2	3.28	3	4.92	28	45.90	17	27.87	11	18.03	2.48	น้อย			
	9,001 - 11,000	0	0.00	8	38.10	4	19.05	9	42.86	0	0.00	2.95	ปานกลาง			
	11,001 - 13,000	0	0.00	1	9.09	0	0.00	10	90.91	0	0.00	2.18	น้อย			
	13,001 - 15,000	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	2.67	ปานกลาง			
มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก				
														2.34	น้อย	
18. ห้องกีฬา โตะสนุกๆ ภายในที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด	
	3,001 - 5,000	2	1.61	8	6.45	27	21.77	37	29.84	50	40.32	1.99	น้อย			
	5,001 - 7,000	2	1.29	8	5.16	29	18.71	53	34.19	63	40.65	1.92	น้อย			
	7,001 - 9,000	2	3.28	3	4.92	17	27.87	21	34.43	18	29.51	2.18	น้อย			
	9,001 - 11,000	1	4.76	5	23.81	4	19.05	9	42.86	2	9.52	2.71	ปานกลาง			
	11,001 - 13,000	0	0.00	1	9.09	0	0.00	5	45.45	5	45.45	1.73	น้อย			
	13,001 - 15,000	0	0.00	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	66.67	2.00	น้อย	
มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	3.33	ปานกลาง		
														2.03	น้อย	

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	ค่าแปด	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
19.บริเวณรอบๆ ที่พักที่ค่อนข้างอบอุ่นใจ	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	3,001 - 5,000	6	4.84	46	37.10	55	44.35	11	8.87	6	4.84	6	4.84	3.28	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	20	12.90	42	27.10	70	45.16	15	9.68	8	5.16	8	5.16	3.33	ปานกลาง
	7,001 - 9,000	8	13.11	17	27.87	24	39.34	11	18.03	1	1.64	1	1.64	3.33	ปานกลาง
	9,001 - 11,000	3	14.29	5	23.81	10	47.62	2	9.52	1	4.76	0	0.00	3.36	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	2	18.18	2	18.18	5	45.45	2	18.18	2	66.67	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.32	ปานกลาง
		0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
		37	29.84	51	41.13	26	20.97	8	6.45	2	1.61	2	1.61	3.91	มาก
20.ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก	3,001 - 5,000	49	31.61	54	34.84	37	23.87	11	7.10	4	2.58	4	2.58	3.86	มาก
	7,001 - 9,000	15	24.59	21	34.43	22	36.07	3	4.92	0	0.00	0	0.00	3.79	มาก
	9,001 - 11,000	7	33.33	4	19.05	7	33.33	2	9.52	1	4.76	1	4.76	3.67	มาก
	11,001 - 13,000	3	27.27	7	63.64	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
														3.87	มาก
													3.32	ปานกลาง	

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 20 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการออกแบบอาคารความสวยงามของอาคารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ความคงทนของตัวอาคาร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ความสะดวกของที่พัก การออกแบบภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ถึงของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ขนาดของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ห้องนำภายในห้องพัก ชนิดของสุขภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

เครื่องปรับอากาศในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 9,001-11,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

พัดลมในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีรายได้ 11,001-13,000 บาท มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เครื่องทำน้ำอุ่นในห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ขนาดของเตียง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้ 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 9,001-11,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โทรศัพท์ในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ 5,001-7,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 7,001-9,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ควบคุมระบบเครื่องปรับอากาศในห้องนอน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ร้านขายของชำภายในที่พักร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,000-13,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้ 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ร้านอาหารภายในที่พักร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้ 5,001-7,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ร้านซักรีดภายในที่พักร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ห้องกีฬา โยคะสันทนาการ ภายในที่พักร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานรายได้ 9,001-11,000 บาท 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

บริเวณรอบๆ ที่พักรเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักร มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากสามารถยอมรับได้ต่อเดือนนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ค่าเช่ารายเดือน	ชาย	45	38.14	44	37.29	27	22.88	2	1.69	0	0.00	4.12	มาก				
	หญิง	115	44.06	84	32.18	58	22.22	4	1.53	0	0.00	4.19	มาก				
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	ชาย	24	20.34	39	33.05	48	40.68	5	4.24	2	1.69	3.66	มาก				
	หญิง	49	18.77	96	36.78	89	34.10	12	4.60	15	5.75	3.58	มาก				
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	ชาย	15	12.71	43	36.44	49	41.53	11	9.32	0	0.00	3.53	มาก				
	หญิง	40	15.33	101	38.70	85	32.57	21	8.05	14	5.36	3.51	มาก				
4. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	ชาย	43	36.44	38	32.20	35	29.66	2	1.69	0	0.00	4.03	มาก				
	หญิง	102	39.08	76	29.12	69	26.44	13	4.98	1	0.38	4.02	มาก				
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	ชาย	47	18.01	84	32.18	82	31.42	23	8.81	25	9.58	3.49	ปานกลาง				
	หญิง	19	16.10	37	31.36	45	38.14	17	14.41	0	0.00	3.40	ปานกลาง				
												3.43	ปานกลาง				



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	ชาย	26	22.03	40	33.90	43	36.44	8	6.78	1	0.85	3.69	มาก		
	หญิง	53	20.31	84	32.18	97	37.16	10	3.83	17	6.51	3.56	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม												3.60	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก		

จากตารางที่ 21 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือน การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง

ค่าประกันและค่ามัดจำ พนักงานให้ความสำคัญในระดับปานกลางทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำแนกตามเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ค่าเช่ารายเดือน	15 - 20 ปี	20	38.46	17	32.69	15	28.85	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
	21 - 25 ปี	102	43.22	82	34.75	51	21.61	1	0.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก
	26 - 30 ปี	30	40.00	27	36.00	14	18.67	4	5.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.11	มาก
	31 - 35 ปี	7	46.67	2	13.33	5	33.33	1	6.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	15 - 20 ปี	12	23.08	16	30.77	21	40.38	1	1.92	2	3.85	2	3.85	2	3.85	3.67	มาก
	21 - 25 ปี	46	19.49	89	37.71	78	33.05	12	5.08	11	4.66	11	4.66	11	4.66	3.62	มาก
	26 - 30 ปี	11	14.67	26	34.67	33	44.00	2	2.67	3	4.00	3	4.00	3	4.00	3.53	มาก
	31 - 35 ปี	4	26.67	4	26.67	4	26.67	2	13.33	1	6.67	1	6.67	1	6.67	3.53	มาก
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	15 - 20 ปี	7	13.46	22	42.31	14	26.92	8	15.38	1	1.92	1	1.92	1	1.92	3.50	มาก
	21 - 25 ปี	36	15.25	95	40.25	79	33.47	16	6.78	10	4.24	10	4.24	10	4.24	3.56	มาก
	26 - 30 ปี	8	10.67	24	32.00	34	45.33	6	8.00	3	4.00	3	4.00	3	4.00	3.37	ปานกลาง
	31 - 35 ปี	4	26.67	3	20.00	6	40.00	2	13.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
																3.51	มาก

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ (ต่อ)

อายุ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
4. ค่าเช่าไฟฟ้า	15-20 ปี	16	30.77	10	19.23	21	40.38	5	9.62	0	0.00	0	0.00	3.71	มาก	
	21-25 ปี	100	42.37	74	31.36	53	22.46	8	3.39	1	0.42	1	0.42	4.12	มาก	
	26-30 ปี	22	29.33	26	34.67	26	34.67	1	1.33	0	0.00	0	0.00	3.92	มาก	
	31-35 ปี	6	40.00	4	26.67	4	26.67	1	6.67	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	36-40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
														4.02	มาก	
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	15-20 ปี	8	15.38	9	17.31	24	46.15	7	13.46	4	7.69	4	7.69	3.19	ปานกลาง	
	21-25 ปี	48	20.34	81	34.32	66	27.97	23	9.75	18	7.63	18	7.63	3.50	มาก	
	26-30 ปี	8	10.67	23	30.67	32	42.67	9	12.00	3	4.00	3	4.00	3.32	ปานกลาง	
	31-35 ปี	2	13.33	8	53.33	4	26.67	1	6.67	0	0.00	0	0.00	3.73	มาก	
	36-40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
														3.43	ปานกลาง	

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	15 - 20 ปี	6	11.54	13	25.00	25	48.08	3	5.77	5	9.62	3.23	ปานกลาง	
	21 - 25 ปี	55	23.31	78	33.05	79	33.47	13	5.51	11	4.66	3.65	มาก	
	26 - 30 ปี	12	16.00	29	38.67	30	40.00	2	2.67	2	2.67	3.63	มาก	
	31 - 35 ปี	5	33.33	4	26.67	6	40.00	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก	
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.60	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือน คำนำ ค่าไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 26-30 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 21-25 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 26-30 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี อายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานข้ามเขตมาให้ค่าเฉลี่ยต่อปัจจัยด้านราคาค่าอยู่ในระดับมาก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ค่าเช่ารายเดือน	โตด	103	41.20	86	34.40	58	23.20	3	1.20	0	0.00	0	0.00	4.16	มาก	
	สมรส	57	44.53	41	32.03	27	21.09	3	2.34	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก	
	ม่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	โตด	46	18.40	95	38.00	85	34.00	15	6.00	9	3.60	3.60	3.60	3.62	มาก	
	สมรส	27	21.09	40	31.25	51	39.84	2	1.56	8	6.25	6.25	6.25	3.59	มาก	
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	โตด	36	14.40	98	39.20	89	35.60	19	7.60	8	3.20	3.20	3.20	3.54	มาก	
	สมรส	19	14.84	45	35.16	45	35.16	13	10.16	6	4.69	4.69	4.69	3.45	ปานกลาง	
	ม่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
4. ค่านำ ค่าไฟฟ้า	โตด	99	39.60	75	30.00	63	25.20	12	4.80	1	0.40	0.40	0.40	4.04	มาก	
	สมรส	46	35.94	39	30.47	40	31.25	3	2.34	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
														4.02	มาก	

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เขต ผด
	สถานภาพ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	โสด	48	19.20	79	31.60	78	31.20	29	11.60	16	6.40	3.46	ปานกลาง	
	สมรส	18	14.06	42	32.81	49	38.28	10	7.81	9	7.03	3.39	ปานกลาง	
	ฝ่าย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	2.00	น้อย	
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	โสด	48	19.20	81	32.40	96	38.40	14	5.60	11	4.40	3.56	มาก	
	สมรส	31	24.22	43	33.59	43	33.59	4	3.13	7	5.47	3.68	มาก	
	ฝ่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรส ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีสถานภาพฝ่าย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพโสดและฝ่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีสถานภาพฝ่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำแนกตามสถานภาพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย					น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			จำนวน	ร้อยละ
1. ค่าเช่ารายเดือน																
เหนือ	143	44.97	98	30.82	73	22.96	4	1.26	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก
กลาง	1	5.00	12	60.00	5	25.00	2	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
อีสาน	15	41.67	15	41.67	6	16.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
															4.17	มาก
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ																
เหนือ	63	19.81	109	34.28	112	35.22	17	5.35	17	5.35	17	5.35	17	5.35	3.58	มาก
กลาง	2	10.00	6	30.00	12	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.50	มาก
อีสาน	6	16.67	18	50.00	12	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.83	มาก
ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
															3.61	มาก
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า																
เหนือ	46	14.47	117	36.79	110	34.59	31	9.75	14	4.40	14	4.40	14	4.40	3.47	ปานกลาง
กลาง	2	10.00	8	40.00	9	45.00	1	5.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.55	มาก
อีสาน	6	16.67	16	44.44	14	38.89	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.78	มาก
ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
															3.51	มาก



ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ภูมิภาค		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
4. ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า	เหนือ	127	39.94	96	30.19	80	25.16	14	4.40	1	0.31	4.05	มาก	
	กลาง	3	15.00	6	30.00	11	55.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก	
	อีสาน	14	38.89	10	27.78	11	30.56	1	2.78	0	0.00	4.03	มาก	
	ใต้	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก	
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	เหนือ	58	18.24	96	30.19	103	32.39	36	11.32	25	7.86	3.40	ปานกลาง	
	กลาง	2	10.00	8	40.00	10	50.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก	
	อีสาน	4	11.11	15	41.67	13	36.11	4	11.11	0	0.00	3.53	มาก	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	เหนือ	68	21.38	104	32.70	114	35.85	18	5.66	14	4.40	3.61	มาก	
	กลาง	3	15.00	7	35.00	10	50.00	0	0.00	0	0.00	3.65	มาก	
	อีสาน	5	13.89	12	33.33	15	41.67	0	0.00	4	11.11	3.39	ปานกลาง	
	ใต้	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือน การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยทุก  
ภูมิdana

การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิดำเนาในภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก  
และพนักงานที่มีภูมิดำเนาอยู่ในภาคเหนือให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิดำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ใน  
ระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิดำเนาอยู่ในภาคเหนือให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิดำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ใน  
ระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิดำเนาอยู่ในภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมแล้วพบว่าพนักงานจำนวนมากตามภูมิดำเนาให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด					
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ค่าเช่ารายเดือน	ป.1 - ป.6	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	ม.1 - ม.6	75	36.76	75	36.76	49	24.02	5	2.45	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
	ปวช. - ปวส	68	49.64	45	32.85	23	16.79	1	0.73	0	0.00	0	0.00	4.31	มาก
	ป.ตรี	14	42.42	7	21.21	12	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.06	มาก
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	ป.1 - ป.6	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	ม.1 - ม.6	37	18.41	74	36.82	75	37.31	3	1.49	12	5.97	5	3.65	3.58	มาก
	ปวช. - ปวส	29	21.17	48	35.04	44	32.12	11	8.03	5	3.65	0	0.00	3.62	มาก
	ป.ตรี	6	18.18	10	30.30	17	51.52	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	ป.1 - ป.6	0	0.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	1	20.00	1	20.00	3.20	ปานกลาง
	ม.1 - ม.6	25	12.25	75	36.76	76	37.25	16	7.84	12	5.88	12	5.88	3.42	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	27	19.71	55	40.15	40	29.20	14	10.22	1	0.73	1	0.73	3.68	มาก
	ป.ตรี	3	9.09	11	33.33	17	51.52	2	6.06	0	0.00	0	0.00	3.45	ปานกลาง
													3.51	มาก	

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของบัณฑิตวิทยาลัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่פקอาชีพรายเดือน จำนวนตามการศึกษา (ต่อ)

การศึกษา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
4. ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	ป.1-ป.6	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	ม.1-ม.6	67	32.84	63	30.88	63	30.88	11	5.39	0	0.00	0	0.00	3.91	มาก
	ปวช. - ปวส	68	49.64	37	27.01	27	19.71	4	2.92	1	0.73	1	0.73	4.22	มาก
	ป.ตรี	7	21.21	13	39.39	13	39.39	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.82	มาก
														4.02	มาก
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	ป.1-ป.6	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	20.00	3.80	มาก
	ม.1-ม.6	28	13.73	63	30.88	74	36.27	20	9.80	19	9.31	19	9.31	3.30	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	34	24.82	41	29.93	41	29.93	16	11.68	5	3.65	5	3.65	3.61	มาก
	ป.ตรี	2	6.06	15	45.45	12	36.36	4	12.12	0	0.00	0	0.00	3.45	ปานกลาง
														3.43	ปานกลาง
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	ป.1-ป.6	2	40.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	1	20.00	1	20.00	3.60	มาก
	ม.1-ม.6	33	16.18	77	37.75	76	37.25	5	2.45	13	6.37	13	6.37	3.55	มาก
	ปวช. - ปวส	40	29.20	37	27.01	46	33.58	11	8.03	3	2.19	3	2.19	3.73	มาก
	ป.ตรี	4	12.12	9	27.27	17	51.52	2	6.06	1	3.03	1	3.03	3.39	ปานกลาง
														3.60	มาก
														3.72	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 25 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อบัณฑิตด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือน การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก โดยทุก  
ระดับการศึกษา

การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงาน  
ที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ในระดับ  
มาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ใน  
ระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามการศึกษาให้ความสำคัญต่อบัณฑิตต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ค่าเช่ารายเดือน	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	53	42.74	29	23.39	41	33.06	1	0.81	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
	5,001 - 7,000	68	43.87	61	39.35	24	15.48	2	1.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก
	7,001 - 9,000	26	42.62	23	37.70	9	14.75	3	4.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	9,001 - 11,000	7	33.33	10	47.62	4	19.05	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
	11,001 - 13,000	3	27.27	5	45.45	3	27.27	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	มากกว่า 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
																4.17	มาก
2. การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดๆ	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	18	14.52	43	34.68	50	40.32	4	3.23	9	7.26	9	7.26	9	7.26	3.46	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	28	29.47	5	5.26	46	48.42	9	9.47	7	7.37	7	7.37	7	7.37	3.63	มาก
	7,001 - 9,000	15	24.59	22	36.07	19	31.15	4	6.56	1	1.64	1	1.64	1	1.64	3.75	มาก
	9,001 - 11,000	9	42.86	5	23.81	7	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
	11,001 - 13,000	0	0.00	0	0.00	11	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	มากกว่า 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
																3.61	มาก

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
3. การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	11	8.87	49	39.52	46	37.10	9	7.26	9	7.26	9	7.26	9	7.26	3.35	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	24	15.48	56	36.13	53	34.19	17	10.97	5	3.23	5	3.23	5	3.23	3.50	มาก
	7,001 - 9,000	12	19.67	28	45.90	17	27.87	4	6.56	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.79	มาก
	9,001 - 11,000	5	23.81	9	42.86	7	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.90	มาก
	11,001 - 13,000	0	0.00	2	18.18	7	63.64	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
มากกว่า 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก	
4. ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	37	29.84	44	35.48	40	32.26	3	2.42	3	2.42	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก
	5,001 - 7,000	68	43.87	39	25.16	36	23.23	11	7.10	1	0.65	1	0.65	1	0.65	4.05	มาก
	7,001 - 9,000	25	40.98	21	34.43	14	22.95	1	1.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก
	9,001 - 11,000	10	47.62	8	38.10	3	14.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	11,001 - 13,000	2	18.18	0	0.00	9	81.82	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.36	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
มากกว่า 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก	
															4.02	มาก	

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายเดือนได้ต่อเนื่อง (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายได้ต่อเดือน (บาท)		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
5. ค่าประกันและค่ามัดจำ	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	18	14.52	30	24.19	43	34.68	17	13.71	16	12.90	3.14	ปานกลาง		
	5,001 - 7,000	28	18.06	51	32.90	51	32.90	16	10.32	9	5.81	3.47	ปานกลาง		
	7,001 - 9,000	13	21.31	25	40.98	18	29.51	5	8.20	0	0.00	3.75	มาก		
	9,001 - 11,000	4	19.05	9	42.86	8	38.10	0	0.00	0	0.00	3.81	มาก		
	11,001 - 13,000	0	0.00	2	18.18	7	63.64	2	18.18	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก		
มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก			
6. ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	2.00	น้อย
	3,001 - 5,000	23	18.55	39	31.45	41	33.06	7	5.65	14	11.29	3.40	ปานกลาง		
	5,001 - 7,000	34	21.94	45	29.03	62	40.00	10	6.45	4	2.58	3.61	มาก		
	7,001 - 9,000	12	19.67	25	40.98	24	39.34	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก		
	9,001 - 11,000	6	28.57	9	42.86	6	28.57	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก		
	11,001 - 13,000	2	18.18	4	36.36	5	45.45	0	0.00	0	0.00	3.73	มาก		
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก		
มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก			
													3.60	มาก	
														3.72	มาก
														3.60	มาก
														3.72	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม



จากตารางที่ 26 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

การผ่อนชำระค่าเช่าส่วนหน้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าน้ำ ค่าไฟ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีรายได้ 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าประกันและค่ามัดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากตามรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	ชาย	40	33.90	51	43.22	24	20.34	3	2.54	0	0.00	4.08	มาก				
	หญิง	78	29.89	110	42.15	67	25.67	4	1.53	2	0.77	3.99	มาก				
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	ชาย	15	12.71	53	44.92	40	33.90	10	8.47	0	0.00	3.62	มาก				
	หญิง	53	20.31	103	39.46	85	32.57	13	4.98	7	2.68	3.70	มาก				
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	ชาย	7	5.93	10	8.47	32	27.12	35	29.66	34	28.81	2.33	น้อย				
	หญิง	6	2.30	21	8.05	46	17.62	77	29.50	111	42.53	1.98	น้อย				
4. ความสะดวกในการเดินทาง	ชาย	44	37.29	54	45.76	20	16.95	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก				
	หญิง	113	43.30	102	39.08	43	16.48	2	0.77	1	0.38	4.24	มาก				
5. ความสะดวกในการจอดรถ	ชาย	29	24.58	56	47.46	30	25.42	3	2.54	0	0.00	3.94	มาก				
	หญิง	78	29.89	114	43.68	62	23.75	6	2.30	1	0.38	4.00	มาก				
												3.98	มาก				

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	ชาย	48	40.68	44	37.29	26	22.03	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก
	หญิง	106	40.61	97	37.16	55	21.07	3	1.15	0	0.00	4.17	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											3.70	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้ที่ทำงาน ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ สภาพแวดล้อมรอบที่พัก อยู่ในระดับมาก ทั้งเพศชายและเพศหญิง

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืนพนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ทั้งเพศชายและเพศหญิง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความถี่ของการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	15 - 20 ปี	8	15.38	18	34.62	25	48.08	1	1.92	0	0.00	3.63	มาก	
	21 - 25 ปี	85	36.02	101	42.80	44	18.64	4	1.69	2	0.85	4.11	มาก	
	26 - 30 ปี	18	24.00	38	50.67	17	22.67	2	2.67	0	0.00	3.96	มาก	
	31 - 35 ปี	7	46.67	4	26.67	4	26.67	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
												4.02	มาก	
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	15 - 20 ปี	3	5.77	21	40.38	24	46.15	0	0.00	4	7.69	3.37	ปานกลาง	
	21 - 25 ปี	49	20.76	103	43.64	73	30.93	9	3.81	2	0.85	3.80	มาก	
	26 - 30 ปี	13	17.33	24	32.00	24	32.00	13	17.33	1	1.33	3.47	ปานกลาง	
	31 - 35 ปี	3	20.00	8	53.33	3	20.00	1	6.67	0	0.00	3.87	มาก	
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
												3.67	ปานกลาง	
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	15 - 20 ปี	2	3.85	10	19.23	3	5.77	20	38.46	17	32.69	2.23	น้อย	
	21 - 25 ปี	7	2.97	13	5.51	57	24.15	69	29.24	90	38.14	2.06	น้อย	
	26 - 30 ปี	3	4.00	6	8.00	13	17.33	20	26.67	33	44.00	2.01	น้อย	
	31 - 35 ปี	1	6.67	2	13.33	5	33.33	3	20.00	4	26.67	2.53	ปานกลาง	
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด	
												2.09	น้อย	

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่เลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ(ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	อายุ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4. ความสะดวกในการเดินทาง	15 - 20 ปี	23	44.23	22	42.31	7	13.46	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.31	มาก
	21 - 25 ปี	101	42.80	94	39.83	40	16.95	1	0.42	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
	26 - 30 ปี	26	34.67	34	45.33	13	17.33	1	1.33	1	1.33	1	1.33	4.11	มาก
	31 - 35 ปี	6	40.00	6	40.00	3	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
5. ความสะดวกในการจอดรถ	15 - 20 ปี	15	28.85	21	40.38	15	28.85	1	1.92	0	0.00	0	0.00	3.96	มาก
	21 - 25 ปี	65	27.54	104	44.07	62	26.27	5	2.12	0	0.00	0	0.00	3.97	มาก
	26 - 30 ปี	23	30.67	36	48.00	12	16.00	3	4.00	1	1.33	1	1.33	4.03	มาก
	31 - 35 ปี	3	20.00	9	60.00	3	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
														3.98	มาก

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ(ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	15 - 20 ปี	14	26.92	24	46.15	14	26.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	21 - 25 ปี	101	42.80	88	37.29	46	19.49	1	0.42	0	0.00	0	0.00	4.22	มาก	
	26 - 30 ปี	31	41.33	25	33.33	18	24.00	1	1.33	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก	
	31 - 35 ปี	7	46.67	4	26.67	3	20.00	1	6.67	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
														ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้ที่ทำงานอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี

21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญในระดับมาก และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 21-25 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 26-30 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ สภาพแวดล้อมรอบที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตาม สถานภาพ

สถานภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	82	32.80	103	41.20	60	24.00	5	2.00	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก
	36	28.13	58	45.31	30	23.44	2	1.56	2	1.56	0	0.00	3.97	มาก
	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	มาก
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	41	16.40	113	45.20	85	34.00	7	2.80	4	1.60	4	1.60	3.72	มาก
	27	21.09	43	33.59	40	31.25	15	11.72	3	2.34	3	2.34	3.59	มาก
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	8	3.20	25	10.00	52	20.80	75	30.00	90	36.00	90	36.00	2.14	น้อย
	5	3.91	6	4.69	26	20.31	37	28.91	54	42.19	54	42.19	1.99	น้อย
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
4. ความสะดวกในการเดินทาง	106	42.40	103	41.20	40	16.00	1	0.40	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก
	51	39.84	52	40.63	23	17.97	1	0.78	1	0.78	1	0.78	4.18	มาก
	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
													4.23	มาก

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	สถานภาพ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
5. ความสะดวกในการจอดรถ	โสด	70	28.00	114	45.60	60	24.00	6	2.40	0	0.00	0	0.00	3.99	มาก
	สมรส	37	28.91	55	42.97	32	25.00	3	2.34	1	0.78	1	0.78	3.97	มาก
	ม่าย	0	0.00	4	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	โสด	92	36.80	101	40.40	55	22.00	2	0.80	0	0.00	0	0.00	4.13	มาก
	สมรส	61	47.66	40	31.25	26	20.31	1	0.78	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก
	ม่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม												3.70	มาก		



จากตารางที่ 29 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้เคียงมาก โดยทุกสถานภาพ  
ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และ  
พนักงานสถานภาพแม่ให้ค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และ  
พนักงานที่มีสถานภาพแม่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ  
สภาพแวดล้อมรอบที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีสถานภาพแม่ให้ความสำคัญมากที่สุด และพนักงานสถาน  
ภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามสถานภาพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตาม

ภูมิถานา

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ภูมิถานา		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	เหนือ	104	32.70	132	41.51	73	22.96	7	2.20	2	0.63	4.03	มาก	
	กลาง	2	10.00	11	55.00	7	35.00	0	0.00	0	0.00	3.75	มาก	
	อีสาน	10	27.78	16	44.44	10	27.78	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	เหนือ	57	17.92	138	43.40	102	32.08	15	4.72	6	1.89	3.71	มาก	
	กลาง	3	15.00	6	30.00	6	30.00	4	20.00	1	5.00	3.30	ปานกลาง	
	อีสาน	7	19.44	10	27.78	15	41.67	4	11.11	0	0.00	3.56	มาก	
	ใต้	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก	
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	เหนือ	11	3.46	21	6.60	60	18.87	95	29.87	131	41.19	2.01	น้อย	
	กลาง	0	0.00	3	15.00	7	35.00	3	15.00	7	35.00	2.30	น้อย	
	อีสาน	2	5.56	5	13.89	9	25.00	13	36.11	7	19.44	2.50	ปานกลาง	
	ใต้	0	0.00	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง	
												2.09	น้อย	

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้วิจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตาม  
ภูมิถ้านา (ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
4. ความสะดวกในการเดินทาง	เหนือ	138	43.40	132	41.51	46	14.47	1	0.31	1	0.31	0	0.00	4.27	มาก
	กลาง	3	15.00	10	50.00	6	30.00	1	5.00	0	0.00	0	0.00	3.75	มาก
	อีสาน	14	38.89	11	30.56	11	30.56	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
	ใต้	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
														4.23	มาก
5. ความสะดวกในการจอดรถ	เหนือ	92	28.93	146	45.91	73	22.96	6	1.89	1	0.31	0	0.00	4.01	มาก
	กลาง	2	10.00	10	50.00	8	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.70	มาก
	อีสาน	11	30.56	12	33.33	10	27.78	3	8.33	0	0.00	0	0.00	3.86	มาก
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
														3.98	มาก
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	เหนือ	138	43.40	123	38.68	54	16.98	3	0.94	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
	กลาง	2	10.00	8	40.00	10	50.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
	อีสาน	12	33.33	8	22.22	16	44.44	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.89	มาก
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
														4.18	มาก
														3.70	มาก
														ค่าเฉลี่ยรวม	

จากการที่ 30 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้ที่ทำงาน อยู่ในระดับมาก โดยทุกภูมิภาค  
ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ใน  
ระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปาน  
กลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลางให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ สภาพแวดล้อมรอบที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกภูมิภาค  
โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตาม การศึกษา

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ที่พักที่ทำงาน	ป.1 - ป.6	0	0.00	4	80.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
	ม.1 - ม.6	53	25.98	87	42.65	58	28.43	4	1.96	2	0.98	2	0.98	3.91	มาก
	ปวช. - ปวส	54	39.42	57	41.61	25	18.25	1	0.73	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	13	39.39	7	21.21	2	6.06	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
															4.02
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	ป.1 - ป.6	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
	ม.1 - ม.6	33	16.18	73	35.78	79	38.73	12	5.88	7	3.43	7	3.43	3.55	มาก
	ปวช. - ปวส	25	18.25	65	47.45	39	28.47	8	5.84	0	0.00	0	0.00	3.78	มาก
	ป.ตรี	9	27.27	16	48.48	5	15.15	3	9.09	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก
															3.67
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	ป.1 - ป.6	0	0.00	0	0.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4	80.00	1.40	น้อยที่สุด
	ม.1 - ม.6	6	2.94	17	8.33	39	19.12	55	26.96	87	42.65	87	42.65	2.02	น้อย
	ปวช. - ปวส	5	3.65	10	7.30	28	20.44	50	36.50	44	32.12	44	32.12	2.14	น้อย
	ป.ตรี	2	6.06	4	12.12	10	30.30	7	21.21	10	30.30	10	30.30	2.42	น้อย
															2.09

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตาม การศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	เกรดผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
4. ความสะดวกในการเดินทาง	ป.1-ป.6	4	80.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.80	มากที่สุด
	ม.1-ม.6	80	39.22	82	40.20	41	20.10	1	0.49	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	ปวช. - ปวส	62	45.26	54	39.42	19	13.87	1	0.73	1	0.73	1	0.73	0	0.00	4.28	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	19	57.58	3	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก
																4.23	มาก
5. ความสะดวกในการจอดรถ	ป.1-ป.6	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	ม.1-ม.6	57	27.94	94	46.08	45	22.06	8	3.92	8	3.92	0	0.00	0	0.00	3.98	มาก
	ปวช. - ปวส	36	26.28	60	43.80	39	28.47	1	0.73	1	0.73	1	0.73	0	0.00	3.94	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	15	45.45	7	21.21	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก
																3.98	มาก
6. สภาพแวดล้อมรอบที่พัก	ป.1-ป.6	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	ม.1-ม.6	76	37.25	80	39.22	45	22.06	3	1.47	3	1.47	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก
	ปวช. - ปวส	61	44.53	47	34.31	29	21.17	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.23	มาก
	ป.ตรี	15	45.45	11	33.33	7	21.21	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก
																4.18	มาก
																3.70	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 31 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้ที่ทำงาน ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า อยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ปริญญาตรี ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ปริญญาตรี ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ความสะดวกในการจอดรถ สภาพแวดล้อมรอบที่พัก มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่การศึกษาระดับการศึกษามาให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้จัดซื้อตามทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักราคายี่เดือน จำนวนตามรายปีต่อเดือน

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เขตผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ที่พักใกล้ที่ทำงาน	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	38	30.65	49	39.52	34	27.42	3	2.42	0	0.00	0	0.00	3.98	มาก
	5,001 - 7,000	47	30.32	70	45.16	35	22.58	1	0.65	2	1.29	0	0.00	4.03	มาก
	7,001 - 9,000	15	24.59	29	47.54	15	24.59	2	3.28	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก
	9,001 - 11,000	12	57.14	7	33.33	2	9.52	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.48	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	4	36.36	2	18.18	1	9.09	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	มากกว่า 15,000	0	0.00	2	66.67	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
														4.02	มาก
2. ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	3,001 - 5,000	26	15.85	51	31.10	43	26.22	1	0.61	43	26.22	2	1.29	3.77	มาก
	5,001 - 7,000	21	13.55	68	43.87	57	36.77	7	4.52	2	1.29	0	0.00	3.64	มาก
	7,001 - 9,000	10	16.39	25	40.98	17	27.87	8	13.11	1	1.64	0	0.00	3.57	มาก
	9,001 - 11,000	9	42.86	5	23.81	5	23.81	2	9.52	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	11,001 - 13,000	0	0.00	5	45.45	3	27.27	3	27.27	0	0.00	0	0.00	3.18	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
														3.67	มาก



ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน (บาท)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
3. ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1.00	น้อยที่สุด
	3,001 - 5,000	56	45.16	44	35.48	24	19.35	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.09	น้อย
	5,001 - 7,000	58	37.42	71	45.81	25	16.13	1	0.65	1	1.64	0	0.00	0	0.00	1.94	น้อย
	7,001 - 9,000	26	42.62	23	37.70	10	16.39	1	1.64	1	1.64	1	1.64	0	0.00	2.26	น้อย
	9,001 - 11,000	11	52.38	8	38.10	2	9.52	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.67	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	4	36.36	5	45.45	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1.67	น้อย
	มากกว่า 15,000	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
																2.09	น้อย
																5.00	มากที่สุด
4. ความสะดวกในการเดินทาง	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.26	มาก
	3,001 - 5,000	56	45.16	44	35.48	24	19.35	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	5,001 - 7,000	58	37.42	71	45.81	25	16.13	1	0.65	1	1.64	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	7,001 - 9,000	26	42.62	23	37.70	10	16.39	1	1.64	1	1.64	1	1.64	0	0.00	4.43	มาก
	9,001 - 11,000	11	52.38	8	38.10	2	9.52	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	5	45.45	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
มากกว่า 15,000	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.23	มาก	



จากตารางที่ 32 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเรื่องที่พักใกล้ที่ทำงาน ความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ที่พักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ที่พักใกล้แหล่งบันเทิงกลางคืน มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีรายได้ 9,001-11,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความสะดวกในการจอดรถ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญ

สภาพแวดล้อมรอบที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจ้างแบบค่าจ้างรายได้ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	เบ็ด ผด	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	ชาย	59	22.61	107	41.00	78	29.89	13	4.98	4	1.53	3.70	มาก				
	หญิง	25	21.19	42	35.59	46	38.98	1	0.85	4	3.39	3.78	มาก				
2. ค่าบอกเล่าจากคนรู้จัก	ชาย	7	5.93	38	32.20	51	43.22	15	12.71	7	5.93	3.19	ปานกลาง				
	หญิง	19	7.28	80	30.65	113	43.30	37	14.18	12	4.60	3.22	ปานกลาง				
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	ชาย	1	0.85	22	18.64	49	41.53	30	25.42	16	13.56	2.68	ปานกลาง				
	หญิง	9	3.45	24	9.20	112	42.91	85	32.57	31	11.88	2.60	ปานกลาง				
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ชาย	2	1.69	15	12.71	41	34.75	38	32.20	22	18.64	2.47	น้อย				
	หญิง	9	3.45	28	10.73	92	35.25	93	35.63	39	14.94	2.52	ปานกลาง				
5. โฆษณาทางวิทยุ	ชาย	4	3.39	12	10.17	44	37.29	33	27.97	25	21.19	2.47	น้อย				
	หญิง	13	4.98	27	10.34	88	33.72	89	34.10	44	16.86	2.52	ปานกลาง				
6. สิทธิในการใช้บริการช้อปปิ้งในราคาถูก	ชาย	9	7.63	11	9.32	67	56.78	19	16.10	12	10.17	2.88	ปานกลาง				
	หญิง	22	8.43	49	18.77	103	39.46	55	21.07	32	12.26	2.90	ปานกลาง				
												2.89	ปานกลาง				

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่พักร้อยละต้น จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
7. สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กในราคาถูก	ชาย	6	5.08	12	10.17	46	38.98	29	24.58	25	21.19	2.53	ปานกลาง		
	หญิง	14	5.36	22	8.43	94	36.02	48	18.39	83	31.80	2.37	น้อย		
8. การมีของใช้แจกตามห้องพักร่อนเข้าพัก	ชาย	15	12.71	24	20.34	45	38.14	24	20.34	10	8.47	3.08	ปานกลาง		
	หญิง	34	13.03	66	25.29	90	34.48	53	20.31	18	6.90	3.17	ปานกลาง		
												3.15	ปานกลาง		
												2.88	ปานกลาง		

จากตารางที่ 33 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมากทั้งเพศชายและเพศหญิง

ค่าออกต่ำกว่าคนรู้จัก ป้ายโปรสเตอร์โฆษณา สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูก การมีของใช้แจกตามห้องพักร่อนเข้าพัก พนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางทั้งเพศชายและเพศหญิง  
 โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โฆษณาทางวิทยุ พนักงานหญิงให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง แต่พนักงานชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
 สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กในราคาถูก พนักงานหญิงให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย แต่พนักงานชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง  
 โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	อายุ	มากที่สุด		มาก		กลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	15 - 20 ปี	8	15.38	17	32.69	22	42.31	4	7.69	1	1.92	3.52	มาก			
	21 - 25 ปี	58	24.58	99	41.95	70	29.66	4	1.69	5	2.12	3.85	มาก			
	26 - 30 ปี	14	18.67	31	41.33	26	34.67	3	4.00	1	1.33	3.72	มาก			
	31 - 35 ปี	3	20.00	2	13.33	6	40.00	3	20.00	1	6.67	3.20	ปานกลาง			
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด			
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	15 - 20 ปี	1	1.92	16	30.77	28	53.85	5	9.62	2	3.85	3.17	ปานกลาง			
	21 - 25 ปี	20	8.47	78	33.05	96	40.68	31	13.14	11	4.66	3.28	ปานกลาง			
	26 - 30 ปี	4	5.33	21	28.00	33	44.00	13	17.33	4	5.33	3.11	ปานกลาง			
	31 - 35 ปี	1	6.67	3	20.00	6	40.00	3	20.00	2	13.33	2.87	ปานกลาง			
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง			
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	15 - 20 ปี	2	3.85	9	17.31	14	26.92	19	36.54	8	15.38	2.58	ปานกลาง			
	21 - 25 ปี	5	2.12	23	9.75	123	52.12	57	24.15	28	11.86	2.66	ปานกลาง			
	26 - 30 ปี	2	2.67	13	17.33	19	25.33	31	41.33	10	13.33	2.55	ปานกลาง			
	31 - 35 ปี	1	6.67	1	6.67	4	26.67	8	53.33	1	6.67	2.53	ปานกลาง			
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง			
												2.62	ปานกลาง			

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่จัดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปีจัดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	15 - 20 ปี	2	3.85	7	13.46	14	26.92	20	38.46	9	17.31	2.48	น้อย		
	21 - 25 ปี	6	2.54	29	12.29	91	38.56	73	30.93	37	15.68	2.55	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	2	2.67	6	8.00	25	33.33	28	37.33	14	18.67	2.39	น้อย		
	31 - 35 ปี	1	6.67	1	6.67	2	13.33	10	66.67	1	6.67	2.40	น้อย		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
5. โฆษณาทางวิทยุ	15 - 20 ปี	7	13.46	0	0.00	20	38.46	16	30.77	9	17.31	2.62	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	8	3.39	29	12.29	83	35.17	77	32.63	39	16.53	2.53	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	1	1.33	9	12.00	25	33.33	22	29.33	18	24.00	2.37	น้อย		
	31 - 35 ปี	1	6.67	1	6.67	3	20.00	7	46.67	3	20.00	2.33	น้อย		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
6. สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูกลง	15 - 20 ปี	7	13.46	9	17.31	20	38.46	9	17.31	7	13.46	3.00	ปานกลาง		
	21 - 25 ปี	17	7.20	37	15.68	110	46.61	42	17.80	30	12.71	2.87	ปานกลาง		
	26 - 30 ปี	4	5.33	12	16.00	34	45.33	18	24.00	7	9.33	2.84	ปานกลาง		
	31 - 35 ปี	3	20.00	2	13.33	5	33.33	5	33.33	0	0.00	3.20	ปานกลาง		
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง		
													2.89	ปานกลาง	

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
7. ลิขสิทธิ์ในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กๆในราคาถูกลง	15 - 20 ปี	5	9.62	8	15.38	18	34.62	7	13.46	14	26.92	2.67	ปานกลาง				
	21 - 25 ปี	10	4.24	20	8.47	97	41.10	43	18.22	66	27.97	2.43	น้อย				
	26 - 30 ปี	5	6.67	4	5.33	21	28.00	21	28.00	24	32.00	2.27	น้อย				
	31 - 35 ปี	0	0.00	2	13.33	4	26.67	6	40.00	3	20.00	2.33	น้อย				
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด				
8. การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก	15 - 20 ปี	12	22.22	11	20.37	16	29.63	10	18.52	5	9.26	3.37	ปานกลาง				
	21 - 25 ปี	23	9.75	57	24.15	86	36.44	48	20.34	22	9.32	3.05	ปานกลาง				
	26 - 30 ปี	9	12.00	17	22.67	31	41.33	15	20.00	3	4.00	3.19	ปานกลาง				
	31 - 35 ปี	4	26.67	5	33.33	2	13.33	4	26.67	0	0.00	3.60	มาก				
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด				
ค่าเฉลี่ยรวม											2.88	ปานกลาง					



จากตารางที่ 34 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าออกต่ำกว่าคณรูจัก ป้ายโปรสเตอร์โฆษณา สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกระดับอายุ โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 21-25 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานอายุ 15-20 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

โฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานอายุ 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ่กๆในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานอายุ 15-20 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อยุ่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	สถานภาพ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	โสด	54	21.60	102	40.80	82	32.80	9	3.60	3	1.20	3.78	มาก				
	สมรส	30	23.44	46	35.94	42	32.81	5	3.91	5	3.91	3.71	มาก				
	ม่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก				
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	โสด	13	5.20	84	33.60	109	43.60	36	14.40	8	3.20	3.23	ปานกลาง				
	สมรส	13	10.16	34	26.56	54	42.19	16	12.50	11	8.59	3.17	ปานกลาง				
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง				
3. บ่ายไปสเตอร์โฆษณา	โสด	4	1.60	32	12.80	120	48.00	65	26.00	29	11.60	2.67	ปานกลาง				
	สมรส	6	4.69	14	10.94	41	32.03	49	38.28	18	14.06	2.54	ปานกลาง				
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	2.00	น้อย				
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	โสด	4	1.60	34	13.60	94	37.60	80	32.00	38	15.20	2.54	ปานกลาง				
	สมรส	7	5.47	9	7.03	39	30.47	50	39.06	23	17.97	2.43	น้อย				
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	2.00	น้อย				
												2.50	ปานกลาง				



จากตารางที่ 35 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ  
ค่าบอกเล่าจากคณบดี การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกสถานภาพ  
ย้ายไปสเตอร์โฆษณา สิทธิในการใช้บริการจัดโต๊ะในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรสทำให้  
ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานพำนักให้ควมสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพโสดให้ความสำคัญอยู่ในระดับ  
ปานกลาง และพนักงานสถานภาพสมรสและพำนักให้ควมสำคัญอยู่ในระดับน้อย  
สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนู้กในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยทุกสถานภาพ  
โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำหน่ายตามสถานภาพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวน

ตามภูมิฐานะ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	เหนือ	75	23.58	133	41.82	90	28.30	13	4.09	7	2.20	3.81	มาก	
	กลาง	1	5.00	9	45.00	8	40.00	1	5.00	1	5.00	3.40	ปานกลาง	
	อีสาน	6	16.67	5	13.89	25	69.44	0	0.00	0	0.00	3.47	ปานกลาง	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
												3.76	มาก	
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	เหนือ	23	7.23	102	32.08	132	41.51	46	14.47	15	4.72	3.23	ปานกลาง	
	กลาง	1	5.00	5	25.00	8	40.00	4	20.00	2	10.00	2.95	ปานกลาง	
	อีสาน	0	0.00	9	25.00	23	63.89	2	5.56	2	5.56	3.08	ปานกลาง	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
												3.21	ปานกลาง	
3. เข้าไปสเตอร์โฆษณา	เหนือ	9	2.83	33	10.38	136	42.77	97	30.50	43	13.52	2.58	ปานกลาง	
	กลาง	0	0.00	5	25.00	6	30.00	9	45.00	0	0.00	2.80	ปานกลาง	
	อีสาน	0	0.00	6	16.67	19	52.78	7	19.44	4	11.11	2.75	ปานกลาง	
	ใต้	1	20.00	2	40.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง	
												2.62	ปานกลาง	

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ภูมิภาค		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4.โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	เหนือ	9	2.83	34	10.69	114	35.85	106	33.33	55	17.30	2.48	น้อย			
	กลาง	0	0.00	3	15.00	6	30.00	9	45.00	2	10.00	2.50	ปานกลาง			
	อีสาน	1	2.78	4	11.11	13	36.11	14	38.89	4	11.11	2.56	ปานกลาง			
	ใต้	1	20.00	2	40.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	3.40	ปานกลาง			
5.โฆษณาทางวิทยุ	เหนือ	10	3.14	32	10.06	115	36.16	98	30.82	63	19.81	2.46	น้อย			
	กลาง	0	0.00	3	15.00	7	35.00	8	40.00	2	10.00	2.55	ปานกลาง			
	อีสาน	4	11.11	4	11.11	9	25.00	15	41.67	4	11.11	2.69	ปานกลาง			
	ใต้	3	60.00	0	0.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	4.00	มาก			
6.สิทธิในการใช้บริการช้อปปิ้งในราคาถูก	เหนือ	20	6.29	49	15.41	150	47.17	60	18.87	39	12.26	2.85	ปานกลาง			
	กลาง	1	5.00	6	30.00	5	25.00	7	35.00	1	5.00	2.95	ปานกลาง			
	อีสาน	7	19.44	4	11.11	14	38.89	7	19.44	4	11.11	3.08	ปานกลาง			
	ใต้	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก			
												2.89	ปานกลาง			



จากตารางที่ 36 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเครื่องส่วนบุคคลพิเศษของค่าเช่ารถยนต์อยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าบอกเล่าจากคนรู้จัก สภานิติการ ใช้บริการชักรีดราคาถูก การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ขีายไปสเตอร์โฆษณา มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกภูมิลำเนา

โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

โฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลางให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามภูมิลำเนาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง



ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่ศึกษารายเดือน จำนวนตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปด ผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ส่วนลดพิเศษของร้านค้ารายเดือน	ป.1-ป.6	1	20.00	3	60.00	0	0.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
	ม.1-ม.6	43	21.08	78	38.24	70	34.31	9	4.41	4	1.96	4	1.96	3.72	มาก
	ปวช.-ปวส	34	24.82	53	38.69	45	32.85	1	0.73	4	2.92	4	2.92	3.82	มาก
	ป.ตรี	6	18.18	15	45.45	9	27.27	3	9.09	0	0.00	0	0.00	3.73	มาก
														3.76	มาก
2. ค่าบอกล่าจากคนรู้จัก	ป.1-ป.6	0	0.00	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	12	5.88	57	27.94	86	42.16	34	16.67	15	7.35	15	7.35	3.08	ปานกลาง
	ปวช.-ปวส	12	8.76	45	32.85	62	45.26	16	11.68	2	1.46	2	1.46	3.36	ปานกลาง
	ป.ตรี	2	6.06	14	42.42	14	42.42	1	3.03	2	6.06	2	6.06	3.39	ปานกลาง
														3.21	ปานกลาง
3. ป้ายโฆษณา	ป.1-ป.6	0	0.00	1	20.00	2	40.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2.60	ปานกลาง
	ม.1-ม.6	9	4.41	18	8.82	87	42.65	59	28.92	31	15.20	31	15.20	2.58	ปานกลาง
	ปวช.-ปวส	0	0.00	19	13.87	58	42.34	45	32.85	15	10.95	15	10.95	2.59	ปานกลาง
	ป.ตรี	1	3.03	8	24.24	14	42.42	10	30.30	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
														2.62	ปานกลาง

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ป.1 - ป.6	0	0.00	0	0.00	1	20.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	1.80	น้อย
	ม.1 - ม.6	10	4.90	25	12.25	72	35.29	60	29.41	37	18.14	37	18.14	37	18.14	2.56	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	0	0.00	11	8.03	49	35.77	55	40.15	22	16.06	22	16.06	22	16.06	2.36	น้อย
	ป.ตรี	1	3.03	7	21.21	11	33.33	14	42.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.85	ปานกลาง
5. โฆษณาทางวิทยุ	ป.1 - ป.6	0	0.00	0	0.00	1	20.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	2	40.00	1.80	น้อย
	ม.1 - ม.6	11	5.39	24	11.76	70	34.31	55	26.96	44	21.57	44	21.57	44	21.57	2.52	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	3	2.19	10	7.30	50	36.50	51	37.23	23	16.79	23	16.79	23	16.79	2.41	น้อย
	ป.ตรี	3	9.09	5	15.15	11	33.33	14	42.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.91	ปานกลาง
6. สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูก	ป.1 - ป.6	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	80.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	1.80	น้อย
	ม.1 - ม.6	19	9.31	33	16.18	90	44.12	35	17.16	27	13.24	27	13.24	27	13.24	2.91	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	10	7.30	24	17.52	60	43.80	28	20.44	15	10.95	15	10.95	15	10.95	2.90	ปานกลาง
	ป.ตรี	2	6.06	3	9.09	20	60.61	7	21.21	1	3.03	1	3.03	1	3.03	2.94	ปานกลาง
																2.89	ปานกลาง

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา(ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
7. สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุกๆในราคาถูก	ป.1 - ป.6	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	40.00	3	60.00	1.40	น้อยที่สุด		
	ม.1 - ม.6	13	6.37	16	7.84	81	39.71	30	14.71	64	31.37	2.43	น้อย				
	ปวช. - ปวส	7	5.11	11	8.03	50	36.50	32	23.36	37	27.01	2.41	น้อย				
	ป.ตรี	0	0.00	7	21.21	9	27.27	13	39.39	4	12.12	2.58	ปานกลาง				
8. การมีของใช้แจกตามห้องพักรก่อนเข้าพัก	ป.1 - ป.6	1	20.00	1	20.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	3.20	ปานกลาง				
	ม.1 - ม.6	32	15.69	44	21.57	75	36.76	34	16.67	19	9.31	2.18	น้อย				
	ปวช. - ปวส	14	10.22	36	26.28	45	32.85	34	24.82	8	5.84	3.10	ปานกลาง				
	ป.ตรี	2	6.06	9	27.27	14	42.42	7	21.21	1	3.03	3.12	ปานกลาง				
															ค่าเฉลี่ยรวม	2.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 37 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

ค่าบอกเล่าจากคนรู้จัก ป้ายโปสเตอร์โฆษณา มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกระดับการศึกษา

โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ให้ความสำคัญให้ ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ปวช.-ปวส. ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ให้ความสำคัญให้ ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุกเกอร์ในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ใน ระดับปานกลาง พนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส. ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญอยู่ใน ระดับน้อยที่สุด

การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ปวช.-ปวส. ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ตามระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้บังคับบัญชาการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายปีได้เดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
3,001 - 5,000	24	19.35	56	45.16	39	31.45	3	2.42	2	1.61	2	1.61	2	1.61	3.78	มาก
5,001 - 7,000	35	22.58	64	41.29	46	29.68	6	3.87	4	2.58	4	2.58	4	2.58	3.77	มาก
7,001 - 9,000	13	21.31	18	29.51	24	39.34	4	6.56	2	3.28	2	3.28	2	3.28	3.59	มาก
9,001 - 11,000	9	42.86	5	23.81	6	28.57	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก
11,001 - 13,000	1	9.09	4	36.36	6	54.55	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.55	มาก
13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
															3.76	มาก
ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
3,001 - 5,000	11	8.87	32	25.81	56	45.16	15	12.10	10	8.06	10	8.06	10	8.06	3.15	ปานกลาง
5,001 - 7,000	10	6.45	52	33.55	69	44.52	18	11.61	6	3.87	6	3.87	6	3.87	3.27	ปานกลาง
7,001 - 9,000	3	4.92	21	34.43	20	32.79	17	27.87	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.16	ปานกลาง
9,001 - 11,000	2	9.52	9	42.86	9	42.86	0	0.00	1	4.76	1	4.76	1	4.76	3.52	มาก
11,001 - 13,000	0	0.00	3	27.27	6	54.55	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.09	ปานกลาง
13,001 - 15,000	0	0.00	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.33	ปานกลาง
มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	2	66.67	2	66.67	1.67	น้อย
															3.21	ปานกลาง

2. ค่าบอกเล่าจากคนรู้จัก

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายปีต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายให้อ่อน (บาท)		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
3. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	2.00	น้อย
	3,001 - 5,000	5	4.03	17	13.71	54	43.55	26	20.97	22	17.74	22	17.74	22	17.74	2.65	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	3	1.94	11	7.10	65	41.94	55	35.48	21	13.55	21	13.55	21	13.55	2.48	น้อย
	7,001 - 9,000	1	1.64	10	16.39	26	42.62	21	34.43	3	4.92	3	4.92	3	4.92	2.75	ปานกลาง
	9,001 - 11,000	1	4.76	4	19.05	9	42.86	6	28.57	1	4.76	1	4.76	1	4.76	2.90	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	0	0.00	3	27.27	6	54.55	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.09	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.67	ปานกลาง
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
																2.62	ปานกลาง
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	3,001 - 5,000	4	3.23	22	17.74	46	37.10	29	23.39	23	18.55	23	18.55	23	18.55	2.64	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	4	2.58	12	7.74	51	32.90	61	39.35	27	17.42	27	17.42	27	17.42	2.39	น้อย
	7,001 - 9,000	2	3.28	5	8.20	21	34.43	26	42.62	7	11.48	7	11.48	7	11.48	2.49	น้อย
	9,001 - 11,000	1	4.76	2	9.52	8	38.10	9	42.86	1	4.76	1	4.76	1	4.76	2.67	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	0	0.00	2	18.18	5	45.45	2	18.18	2	18.18	2	18.18	2	18.18	2.64	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
																2.50	ปานกลาง

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
5. โฆษณาทางวิทยุ	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	3,001 - 5,000	12	9.68	11	8.87	48	38.71	31	25.00	22	17.74	31	25.00	22	17.74	2.68	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	0	0.00	19	12.26	50	32.26	55	35.48	31	20.00	31	20.00	31	20.00	2.37	น้อย
	7,001 - 9,000	2	3.28	6	9.84	19	31.15	22	36.07	12	19.67	22	36.07	12	19.67	2.41	น้อย
	9,001 - 11,000	1	4.76	3	14.29	8	38.10	8	38.10	1	4.76	8	38.10	1	4.76	2.76	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	2	18.18	0	0.00	5	45.45	2	18.18	2	18.18	2	18.18	2	18.18	2.82	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
															2.51	ปานกลาง	
6. สิทธิในการใช้บริการซักรีดในราคาถูก	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด
	3,001 - 5,000	15	12.10	24	19.35	47	37.90	21	16.94	17	13.71	21	16.94	17	13.71	2.99	ปานกลาง
	5,001 - 7,000	9	5.81	20	12.90	76	49.03	31	20.00	19	12.26	31	20.00	19	12.26	2.80	ปานกลาง
	7,001 - 9,000	3	4.92	13	21.31	24	39.34	15	24.59	6	9.84	15	24.59	6	9.84	2.87	ปานกลาง
	9,001 - 11,000	3	14.29	2	9.52	13	61.90	2	9.52	2	9.52	2	9.52	1	4.76	3.19	ปานกลาง
	11,001 - 13,000	0	0.00	1	9.09	9	81.82	1	9.09	1	9.09	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	0	0.00	2.33	น้อย
															2.89	ปานกลาง	

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความถี่ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความถี่ต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน			ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
7. สิทธิในการใช้ห้องกีฬา โต๊ะสนุ๊กในราคาถูกลง	ต่ำกว่า 3,000	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	1.00	น้อยที่สุด	
	3,001 - 5,000	11	8.87	6	4.84	61	49.19	16	12.90	30	24.19	30	24.19	2.61	ปานกลาง	
	5,001 - 7,000	5	3.23	16	10.32	45	29.03	36	23.23	53	34.19	53	34.19	2.25	น้อย	
	7,001 - 9,000	0	0.00	5	8.20	22	36.07	11	18.03	23	37.70	23	37.70	2.15	น้อย	
	9,001 - 11,000	2	9.52	5	23.81	8	38.10	5	23.81	1	4.76	1	4.76	3.10	ปานกลาง	
	11,001 - 13,000	1	11.11	2	22.22	3	33.33	3	33.33	0	0.00	0	0.00	2.91	ปานกลาง	
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	66.67	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	2.33	น้อย	
															2.42	น้อย
															5.00	มากที่สุด
8. การมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	3,001 - 5,000	19	15.32	32	25.81	34	27.42	25	20.16	14	11.29	14	11.29	3.14	ปานกลาง	
	5,001 - 7,000	19	12.26	36	23.23	58	37.42	33	21.29	9	5.81	9	5.81	3.15	ปานกลาง	
	7,001 - 9,000	5	8.20	14	22.95	28	45.90	10	16.39	4	6.56	4	6.56	3.10	ปานกลาง	
	9,001 - 11,000	2	9.52	8	38.10	5	23.81	5	23.81	1	4.76	1	4.76	3.24	ปานกลาง	
	11,001 - 13,000	2	18.18	0	0.00	9	81.82	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.36	ปานกลาง	
	13,001 - 15,000	2	18.18	0	0.00	9	81.82	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
	มากกว่า 15,000	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	2	66.67	0	0.00	2.33	น้อย	
														3.15	ปานกลาง	
														2.88	ปานกลาง	
														2.88	ปานกลาง	





การมีของใช้แยกตามห้องพักก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยรวมความถี่อยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจ่านกตามรายได้ต่อเนื่องในให้ความสำคัญต่อยังดำเนินการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

Chiang Mai University

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เพศ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	ชาย	49	41.53	55	46.61	13	11.02	1	0.85	0	0.00	4.29	มาก			
	หญิง	133	50.96	91	34.87	37	14.18	0	0.00	0	0.00	4.37	มาก			
2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	ชาย	43	36.44	58	49.15	16	13.56	1	0.85	0	0.00	4.21	มาก			
	หญิง	99	37.93	107	41.00	49	18.77	6	2.30	0	0.00	4.15	มาก			
3. การให้คำแนะนำ บริการของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	ชาย	32	27.12	51	43.22	34	28.81	1	0.85	0	0.00	3.97	มาก			
	หญิง	84	32.18	95	36.40	70	26.82	12	4.60	0	0.00	3.96	มาก			
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	ชาย	51	43.22	52	44.07	15	12.71	0	0.00	0	0.00	4.31	มาก			
	หญิง	115	44.06	88	33.72	43	16.48	15	5.75	0	0.00	4.16	มาก			
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	ชาย	45	38.14	43	36.44	29	24.58	1	0.85	0	0.00	4.12	มาก			
	หญิง	105	40.23	101	38.70	47	18.01	8	3.07	0	0.00	4.16	มาก			
												4.15	มาก			
												4.16	มาก			

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 39 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านบุคลากรเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก อรรถประโยชน์ของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้คำแนะนำ บริการของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาดในระดับมาก พึงพิศ  
ชายและเพศหญิง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจําแนกตามเพศให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	15 - 20 ปี	18	34.62	21	40.38	13	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
	21 - 25 ปี	121	51.27	90	38.14	24	10.17	1	0.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	26 - 30 ปี	33	44.00	30	40.00	12	16.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก
	31 - 35 ปี	9	60.00	5	33.33	1	6.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.53	มากที่สุด
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	15 - 20 ปี	16	30.77	17	32.69	15	28.85	4	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.87	มาก
	21 - 25 ปี	91	38.56	103	43.64	41	17.37	1	0.42	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	26 - 30 ปี	26	34.67	40	53.33	7	9.33	2	2.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	31 - 35 ปี	8	53.33	5	33.33	2	13.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
3. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	15 - 20 ปี	13	25.00	15	28.85	18	34.62	6	11.54	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
	21 - 25 ปี	76	32.20	93	39.41	63	26.69	4	1.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.02	มาก
	26 - 30 ปี	22	29.33	30	40.00	20	26.67	3	4.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.95	มาก
	31 - 35 ปี	4	26.67	8	53.33	3	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.07	มาก
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																3.96	มาก

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	15 - 20 ปี	15	28.85	17	32.69	16	30.77	4	7.69	0	0.00	0	0.00	3.83	มาก		
	21 - 25 ปี	109	46.19	88	37.29	34	14.41	5	2.12	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก		
	26 - 30 ปี	36	48.00	27	36.00	6	8.00	6	8.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก		
	31 - 35 ปี	5	33.33	8	53.33	2	13.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก		
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	15 - 20 ปี	14	26.92	21	40.38	17	32.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก		
	21 - 25 ปี	99	41.95	90	38.14	43	18.22	4	1.69	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก		
	26 - 30 ปี	32	42.67	25	33.33	13	17.33	5	6.67	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก		
	31 - 35 ปี	4	26.67	8	53.33	3	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.07	มาก		
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด		
														4.15	มาก		
														4.16	มาก		

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 40 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พกอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 31-35 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก ความสนใจใฝ่ของพนักงานรักความโดดเด่น ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเข้ามาสอบถามอายุให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้จัดจ้างด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พำนักอาศัยรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เขตผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>														
<b>1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก</b>														
โสด	116	46.40	99	39.60	35	14.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.32	มาก
สมรส	66	51.56	46	35.94	15	11.72	1	0.78	0	0.00	0	0.00	4.38	มาก
ฝ่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
โสด	83	33.20	113	45.20	48	19.20	6	2.40	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
สมรส	59	46.09	51	39.84	17	13.28	1	0.78	0	0.00	0	0.00	4.31	มาก
ฝ่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
<b>2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก</b>														
โสด	70	28.00	99	39.60	71	28.40	10	4.00	0	0.00	0	0.00	3.92	มาก
สมรส	46	35.94	46	35.94	33	25.78	3	2.34	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก
ฝ่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
<b>3. การให้คำแนะนำ บริการของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>5. ค่าเช่าที่พัก</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>7. ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพ</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>8. ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>9. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>10. ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>11. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>12. ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>13. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
<b>14. ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน</b>														
โสด	101	40.40	93	37.20	45	18.00	11	4.40	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
สมรส	64	50.00	47	36.72	13	10.16	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.34	มาก
ฝ่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด



ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้วิจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำนวนตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	สถานภาพ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
5. ความเข้าใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	โสด	95	38.00	94	37.60	56	22.40	5	2.00	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก
	สมรส	54	42.19	50	39.06	20	15.63	4	3.13	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	มีภรรยา	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม													4.15	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม													4.16	มาก	

จากตารางที่ 41 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก อัตราค่าของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้บริการ และนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พักอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ

ความเข้าใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเข้าใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยรวมแล้วพบว่าพนักงานจ้างแบบสถานภาพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านป. การที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	เหนือ	157	49.37	124	38.99	36	11.32	1	0.31	0	0.00	4.37	มาก	
	กลาง	8	40.00	7	35.00	5	25.00	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก	
	อีสาน	15	41.67	12	33.33	9	25.00	0	0.00	0	0.00	4.17	มาก	
	ใต้	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก	
2. ธีรยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	เหนือ	123	38.68	134	42.14	58	18.24	3	0.94	0	0.00	4.19	มาก	
	กลาง	6	30.00	13	65.00	1	5.00	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก	
	อีสาน	11	30.56	16	44.44	5	13.89	4	11.11	0	0.00	3.94	มาก	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
3. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	เหนือ	100	31.45	131	41.19	78	24.53	9	2.83	0	0.00	4.01	มาก	
	กลาง	6	30.00	6	30.00	8	40.00	0	0.00	0	0.00	3.90	มาก	
	อีสาน	8	22.22	9	25.00	15	41.67	4	11.11	0	0.00	3.58	มาก	
	ใต้	2	40.00	0	0.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก	
												3.96	มาก	

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำแนกตามภูมิลำเนา (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	เหนือ	143	44.97	117	36.79	50	15.72	8	2.52	0	0.00	4.24	มาก	
	กลาง	6	30.00	10	50.00	2	10.00	2	10.00	0	0.00	4.00	มาก	
	อีสาน	13	36.11	13	36.11	5	13.89	5	13.89	0	0.00	3.94	มาก	
	ใต้	4	80.00	0	0.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด	
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	เหนือ	131	41.19	122	38.36	58	18.24	7	2.20	0	0.00	4.19	มาก	
	กลาง	6	30.00	7	35.00	5	25.00	2	10.00	0	0.00	3.85	มาก	
	อีสาน	11	30.56	13	36.11	12	33.33	0	0.00	0	0.00	3.97	มาก	
	ใต้	2	40.00	2	40.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก	
							ค่าเฉลี่ยรวม					4.16	มาก	

จากตารางที่ 42 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก อัตราค่าเช่าของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยในระดับมาก โดยทุกภูมิลำเนา

ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำแนกตามภูมิลำเนาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	ป.1 - ป.6	3	60.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	ม.1 - ม.6	97	47.55	74	36.27	33	16.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.31	มาก
	ปวช. - ปวส	63	45.99	60	43.80	13	9.49	1	0.73	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.35	มาก
	ป.ตรี	19	57.58	12	36.36	2	6.06	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.52	มากที่สุด
2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	ป.1 - ป.6	3	60.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	ม.1 - ม.6	68	33.33	97	47.55	35	17.16	4	1.96	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก
	ปวช. - ปวส	50	36.50	61	44.53	23	16.79	3	2.19	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก
	ป.ตรี	21	63.64	7	21.21	5	15.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.48	มาก
3. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	ป.1 - ป.6	2	40.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
	ม.1 - ม.6	59	28.92	82	40.20	56	27.45	7	3.43	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.95	มาก
	ปวช. - ปวส	40	29.20	53	38.69	39	28.47	5	3.65	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.93	มาก
	ป.ตรี	15	45.45	10	30.30	7	21.21	1	3.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
																3.96	มาก

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	การศึกษา		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	ป.1 - ป.6	3	60.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.40	มาก	
	ม.1 - ม.6	81	39.71	71	34.80	40	19.61	12	5.88	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก	
	ปวช. - ปวส	65	47.45	55	40.15	14	10.22	3	2.19	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก	
	ป.ตรี	17	51.52	13	39.39	3	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.42	มาก	
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	ป.1 - ป.6	2	40.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	ม.1 - ม.6	72	35.29	82	40.20	42	20.59	8	3.92	0	0.00	0	0.00	4.07	มาก	
	ปวช. - ปวส	61	44.53	49	35.77	26	18.98	1	0.73	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก	
	ป.ตรี	15	45.45	12	36.36	6	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.27	มาก	
														ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	มาก

จากตารางที่ 43 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พักอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีการศึกษาระดับป.1-ป.6 ม.1-ม.6 ปวช.-ปวส.ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

อัยาศัยของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงใจด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่ทำงานรายเดือน จำนวนตามรายชื่อต่อไปนี้

รายการได้เดือน (บาท)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	57	45.97	47	37.90	20	16.13	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.30	มาก
	78	50.32	62	40.00	15	9.68	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.41	มาก
	29	47.54	20	32.79	12	19.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก
	11	52.38	7	33.33	2	9.52	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	2	18.18	8	72.73	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก
	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
															4.34	มาก
2. ทัศนคติของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	49	39.52	43	34.68	27	21.77	5	4.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
	48	30.97	81	52.26	24	15.48	2	1.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.13	มาก
	21	34.43	29	47.54	11	18.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.16	มาก
	13	61.90	7	33.33	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.57	มากที่สุด
	4	36.36	5	45.45	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก
	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
															4.17	มาก

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของผู้จ้างจ่ายด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำนวนตามรายชื่อได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
3. การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานบริการของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	39	31.45	47	37.90	30	24.19	8	6.45	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.94	มาก
	5,001 - 7,000	45	29.03	61	39.35	45	29.03	4	2.58	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.95	มาก
	7,001 - 9,000	15	24.59	26	42.62	20	32.79	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.92	มาก
	9,001 - 11,000	8	38.10	9	42.86	4	19.05	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก
	11,001 - 13,000	4	36.36	1	9.09	5	45.45	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.73	มาก
4. ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 - 5,000	55	44.35	43	34.68	17	13.71	9	7.26	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.16	มาก
	5,001 - 7,000	69	44.52	56	36.13	27	17.42	3	1.94	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.23	มาก
	7,001 - 9,000	19	31.15	29	47.54	10	16.39	3	4.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.05	มาก
	9,001 - 11,000	11	52.38	9	42.86	1	4.76	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.48	มาก
	11,001 - 13,000	7	63.64	1	9.09	3	27.27	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.36	มาก
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
																4.21	มาก

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	รายได้ต่อเดือน (บาท)		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
5. ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
	3,001 – 5,000	51	41.13	42	33.87	26	20.97	5	4.03	0	0.00	0	0.00	4.12	มาก
	5,001 – 7,000	54	34.84	71	45.81	28	18.06	2	1.29	0	0.00	0	0.00	4.14	มาก
	7,001 – 9,000	22	36.07	24	39.34	13	21.31	2	3.28	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
	9,001 – 11,000	11	52.38	3	14.29	7	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก
	11,001 – 13,000	7	63.64	4	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.64	มากที่สุด
	13,001 – 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก
มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
														4.15	มาก
														4.16	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม



จากตารางที่ 44 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก การให้คำแนะนำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก อยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

อัตราค่าจ้างของพนักงานและผู้ดูแลที่พัก มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 11,001-13,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 11,001-13,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท 11,001-13,000 บาท 15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท 9,001-11,000 บาท 13,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากสามารถรายได้ต่อเดือนให้ค่าความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรายเดือน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	ชาย	22	18.64	39	33.05	46	38.98	8	6.78	3	2.54	3,58	มาก	
	หญิง	63	24.14	88	33.72	103	39.46	6	2.30	1	0.38	3,79	มาก	
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้องน้ำเสีย	ชาย	45	38.14	50	42.37	23	19.49	0	0.00	0	0.00	4,19	มาก	
	หญิง	115	44.06	91	34.87	52	19.92	2	0.77	1	0.38	4,21	มาก	
3. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	ชาย	42	38.89	43	39.81	22	20.37	1	0.93	0	0.00	4,24	มาก	
	หญิง	108	41.38	103	39.46	42	16.09	5	1.92	3	1.15	4,18	มาก	
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	ชาย	26	22.03	42	35.59	39	33.05	8	6.78	3	2.54	3,68	มาก	
	หญิง	49	18.77	88	33.72	95	36.40	22	8.43	7	2.68	3,57	มาก	
5. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	ชาย	19	16.10	41	34.75	42	35.59	10	8.47	6	5.08	3,48	ปานกลาง	
	หญิง	50	19.16	81	31.03	86	32.95	26	9.96	18	6.90	3,46	ปานกลาง	
												3,46	ปานกลาง	

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	เพศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
6. มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	ชาย	24	20.34	43	36.44	42	35.59	6	5.08	3	2.54	3.67	มาก
	หญิง	69	26.44	92	35.25	83	31.80	10	3.83	7	2.68	3.79	มาก
												3.75	มาก
												3.83	มาก

จากตารางที่ 45 พบว่าพนักงานให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการบริการเรื่องความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย การมีบริการรับฝากข้อความ และมีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ อยู่ในระดับมากทั้งเพศชายและเพศหญิง การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง พนักงานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากให้ความสำคัญต่อบริการบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยเดือน จำนวนตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	15 - 20 ปี	7	13.46	15	28.85	28	53.85	2	3.85	0	0.00	3.52	มาก				
	21 - 25 ปี	60	25.42	76	32.20	91	38.56	6	2.54	3	1.27	3.78	มาก				
	26 - 30 ปี	15	20.00	29	38.67	25	33.33	6	8.00	0	0.00	3.71	มาก				
	31 - 35 ปี	3	20.00	7	46.67	4	26.67	0	0.00	1	6.67	3.73	มาก				
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง				
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้องน้ำเสีย	15 - 20 ปี	23	44.23	17	32.69	12	23.08	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก				
	21 - 25 ปี	100	42.37	86	36.44	48	20.34	1	0.42	1	0.42	4.20	มาก				
	26 - 30 ปี	32	42.67	28	37.33	14	18.67	1	1.33	0	0.00	4.21	มาก				
	31 - 35 ปี	4	26.67	10	66.67	1	6.67	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก				
	36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด				
												4.21	มาก				

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของบัณฑิตด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่ศึกษารายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

อายุ	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
15 - 20 ปี	15	28.85	22	42.31	15	28.85	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
21 - 25 ปี	107	45.34	84	35.59	42	17.80	1	0.42	2	0.85	2	0.85	2	0.85	4.24	มาก
26 - 30 ปี	31	41.33	32	42.67	6	8.00	5	6.67	1	1.33	1	1.33	1	1.33	4.16	มาก
31 - 35 ปี	6	40.00	8	53.33	1	6.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก
36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
15 - 20 ปี	7	13.46	15	28.85	23	44.23	5	9.62	2	3.85	2	3.85	2	3.85	4.20	มาก
21 - 25 ปี	49	20.76	82	34.75	82	34.75	18	7.63	5	2.12	5	2.12	5	2.12	3.64	ปานกลาง
26 - 30 ปี	16	21.33	27	36.00	24	32.00	7	9.33	1	1.33	1	1.33	1	1.33	3.67	มาก
31 - 35 ปี	2	13.33	6	40.00	5	33.33	0	0.00	2	13.33	2	13.33	2	13.33	3.40	ปานกลาง
36 - 40 ปี	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด
															3.61	มาก

4. การมีบริการรับฝากข้อความ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	อายุ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	15 - 20 ปี	5	9.62	8	15.38	24	46.15	10	19.23	5	9.62	24	46.15	10	19.23	5	9.62	ปานกลาง	
	21 - 25 ปี	41	17.37	83	35.17	77	32.63	21	8.90	14	5.93	77	32.63	21	8.90	14	5.93	ปานกลาง	
	26 - 30 ปี	20	26.67	24	32.00	22	29.33	5	6.67	4	5.33	22	29.33	5	6.67	4	5.33	มาก	
	31 - 35 ปี	3	20.00	7	46.67	4	26.67	0	0.00	1	6.67	4	26.67	0	0.00	1	6.67	3.73	มาก
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
. บริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	15 - 20 ปี	7	13.46	15	28.85	25	48.08	2	3.85	3	5.77	25	48.08	2	3.85	3	5.77	3.40	ปานกลาง
	21 - 25 ปี	62	26.27	84	35.59	74	31.36	11	4.66	5	2.12	74	31.36	11	4.66	5	2.12	3.79	มาก
	26 - 30 ปี	22	29.33	29	38.67	20	26.67	3	4.00	1	1.33	20	26.67	3	4.00	1	1.33	3.91	มาก
	31 - 35 ปี	2	13.33	7	46.67	5	33.33	0	0.00	1	6.67	5	33.33	0	0.00	1	6.67	3.60	มาก
	36 - 40 ปี	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม														3.75	มาก				
ค่าเฉลี่ยรวม														3.83	มาก				

จากตารางที่ 46 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการเรื่องความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่าอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 25-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 25-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

การมีบริการรับฝากข้อความ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานอายุ 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 21-25 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานอายุ 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานอายุ 15-20 ปี 36-40 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจของบึงจันทน์ด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
โสด	52	20.80	84	33.60	104	41.60	8	3.20	2	0.80	2	0.80	3.70	มาก
สมรส	33	25.78	43	33.59	44	34.38	6	4.69	2	1.56	2	1.56	3.77	มาก
ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
โสด	104	41.60	94	37.60	50	20.00	1	0.40	1	0.40	1	0.40	4.20	มาก
สมรส	56	43.75	47	36.72	24	18.75	1	0.78	0	0.00	0	0.00	4.23	มาก
ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง
โสด	98	39.20	99	39.60	50	20.00	0	0.00	3	1.20	3	1.20	4.21	มาก
สมรส	62	48.44	46	35.94	14	10.94	6	4.69	0	0.00	0	0.00	4.16	มาก
ม่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก
โสด	40	16.00	91	36.40	95	38.00	18	7.20	6	2.40	6	2.40	4.00	มาก
สมรส	35	27.34	38	29.69	39	30.47	12	9.38	4	3.13	4	3.13	4.00	มาก
ม่าย	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
													3.61	มาก



ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	สถานภาพ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
5. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	โสด	38	15.20	85	34.00	86	34.40	27	10.80	14	5.60			3.42	ปานกลาง
	สมรส	31	24.22	37	28.91	41	32.03	9	7.03	10	7.81			3.55	มาก
	ม่าย	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00			3.00	ปานกลาง
6. มีบริการทำความสะอาดทุกวันทุกสัปดาห์	โสด	56	22.40	90	36.00	87	34.80	9	3.60	8	3.20			3.46	ปานกลาง
	สมรส	36	28.13	45	35.16	38	29.69	7	5.47	2	1.56			3.71	มาก
	ม่าย	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00			3.83	มาก
														5.00	มากที่สุด
														3.75	มาก
														3.83	มาก

จากตารางที่ 47 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการเรื่องความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานสถานภาพม่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง การมีบริการรักษาความปลอดภัย การมีบริการรับฝากข้อความ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกสถานภาพ การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานสถานภาพโสดให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานสถานภาพโสดและม่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานสถานภาพโสดให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานสถานภาพโสดและสมรสให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจ้างแนกตามสถานภาพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด										
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	เหนือ	79	24.84	112	35.22	110	34.59	13	4.09	4	1.26							3.78	มาก
	กลาง	1	5.00	7	35.00	12	60.00	0	0.00	0	0.00							3.45	ปานกลาง
	อีสาน	4	11.11	5	13.89	27	75.00	0	0.00	0	0.00							3.36	ปานกลาง
	ใต้	1	20.00	3	60.00	0	0.00	1	20.00	0	0.00							3.80	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้างน้ำเสีย	เหนือ	134	42.14	121	38.05	60	18.87	2	0.63	1	0.31							4.21	มาก
	กลาง	8	40.00	7	35.00	5	25.00	0	0.00	0	0.00							4.15	มาก
	อีสาน	16	44.44	12	33.33	8	22.22	0	0.00	0	0.00							4.22	มาก
	ใต้	2	40.00	1	20.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00							4.00	มาก
3. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	เหนือ	137	43.08	120	37.74	54	16.98	4	1.26	3	0.94							4.21	มาก
	กลาง	6	30.00	11	55.00	1	5.00	2	10.00	0	0.00							4.05	มาก
	อีสาน	16	44.44	12	33.33	8	22.22	0	0.00	0	0.00							4.22	มาก
	ใต้	1	20.00	3	60.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00							4.00	มาก
																		4.20	มาก

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามภูมิภาค (ต่อ)

ภูมิภาค	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	เหนือ	37	12.85	107	37.15	108	37.50	27	9.38	9	3.13					3.62	มาก
	กลาง	1	5.00	8	40.00	7	35.00	3	15.00	1	5.00					3.25	ปานกลาง
	อีสาน	4	11.11	13	36.11	19	52.78	0	0.00	0	0.00					3.58	มาก
	ใต้	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00					4.60	มากที่สุด
5. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	เหนือ	61	19.18	97	30.50	106	33.33	31	9.75	23	7.23					3.45	ปานกลาง
	กลาง	0	0.00	13	65.00	5	25.00	1	5.00	1	5.00					3.50	มาก
	อีสาน	6	16.67	9	25.00	17	47.22	4	11.11	0	0.00					3.47	ปานกลาง
	ใต้	2	40.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00					4.40	มาก
5. มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	เหนือ	83	26.10	119	37.42	92	28.93	15	4.72	9	2.83					3.79	มาก
	กลาง	0	0.00	7	35.00	11	55.00	1	5.00	1	5.00					3.20	ปานกลาง
	อีสาน	7	19.44	7	19.44	22	61.11	0	0.00	0	0.00					3.58	มาก
	ใต้	3	60.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00					4.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม														3.75	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม														3.83	มาก		

จากตารางที่ 48 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการเรื่องความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่าอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกภูมิภาคมีความจำเป็นบริการรับฝากข้อความ มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคใต้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคอีสานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ความสำคัญต่อบริการบริการรับเรื่องร้องเรียนจำนวนมาก

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	การศึกษา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	ป.1 - ป.6	1	20.00	1	20.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
	ม.1 - ม.6	47	23.04	66	32.35	84	41.18	6	2.94	1	0.49	1	0.49	1	0.49	3.75	มาก
	ปวช. - ปวส	27	19.71	50	36.50	50	36.50	7	5.11	3	2.19	3	2.19	3	2.19	3.66	มาก
	ป.ตรี	10	30.30	10	30.30	12	36.36	1	3.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.88	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้องน้ำเสีย	ป.1 - ป.6	1	20.00	2	40.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.80	มาก
	ม.1 - ม.6	87	42.65	69	33.82	47	23.04	1	0.49	1	0.49	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	ปวช. - ปวส	50	36.50	64	46.72	21	15.33	1	0.73	1	0.73	1	0.73	1	0.73	4.15	มาก
	ป.ตรี	22	66.67	6	18.18	5	15.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.25	มาก
3. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	ป.1 - ป.6	3	60.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
	ม.1 - ม.6	78	38.24	83	40.69	39	19.12	3	1.47	1	0.49	1	0.49	1	0.49	4.15	มาก
	ปวช. - ปวส	63	45.99	50	36.50	21	15.33	1	0.73	2	1.46	2	1.46	2	1.46	4.25	มาก
	ป.ตรี	16	48.48	13	39.39	2	6.06	2	6.06	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.30	มาก
																4.20	มาก

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	ป.1 - ป.6	1	20.00	1	20.00	3	60.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.60	มาก
	ม.1 - ม.6	41	20.10	63	30.88	80	39.22	14	6.86	14	6.86	6	2.94	6	2.94	3.58	มาก
	ปวช. - ปวส	22	16.06	54	39.42	42	30.66	15	10.95	15	10.95	4	2.92	4	2.92	3.55	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	12	36.36	9	27.27	1	3.03	1	3.03	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก
5. การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	ป.1 - ป.6	0	0.00	1	20.00	4	80.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.20	มาก
	ม.1 - ม.6	41	20.10	57	27.94	73	35.78	19	9.31	19	9.31	14	6.86	14	6.86	3.45	ปานกลาง
	ปวช. - ปวส	21	15.33	48	35.04	41	29.93	17	12.41	17	12.41	10	7.30	10	7.30	3.39	ปานกลาง
	ป.ตรี	7	21.21	16	48.48	10	30.30	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.91	มาก
6. มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์	ป.1 - ป.6	0	0.00	3	60.00	1	20.00	1	20.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	3.40	มาก
	ม.1 - ม.6	44	21.57	73	35.78	73	35.78	7	3.43	7	3.43	7	3.43	7	3.43	3.69	มาก
	ปวช. - ปวส	38	27.74	45	32.85	43	31.39	8	5.84	8	5.84	3	2.19	3	2.19	3.78	มาก
	ป.ตรี	11	33.33	14	42.42	8	24.24	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก
																3.75	มาก
																3.83	มาก

ค่าเฉลี่ยรวม

จากตารางที่ 49 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการเรื่องความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ การมีบริการรักษาความปลอดภัย การมีบริการรับฝากข้อความ มีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์อยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา

การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มีการศึกษาในระดับ ป.1-ป.6 ให้ความสำคัญให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และพนักงานที่มีการศึกษาในระดับปานกลาง โดยพนักงานสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมเฉลี่ยพบว่าพนักงานจำนวนมากให้ความสำคัญต่อบริการบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความจำเป็นด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
	รายได้ต่อเดือน (บาท)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน			ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
1. ความรวดเร็วในการทำสัญญาเช่า	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	3,001 – 5,000	31	25.00	33	26.61	59	47.58	1	0.81	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.76	มาก	
	5,001 – 7,000	34	21.94	50	32.26	59	38.06	10	6.45	2	1.29	2	1.29	2	1.29	3.67	มาก	
	7,001 – 9,000	10	16.39	29	47.54	20	32.79	1	1.64	1	1.64	1	1.64	1	1.64	3.75	มาก	
	9,001 – 11,000	6	28.57	7	33.33	7	33.33	0	0.00	0	0.00	1	4.76	1	4.76	3.81	มาก	
	11,001 – 13,000	1	9.09	6	54.55	2	18.18	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.55	มาก	
	13,001 – 15,000	1	33.33	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.67	มาก	
	มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก	
																	3.73	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ห้างน้ำเสีย	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	3,001 – 5,000	60	48.39	39	31.45	25	20.16	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.28	มาก	
	5,001 – 7,000	52	33.55	69	44.52	31	20.00	2	1.29	1	0.65	1	0.65	1	0.65	4.09	มาก	
	7,001 – 9,000	25	40.98	24	39.34	12	19.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.21	มาก	
	9,001 – 11,000	12	57.14	5	23.81	4	19.05	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.38	มาก	
	11,001 – 13,000	4	36.36	4	36.36	3	27.27	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.09	มาก	
	13,001 – 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
																	4.21	มาก



ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือน จำนวนตามรายเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด											
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
3. การมีบริการรักษาความปลอดภัย	รายได้ต่อเดือน (บาท)																			
	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	3,001 - 5,000	54	43.55	46	37.10	24	19.35	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.24	มาก	
	5,001 - 7,000	62	40.00	62	40.00	26	16.77	2	1.29	2	1.29	3	1.94	0	0.00	0	0.00	4.15	มาก	
	7,001 - 9,000	22	36.07	27	44.26	10	16.39	2	3.28	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.13	มาก	
	9,001 - 11,000	10	47.62	7	33.33	4	19.05	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.29	มาก	
	11,001 - 13,000	7	63.64	4	36.36	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.64	มากที่สุด	
	13,001 - 15,000	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.00	ปานกลาง	
	มากกว่า 15,000	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
																			4.20	มาก
4. การมีบริการรับฝากข้อความ	ต่ำกว่า 3,000	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5.00	มากที่สุด	
	3,001 - 5,000	27	21.77	40	32.26	46	37.10	7	5.65	4	3.23	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.64	มาก	
	5,001 - 7,000	22	14.19	57	36.77	54	34.84	17	10.97	5	3.23	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.48	ปานกลาง	
	7,001 - 9,000	9	14.75	23	37.70	22	36.07	6	9.84	1	1.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.54	มาก	
	9,001 - 11,000	9	42.86	3	14.29	9	42.86	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.00	มาก	
	11,001 - 13,000	5	45.45	3	27.27	3	27.27	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.18	มาก	
	13,001 - 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก	
	มากกว่า 15,000	1	33.33	2	66.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.33	มาก	
																			3.61	มาก





ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลความต้องการต่อปัจจัยเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานใน  
นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามสีของห้องพักที่ต้องการ

สีของห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
สีขาว	192	50.7
สีเทา	57	15.0
สีฟ้า	107	28.2
สีชมพู	23	6.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการห้องพักสีขาวคิดเป็นร้อยละ 50.7 ห้องพักสีฟ้า  
คิดเป็นร้อยละ 28.2 ห้องพักสีเทาคิดเป็นร้อยละ 15.0 และห้องพักสีชมพูคิดเป็นร้อยละ 6.1

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำที่ต้องการ

ประเภทสุขภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชักโครก	165	43.5
ส้วมนั่ง	214	56.5
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำเป็นแบบส้วมนั่งคิดเป็น  
ร้อยละ 56.5 และแบบชักโครกคิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทเตียงภายในห้องพักที่ต้องการ

ประเภทเตียง	จำนวน	ร้อยละ
เตียงเดี่ยว	116	30.6
เตียงคู่	263	69.4
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการเตียงภายในห้องพักเป็นเตียงคู่คิดเป็นร้อยละ 69.4 และเตียงเดี่ยวคิดเป็นร้อยละ 30.6

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทของโทรศัพท์ในห้องพักที่ต้องการ

ประเภทโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
โทรได้เฉพาะในพื้นที่เดียวกัน	28	7.4
สามารถโทรทางไกลได้	315	83.1
ไม่มีโทรศัพท์ในห้องแต่มีโทรศัพท์สาธารณะในบริเวณที่พัก	36	9.5
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 54 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการโทรศัพท์ในห้องพักเป็นแบบที่สามารถโทรทางไกลได้คิดเป็นร้อยละ 83.1 ไม่มีโทรศัพท์ในห้องแต่มีโทรศัพท์สาธารณะในบริเวณที่พักคิดเป็นร้อยละ 9.5 และโทรได้เฉพาะในพื้นที่เดียวกันคิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่ต้องการ

เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
เตียง	366	19.7
ตู้เสื้อผ้า	365	19.7
โต๊ะเครื่องแป้ง	252	13.6
เก้าอี้	164	8.8
ชั้นวางของ	254	13.5
โต๊ะอาหาร	74	4.0
โทรทัศน์	209	11.3
ตู้เย็น	168	9.1
พัดลม	7	0.4
รวม	1,856	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 379 คน

จากตารางที่ 55 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการเตียงนอนในห้องพักได้คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตู้เสื้อผ้าคิดเป็นร้อยละ 19.7 โต๊ะเครื่องแป้งคิดเป็นร้อยละ 13.6 ชั้นวางของคิดเป็นร้อยละ 13.5 โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตู้เย็นคิดเป็นร้อยละ 9.1 เก้าอี้คิดเป็นร้อยละ 8.8 โต๊ะอาหารคิดเป็นร้อยละ 4.0 และพัดลมคิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามค่าเช่ารายเดือนต่อห้องที่ต้องการ

ค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 800 บาท	17	4.5
801-1,000 บาท	132	34.5
1,001-1,200 บาท	167	44.1
1,201-1,400 บาท	37	9.8
1,401-1,600 บาท	23	6.4
1,601-1,800 บาท	2	0.5
1,801-2,000 บาท	0	0.0
มากกว่า 2,000 บาท	1	0.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการค่าเช่ารายเดือนต่อห้องในราคา 1,001-1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.1 ราคา 800-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.5 ราคา 1,201-1,400 บาทคิดเป็นร้อยละ 9.8 ราคา 1,401-1,600 บาทคิดเป็นร้อยละ 6.4 ราคาต่ำกว่า 800 บาทคิดเป็นร้อยละ 4.5 ราคา 1,601-1,800 บาทคิดเป็นร้อยละ 0.5 และราคามากกว่า 2,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดที่ต้องการ

การผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเดือนละครั้ง	338	89.2
จ่ายเดือนละ 2 ครั้ง	41	10.8
จ่ายเดือนละ 4 ครั้ง	0	0.0
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าเช่าเดือนละครั้งคิดเป็นร้อยละ 89.2 และชำระค่าเช่าเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าที่ต้องการ

การจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน	368	97.1
จ่ายล่วงหน้า 2 เดือน	6	1.6
จ่ายล่วงหน้า 3 เดือน	0	0.0
จ่ายล่วงหน้า 4 เดือน	1	0.3
ไม่ต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า	4	1.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือนคิดเป็นร้อยละ 97.1 จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือนคิดเป็นร้อยละ 1.6 ไม่ต้องการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าคิดเป็นร้อยละ 1.1 และจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 4 เดือนคิดเป็นร้อยละ 0.3



ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทการชำระค่าน้ำที่ต้องการ

ประเภทการชำระค่าน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	139	36.7
แบบคิดมิเตอร์	240	63.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 59 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าน้ำโดยใช้มิเตอร์วัดคิดเป็นร้อยละ 63.3 และแบบเหมาจ่ายต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 36.7

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทการชำระค่าไฟฟ้าที่ต้องการ

ประเภทการชำระค่าไฟฟ้า	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	61	16.1
แบบคิดมิเตอร์	318	83.9
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าไฟฟ้าโดยใช้มิเตอร์วัดคิดเป็นร้อยละ 83.9 และแบบเหมาจ่ายต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 16.1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทที่พักอาศัยรายเดือน

ประเภทที่พักอาศัยรายเดือน	จำนวน	ร้อยละ
หอพัก	290	76.5
บ้านเช่า	59	15.6
อพาร์ทเมนต์ คอร์ต	30	7.9
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 61 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในหอพักคิดเป็นร้อยละ 76.5 บ้านเช่าคิดเป็นร้อยละ 15.6 และอพาร์ทเมนต์ คอร์ตคิดเป็นร้อยละ 7.9

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามผู้ร่วมพักอาศัย

ผู้ร่วมพักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว (ญาติพี่น้อง)	55	14.5
เพื่อน	139	36.7
สามี ภรรยา	94	24.8
คนเดียว	91	24.0
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 62 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 36.7 อาศัยอยู่กับสามี ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 24.8 อยู่คนเดียวคิดเป็นร้อยละ 24.0 และอาศัยอยู่กับคนในครอบครัว (ญาติพี่น้อง) คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยในที่พักอาศัยปัจจุบัน

ระยะเวลาที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	170	44.9
1-3 ปี	160	42.2
3-5 ปี	25	6.6
มากกว่า 5 ปี	24	6.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 63 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่พักอาศัยในที่พักอาศัยปัจจุบันเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.9 พักอาศัยเป็นระยะเวลา 1-3 ปีคิดเป็นร้อยละ 42.2 พักอาศัยเป็นระยะเวลา 3-5 ปีคิดเป็นร้อยละ 6.6 และพักอาศัยเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีคิดเป็นร้อยละ 6.6

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามค่าเช่ารายเดือนต่อห้องในปัจจุบัน

ค่าเช่ารายเดือนต่อห้อง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 800 บาท	5	1.3
801-1,000 บาท	67	17.7
1,001-1,200 บาท	160	42.2
1,201-1,400 บาท	97	25.6
1,401-1,600 บาท	37	9.8
1,601-1,800 บาท	1	0.3
1,801-2,000 บาท	3	0.8
มากกว่า 2,000 บาท	9	2.4
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 64 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่จ่ายค่าเช่ารายเดือนต่อห้องในราคา 1,001-1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.2 ราคา 1,201-1,400 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.6 ราคา 801-1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 17.7 ราคา 1,401-1,600 บาทคิดเป็นร้อยละ 9.8 ราคามากกว่า 2,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 2.4 ราคาต่ำกว่า 800 บาทคิดเป็นร้อยละ 1.3 ราคา 1,801-2,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 0.8 และราคา 1,601-1,800 บาทคิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทการชำระค่าน้ำในปัจจุบัน

ประเภทการชำระค่าน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	114	38.0
แบบคิดมิเตอร์	166	43.8
ฟรี	69	18.2
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 65 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ชำระค่าน้ำโดยใช้มิเตอร์วัดคิดเป็นร้อยละ 43.8 แบบเหมาจ่ายต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 38.0 และไม่เสียค่าน้ำคิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามประเภทการชำระค่าไฟฟ้าในปัจจุบัน

ประเภทการชำระค่าไฟฟ้า	จำนวน	ร้อยละ
แบบเหมาจ่าย	12	3.2
แบบคิดมิเตอร์	367	96.8
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 66 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ชำระค่าไฟฟ้าโดยใช้มิเตอร์วัดคิดเป็นร้อยละ 96.8 และแบบเหมาจ่ายต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามค่าบริการโทรศัพท์ที่ใช้ในห้องพักต่อครั้ง

ค่าบริการ โทรศัพท์ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
4 บาท	28	7.4
5 บาท	266	70.2
6 บาท	25	6.6
อื่นๆ (3 บาท)	6	1.6
ไม่มีโทรศัพท์	54	14.2
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 67 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่จ่ายค่าบริการโทรศัพท์ 5 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 70.2 จ่าย 4 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 7.4 จ่าย 6 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 6.6 จ่าย 3 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.6 และไม่มีโทรศัพท์ในห้องพักคิดเป็นร้อยละ 14.2

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามสาเหตุของการย้ายที่พักอาศัยรายเดือน

สาเหตุของการย้ายที่พักอาศัยรายเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักไม่สะอาด	42	8.7
ห้องพักและห้องน้ำทรมโทรม	34	7.1
ห้องพักแคบ	57	11.9
ค่าเช่ารายเดือนแพง	41	8.5
ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพง	62	12.9
ไม่สะดวกในการเดินทาง	53	11.0
ไม่มีที่จอดรถ	36	7.5
ถูกรบกวนจากห้องอื่น	69	14.3
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พัก	34	7.1
ไม่มีความปลอดภัยในการพัก	44	9.1
ย้ายตามเพื่อน ไม่มีเหตุผลส่วนตัว	9	1.9
รวม	481	100.0

หมายเหตุ : จากจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 123 คน ที่มีการย้ายหอพักในระยะเวลา 1 ปี

จากตารางที่ 68 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ย้ายที่พักอาศัยเนื่องจากถูกรบกวนจากห้องอื่นคิดเป็นร้อยละ 14.3 ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพงคิดเป็นร้อยละ 12.9 ห้องพักแคบคิดเป็นร้อยละ 11.9 ไม่สะดวกในการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 11.0 ไม่มีความปลอดภัยในการพักคิดเป็นร้อยละ 9.1 ที่พักไม่สะอาดคิดเป็นร้อยละ 8.7 ค่าเช่ารายเดือนแพงคิดเป็นร้อยละ 8.5 ไม่มีที่จอดรถคิดเป็นร้อยละ 7.5 ห้องพักและห้องน้ำทรมโทรม และไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พักคิดเป็นร้อยละ 7.1 และย้ายตามเพื่อนไม่มีเหตุผลส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามสื่อและแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับที่พักอาศัยรายเดือน

สื่อและแหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	9	2.0
วิทยุ	8	1.8
ป้ายโฆษณา	102	22.4
มีคนแนะนำ	322	70.6
หาข้อมูลเอง	15	3.3
รวม	456	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 379 คน

จากตารางที่ 69พบว่าพนักงานส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าที่พักอาศัยรายเดือนจากการแนะนำของผู้อื่นคิดเป็นร้อยละ 70.6 จากป้ายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 22.4 หาข้อมูลเองคิดเป็นร้อยละ 3.3 จากหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 2.0 และจากวิทยุคิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานจำแนกตามปัญหาที่ประสบในปัจจุบันในการเช่าที่พักอาศัยรายเดือน

ปัญหาที่ประสบ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักไม่สะอาด	113	8.3
ห้องพักแคบ	153	11.2
สภาพห้องเก่า ทรุดโทรม	98	7.2
สุขภัณฑ์เก่า ชำรุด	74	5.4
ค่าเช่ารายเดือนแพง	179	13.1
ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพง	179	13.1
ไม่สะดวกในการเดินทาง ใกล้	112	8.2
ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ	90	6.6
ถูกรบกวนจากห้องอื่น เช่นเสียงดัง	208	15.2
ไม่มีความปลอดภัยในการพัก	102	7.5
ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พัก	57	4.2
รวม	1365	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 379 คน

จากตารางที่ 70 พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ประสบปัญหาการถูกรบกวนจากห้องอื่นคิดเป็นร้อยละ 15.2 ค่าเช่ารายเดือนและค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแพงคิดเป็นร้อยละ 13.1 ห้องพักแคบคิดเป็นร้อยละ 11.2 ที่พักไม่สะอาดคิดเป็นร้อยละ 8.3 ไม่สะดวกในการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 8.2 ไม่มีความปลอดภัยในการพักคิดเป็นร้อยละ 7.5 สภาพห้องเก่า ทรุดโทรมคิดเป็นร้อยละ 7.2 ไม่มีที่จอดรถเพียงพอคิดเป็นร้อยละ 6.6 สุขภัณฑ์เก่า ชำรุดคิดเป็นร้อยละ 5.4 และไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากเจ้าของที่พักคิดเป็นร้อยละ 4.2