

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2-15)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 16-23)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการอพาร์ทเมนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเช่าอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 24-30)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 31-52)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	137	45.7
หญิง	163	54.3
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.3 เป็นเพศชาย ร้อยละ 45.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	31	10.3
20-30 ปี	142	47.4
31-40 ปี	66	22.0
41-50 ปี	37	12.3
50 ปีขึ้นไป	24	8.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 47.4 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี ร้อยละ 22.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 12.3 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 10.3 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	158	52.7
สมรส	139	46.3
หย่าร้าง	3	1.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 46.3 และหย่าร้าง ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	15	5.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	24	8.0
ปวส.หรืออนุปริญญา	76	25.3
ปริญญาตรี	167	55.7
สูงกว่าปริญญาตรี	18	6.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 25.3 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 8.0 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.0 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	48	16.0
ข้าราชการ	37	12.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	9.3
พนักงานบริษัทเอกชน	103	34.4
ธุรกิจส่วนตัว	68	22.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16	5.3
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 34.4 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.7 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 16.0 ข้าราชการ ร้อยละ 12.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.3 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	32	10.7
5,000 - 10,000 บาท	70	23.4
10,001 - 15,000 บาท	66	22.0
15,001 - 20,000 บาท	43	14.3
20,001 - 25,000 บาท	43	14.3
25,000 บาทขึ้นไป	46	15.3
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 5,000 - 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 23.4 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 22.0 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 15.3 15,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 25,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 14.3 และต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 10.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนาอยู่

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	102	34.0
ภาคตะวันออก	21	7.0
ภาคตะวันตก	21	7.0
ภาคใต้	37	12.3
ภาคเหนือ	89	29.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30	10.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ ภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ภาคเหนือ ร้อยละ 29.7 ภาคใต้ ร้อยละ 12.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 10.0 ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทาง  
มาที่จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	180	60.0
เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า	72	24.0
เพื่อปฏิบัติงานราชการ	26	8.7
เพื่อศึกษาค้นคว้า	42	14.0
เพื่อประชุมสัมมนา	57	19.0
อื่นๆ	6	2.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เยี่ยมญาติที่ป่วย (2 คน) มาเที่ยวและเยี่ยมเพื่อน (3 คน) มาหาคู่ครอง (1 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ร้อยละ 24.0 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 19.0 เพื่อศึกษาค้นคว้า ร้อยละ 14.0 เพื่อปฏิบัติงานราชการ ร้อยละ 8.7 และอื่นๆ ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่ต่อครั้ง

จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	97	32.3
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 5 คน	167	55.7
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คน ขึ้นไป	36	12.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ต่อครั้ง คือ เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 5 คน ร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 32.3 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คน ขึ้นไป ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก ส่วนใหญ่ต่อครั้ง

ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลา 1 คืน	22	7.3
ระยะเวลา 2-3 คืน	175	58.3
ระยะเวลา 4-5 คืน	74	24.7
อื่นๆ	29	9.7
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มากกว่า 10 คืน (18 คน) ไม่มีกำหนด (2 คน) 15 คืน (3 คน) ไม่นานอน (1 คน)

1 เดือน (5 คน)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่ต่อครั้งคือ ระยะเวลา 2-3 คืน ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ระยะเวลา 4-5 คืน ร้อยละ 24.7 อื่นๆ ร้อยละ 9.7 ระยะเวลา 1 คืน ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจองห้องพักก่อนเข้าพัก

การจองห้องพักก่อนเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
จอง	144	48.0
ไม่จอง	156	52.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการจองห้องพักก่อนเข้าพัก ร้อยละ 52.0 และจองห้องพักก่อนเข้าพัก ร้อยละ 48.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ราคาห้องพักที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	113	37.7
500 - 600 บาท	101	33.7
601 - 700 บาท	28	9.2
701 - 800 บาท	50	16.7
อื่นๆ	8	2.7
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

อื่นๆ ได้แก่ 1,000 บาท (5 ราย) 1,100-1,200 บาท (3 ราย)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายราคาห้องพักที่ใช้บริการอยู่ในช่วงราคาต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ 500 - 600 บาท ร้อยละ 33.7 701 - 800 บาท ร้อยละ 16.7 601 - 700 บาท ร้อยละ 9.2 และอื่นๆ ร้อยละ 2.7



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พัก

ผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	154	51.4
ผู้ร่วมเดินทาง	58	19.3
บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	45	15.0
บริษัทการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	19	6.3
ญาติ/เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้	24	8.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พัก คือ ตัดสินใจเอง ร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 19.3 บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 15.0 ญาติ/เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้ ร้อยละ 8.0 และบริษัทการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลหรือการรู้จัก  
อพาร์ทเมนต์

แหล่งข้อมูลหรือการรู้จักอพาร์ทเมนต์	จำนวน	ร้อยละ
ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	187	62.3
อินเทอร์เน็ต	83	27.7
ใบปลิว โฆษณา/แผ่นพับ	34	11.3
นิตยสาร	63	21.0
หนังสือแนะนำ	65	21.7
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	58	19.3
บริษัทท่องเที่ยว	52	17.3
อื่นๆ	21	7.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ หาเอง (10 คน) เดินทางผ่านแล้วเห็น (3 คน) ป้ายโฆษณา (13 คน) บริษัทจัดให้ (1 คน) โกลด์ธุรกิจที่จะดำเนินการ (1 คน) ขับรถไปดูสถานที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ใกล้ที่ประชุมสัมมนา (1 คน) ขับรถผ่าน (1 คน) ศึกษาเอง (1 คน)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลหรือการรู้จัก  
อพาร์ทเมนต์คือ ญาติหรือเพื่อนแนะนำ ร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 27.7  
หนังสือแนะนำ ร้อยละ 21.7 นิตยสาร ร้อยละ 21.0 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 19.3  
บริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 17.3 ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ ร้อยละ 11.3 และอื่นๆ ร้อยละ 7.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์  
ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความสะอาดของห้องพัก	215 (71.6)	80 (26.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70 (มากที่สุด)
ห้องพักตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ เรียบร้อย	58 (19.3)	186 (62.0)	56 (18.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	27 (9.0)	191 (63.7)	82 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82 (มาก)
ห้องพักมีไฟฟ้าและแสงสว่างเพียงพอ	40 (13.3)	204 (68.0)	51 (17.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.93 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ	53 (17.7)	223 (74.3)	24 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)
ขนาดของเตียงนอนเหมาะสม	52 (17.3)	202 (67.3)	41 (13.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.00 (มาก)
ขนาดของห้องน้ำเหมาะสม	51 (17.0)	185 (61.7)	55 (18.3)	9 (3.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)
ความสบายของที่นอนไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป	120 (40.0)	144 (48.0)	31 (10.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.25 (มาก)
มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ	85 (28.3)	186 (62.0)	29 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)
ห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดตัว สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ	71 (23.7)	187 (62.3)	33 (11.0)	4 (1.3)	5 (1.7)	4.05 (มาก)
มีน้ำเปล่า พร้อมแก้วสะอาด	34 (11.3)	215 (71.7)	47 (15.7)	4 (1.3)	0 (0.0)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การทำงานของเครื่องปรับอากาศ ในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม	86 (28.7)	186 (62.0)	19 (6.3)	4 (1.3)	5 (1.7)	4.15 (มาก)
มีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI	86 (28.7)	124 (41.3)	52 (17.3)	33 (11.0)	5 (1.7)	3.84 (มาก)
มีเคเบิลทีวี	33 (11.0)	214 (71.3)	48 (16.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.92 (มาก)
มีทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ว่าง บริการในห้องพัก	42 (14.0)	139 (46.3)	92 (30.7)	22 (7.3)	5 (1.7)	3.64 (มาก)
บริการ ซัก อบ รีด	4 (1.3)	68 (22.7)	187 (62.3)	36 (12.0)	5 (1.7)	3.10 (ปานกลาง)
บริการห้องอาหาร	15 (5.0)	72 (24.0)	190 (63.3)	18 (6.0)	5 (1.7)	3.25 (ปานกลาง)
บริการรับ-ส่งโทรสาร (FAX)	20 (6.7)	50 (16.6)	177 (59.0)	30 (10.0)	23 (7.7)	3.05 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.88</b> (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.70) และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) การทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดตัว สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ห้องพักตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ขนาดของเตียง

นอนเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ห้องพักมีไฟฟ้าและแสงสว่าง เพียงพอ ขนาดของห้องน้ำ  
เหมาะสม และมีน้ำเปล่า พร้อมแก้วสะอาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีเคเบิลทีวี (ค่าเฉลี่ย 3.92) มี  
อินเทอร์เน็ตระบบ WIFI (ค่าเฉลี่ย 3.84) ขนาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีทีวี นิตยสาร  
หนังสือพิมพ์ ไว้บริการในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปาน  
กลางได้แก่ บริการห้องอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.25) บริการ ชัก อบ ริด (ค่าเฉลี่ย 3.10) บริการรับ-ส่ง  
โทรสาร (FAX) (ค่าเฉลี่ย 3.05)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อัตราค่าห้องพัก	214 (71.3)	86 (28.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71 (มากที่สุด)
อัตราค่าอาหาร	19 (6.3)	100 (33.4)	168 (56.0)	13 (4.3)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการซักรีด	7 (2.3)	105 (35.0)	156 (52.0)	27 (9.0)	5 (1.7)	3.27 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับส่งตามสถานที่ ต่างๆ	24 (8.0)	106 (35.3)	138 (46.0)	27 (9.0)	5 (1.7)	3.39 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	73 (24.3)	178 (59.4)	49 (16.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)
รูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต	107 (35.7)	119 (39.7)	64 (21.3)	10 (3.3)	0 (0.0)	4.08 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.08) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราค่าอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.42) อัตราค่าบริการรับส่งตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.39) และอัตราค่าบริการซักรีด (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ลิขสิทธิ์ในเอกสารนี้เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
Copyright © by Rajabhat Ramphang Mar University  
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก	206 (68.7)	85 (28.3)	9 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66 (มากที่สุด)
ใกล้แหล่งชุมชน	89 (29.7)	162 (54.0)	49 (16.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)
ใกล้แหล่งจ่ายซื้อของ	93 (31.0)	139 (46.3)	63 (21.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.07 (มาก)
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	85 (28.4)	153 (51.0)	58 (19.3)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.06 (มาก)
ใกล้สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน	43 (14.3)	181 (60.3)	62 (20.7)	9 (3.0)	5 (1.7)	3.83 (มาก)
ที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ	134 (44.7)	138 (46.0)	24 (8.0)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.34 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ และ โทรสาร (FAX)	49 (16.3)	167 (55.7)	70 (23.3)	9 (3.0)	5 (1.7)	3.82 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/ อีเมล	61 (20.3)	162 (54.0)	62 (20.7)	10 (3.3)	5 (1.7)	3.88 (มาก)
เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	168 (56.0)	94 (31.3)	38 (12.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43 (มาก)
มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวก สะดวกในการจอดรถ	152 (50.7)	114 (38.0)	34 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.16 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.66) และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ใกล้เคียงชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ใกล้เคียงจับจ่ายซื้อของ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.06) สะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.88) ใกล้เคียงสถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.83) สะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ และ โทรสาร (FAX) (ค่าเฉลี่ย 3.82)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณาทางวิทยุ	40 (13.3)	83 (27.7)	164 (54.6)	8 (2.7)	5 (1.7)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางทีวี	15 (5.0)	78 (26.0)	194 (64.6)	8 (2.7)	5 (1.7)	3.30 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	15 (5.0)	117 (39.0)	150 (50.0)	13 (4.3)	5 (1.7)	3.41 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย	28 (9.3)	188 (62.7)	84 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)
การโฆษณาทางเว็บไซต์	61 (20.3)	154 (51.3)	75 (25.0)	5 (1.7)	5 (1.7)	3.87 (มาก)
การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับ แขกที่เข้าพักประจำ	119 (39.7)	157 (52.3)	19 (6.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.30 (มาก)
ไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืน ห้องช้า	108 (36.0)	145 (48.3)	42 (14.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.19 (มาก)
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็น ส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก	129 (43.0)	139 (46.3)	27 (6.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
ลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรอง ห้องพักล่วงหน้า	90 (30.0)	173 (57.7)	37 (12.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)
อัตราค่าห้องพักราคาประหยัด แบบอัตราเหมาต่อเดือน	66 (22.0)	100 (33.3)	125 (41.7)	9 (3.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)
พนักงานแนะนำการให้บริการ	68 (22.6)	177 (59.0)	50 (16.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.03 (มาก)
แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี	47 (15.7)	143 (47.6)	105 (35.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.77 (มาก)
สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อ สอบถามเกี่ยวกับบริการได้	63 (21.0)	151 (50.3)	86 (28.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.31) การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) ลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานแนะนำการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) การโฆษณาทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.77) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.48) การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) การโฆษณาทางทีวี (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	52 (17.3)	209 (69.7)	34 (11.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.03 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ	71 (23.7)	200 (66.6)	24 (8.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.12 (มาก)
พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	90 (30.0)	176 (58.6)	29 (9.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	99 (33.0)	182 (60.7)	19 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความอ่อนน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	136 (45.3)	164 (54.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45 (มาก)
พนักงานต้อนรับแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เหมาะสม	77 (25.7)	200 (66.6)	23 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้าหรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น	119 (39.6)	135 (45.0)	41 (13.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.23 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	90 (30.0)	177 (59.0)	28 (9.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า	147 (49.0)	153 (51.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49 (มาก)
พนักงานต้อนรับให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	128 (42.7)	152 (50.6)	20 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)
มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง	151 (50.3)	111 (37.0)	38 (12.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)
พนักงานทำความสะอาดมีกิริยามารยาทดีและแต่งกายเหมาะสม	122 (40.7)	168 (56.0)	10 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานรักษาความปลอดภัยมี กิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและ กระตือรือร้นในการให้บริการ	154 (51.3)	141 (47.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.29 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานทำความสะอาดมีกิริยามารยาทดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานต้อนรับให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานต้อนรับแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานต้อนรับมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	112 (37.3)	169 (56.4)	19 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพัก ไม่ยุ่งยาก	111 (37.0)	165 (55.0)	24 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)
ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก	89 (29.7)	187 (62.3)	24 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)
ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า	81 (27.0)	195 (65.0)	24 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)
ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต	102 (34.0)	145 (48.3)	53 (17.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)
ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ	73 (24.3)	204 (68.0)	23 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.22 (มาก)</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ป้ายชื่อของอพาร์ทเมนต์มองเห็น ได้ชัดเจน	113 (37.7)	159 (53.0)	28 (9.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของ อพาร์ทเมนต์	116 (38.7)	163 (54.3)	21 (7.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.32 (มาก)
ความสะอาดของบริเวณสถานที่ โดยรวม	107 (35.7)	180 (60.0)	13 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
ความสวยงามของบริเวณสถานที่ โดยรวม	84 (28.0)	190 (63.3)	26 (8.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักที่ ให้บริการ ( ลักษณะการจัด ห้องนอน การตกแต่งห้อง ที่เป็นเอกลักษณ์)	96 (32.0)	169 (56.3)	35 (11.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)
การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก	216 (72.0)	80 (26.7)	4 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71 (มากที่สุด)
ความมิดชิด/ปลอดภัย ของ ห้องพัก	222 (74.0)	74 (24.7)	4 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)
การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พัก	58 (19.3)	185 (61.7)	57 (19.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)
ชุดแต่งกายของพนักงานที่เป็น เอกลักษณ์	40 (13.3)	173 (57.7)	87 (29.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำที่ ให้บริการ	184 (61.3)	112 (37.4)	4 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)
ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	194 (64.7)	97 (32.3)	9 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 (มากที่สุด)
ระบบกล้องวงจรปิด	172 (57.3)	101 (33.7)	23 (7.7)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.47 (มาก)



ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์	48 (16.0)	156 (52.0)	83 (27.7)	13 (4.3)	0 (0.0)	3.80 (มาก)
มีห้องรับรองส่วนกลางไว้บริการ	104 (34.7)	133 (44.3)	58 (19.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.30 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความมิดชิด/ปลอดภัย ของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.73) การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.62) ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ระบบกล้องวงจรปิด (ค่าเฉลี่ย 4.47) ภาพพจน์และชื่อเสียงของอพาร์ทเมนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.31) ป้ายชื่อของอพาร์ทเมนต์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) การตกแต่งภายในห้องพักที่ให้บริการ (ลักษณะการจัดห้องนอน การตกแต่งห้อง ที่เป็นเอกลักษณ์) (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีห้องรับรองส่วนกลางไว้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ชุดแต่งกายของพนักงานที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.30	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.29	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.22	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	4.16	มาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.88	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.83	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ



### ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการอพาร์ทเมนต์

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ห้องพักมีกลิ่นอับ	75	25.0
โทรทัศน์ไม่ชัด	73	24.3
ที่นอนแข็งหรือนุ่มเกินไป นอนไม่สบาย	70	23.3
ห้องพักไม่สะอาด	65	21.7
ไม่มีผ้าขนหนู หรือผ้าขนหนูไม่น่าใช้	62	20.7
โทรศัพท์เสีย	60	20.0
ห้องน้ำชำระ	47	15.7
ห้องน้ำแคบ	46	15.3
ห้องไม่เก็บเสียง	43	14.3
ห้องพักมืด แสงสว่างไม่เพียงพอ	39	13.0
ห้องพักแคบ อึดอัด	37	12.3
แอร์ไม่เย็น	37	12.3
ไม่มีสบู่ แชมพู กระจายชำระในห้องน้ำ	35	11.7
ห้องพักตกแต่งไม่ดี	29	9.7
ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเช่น โต๊ะ เก้าอี้ทำงาน โซฟา	28	9.3
อาหารไม่อร่อย	25	8.3
เตียงนอนเล็กเกินไป	22	7.3
น้ำไม่ร้อน	12	4.0
น้ำร้อนเกินไป	4	1.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ห้องพักมีกลิ่นอับ ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ โทรทัศน์ไม่ชัด ร้อยละ 24.3 ที่นอนแข็งหรือนุ่มเกินไป นอนไม่สบาย ร้อยละ 23.3 ห้องพักไม่สะอาด ร้อยละ 21.7 ไม่มีผ้าขนหนู หรือผ้าขนหนูไม่น่าใช้ ร้อยละ 20.7 โทรศัทพ์เสีย ร้อยละ 20.0 ห้องน้ำชำระ ร้อยละ 15.7 ห้องน้ำแคบ ร้อยละ 15.3 ห้องไม่เก็บเสียง ร้อยละ 14.3 ห้องพักมืด แสงสว่างไม่เพียงพอ ร้อยละ 13.0 ห้องพักแคบ อึดอัด และแอร์ไม่เย็น เท่ากัน ร้อยละ 12.3 ไม่มีสบู์ แชมพู กระจกชำระในห้องน้ำ ร้อยละ 11.7 ห้องพักตกแต่งไม่ดี ร้อยละ 9.7 ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเช่น โต๊ะ เก้าอี้ทำงาน โซฟา ร้อยละ 9.3 อาหารไม่อร่อย ร้อยละ 8.3 น้ำไม่ร้อน ร้อยละ 4.0 และน้ำร้อนเกินไป ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
คิดค่าบริการเสริมเช่นค่าซักผ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหารในตู้เย็นแพงเกินไป	57	19.0
ไม่สามารถชำระค่าบริการโดยใช้บัตรเครดิตได้	17	5.7
คิดเงินซ้ำ	12	4.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 25 พบว่า ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ คิดค่าบริการเสริมเช่นค่าซักผ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหารในตู้เย็นแพงเกินไป ร้อยละ 19.0 รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระค่าบริการโดยใช้บัตรเครดิตได้ ร้อยละ 5.7 และคิดเงินซ้ำ ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรถรับส่งไว้บริการ	76	25.3
บริเวณที่จอดรถไม่เพียงพอ	65	21.7
ไม่สามารถเข้าไปดูข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้	21	7.0
ไม่มีข้อมูลบริการในระบบอินเทอร์เน็ต	5	1.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 26 พบว่าด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีรถรับส่งไว้บริการ ร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ บริเวณที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 21.7 ไม่สามารถเข้าไปดูข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 7.0 และไม่มีข้อมูลบริการในระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อย	52	17.3
ขาดการประชาสัมพันธ์	51	17.0
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาค่าห้องพัก	22	7.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 27 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อย ร้อยละ 17.3 รองลงมาคือ ขาดการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 17.0 และไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาค่าห้องพัก ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่บริการตลอด 24 ชั่วโมง	114	38.0
พนักงานน้อยให้บริการไม่ทั่วถึง	33	11.0
พนักงานบริการไม่ดี	24	8.0
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	22	7.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 28 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่บริการตลอด 24 ชั่วโมง ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ พนักงานน้อยให้บริการไม่ทั่วถึง ร้อยละ 11.0 พนักงานบริการไม่ดี ร้อยละ 8.0 และ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
กระบวนการให้บริการล่าช้า	36	12.0
ขั้นตอนการคืนห้องล่าช้า	21	7.0
ขั้นตอนการจองห้องพักล่วงหน้าล่าช้า	4	1.3
ขั้นตอนการชำระเงินล่าช้า	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 29 พบว่าด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือกระบวนการให้บริการล่าช้า ร้อยละ 12.0 รองลงมาคือ ขั้นตอนการคืนห้องล่าช้า ร้อยละ 7.0 และขั้นตอนการจองห้องพักล่วงหน้าล่าช้า ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เสียงดังรบกวนจากภายนอกห้อง	75	25.0
ห้องพักมีกลิ่นอับ อากาศถ่ายเทไม่สะดวก	57	19.0
รู้สึกไม่ปลอดภัย	24	8.0
ความไม่ปลอดภัยต่อของรถที่จอดไว้	14	4.7
สถานที่ไม่เป็นที่รู้จักของรถโดยสาร	12	4.0
ไม่มีห้องรับรองส่วนกลางไว้บริการ	12	4.0
ความไม่ปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย (บางรายไม่ตอบ)

จากตารางที่ 30 พบว่าด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
พบปัญหามากที่สุดคือ เสียงดังรบกวนจากภายนอกห้อง ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือห้องพักมีกลิ่น  
อับ อากาศถ่ายเทไม่สะดวก ร้อยละ 19.0 รู้สึกไม่ปลอดภัย ร้อยละ 8.0 ความไม่ปลอดภัยต่อของรถ  
ที่จอดไว้ ร้อยละ 4.7 สถานที่ไม่เป็นที่รู้จักของรถโดยสาร ร้อยละ 4.0 สถานที่ไม่เป็นที่รู้จักของรถ  
โดยสาร และไม่มีห้องรับรองส่วนกลางไว้บริการ เท่ากัน ร้อยละ 4.0

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์  
ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่า  
อพาร์ทเมนต์ ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของห้องพัก	4.76 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ห้องพักตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ เรียบร้อย	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)
ห้องพักมีไฟฟ้าและแสงสว่างเพียงพอ	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)
ขนาดของเตียงนอนเหมาะสม	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ขนาดของห้องน้ำเหมาะสม	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)
มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
ห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดเท้า สบู่ แชมพู และ กระดาษชำระ	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีน้ำเปล่า พร้อมแก้วสะอาด	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)
การทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
มีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเคเบิลทีวี	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
มีทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ไว้บริการในห้องพัก	3.72 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)
บริการ ซัก อบ รีด	3.18 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
บริการห้องอาหาร	3.28 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
บริการรับ-ส่งโทรสาร (FAX)	3.12 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.90</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.88</b> (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.86)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมาคือความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.20)



ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าห้องพัก	4.74 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
อัตราค่าอาหาร	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการซักรีด	3.36 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับส่งตามสถานที่ต่างๆ	3.47 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	4.16 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)
รูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต	4.15 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88</b> (มาก)	<b>3.78</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.78)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.74, 4.69) รองลงมาคือมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16, 4.03) และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.15, 4.02) เหมือนกัน



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก	4.71 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
ใกล้แหล่งชุมชน	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ	4.16 (มาก)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.11 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)
ใกล้สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)
ที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ	4.35 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ และโทรสาร (FAX)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทางเว็บไซต์/อีเมล	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.42 (มาก)	4.44 (มาก)	4.43 (มาก)
มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ	4.42 (มาก)	4.37 (มาก)	4.39 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.19</b> (มาก)	<b>4.14</b> (มาก)	<b>4.16</b> (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.14)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางวิทยุ	3.51 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางทีวี	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
การโฆษณาทางเว็บไซต์	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)
ไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)
ลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
อัตราค่าห้องพักราคาประหยัดแบบอัตราเหมาต่อเดือน	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)
พนักงานแนะนำการให้บริการ	3.96 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)
แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี	3.74 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)
สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.88</b> (มาก)	<b>3.87</b> (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.88)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช้า (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ การทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช้า (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.05 (มาก)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	4.26 (มาก)	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.48 (มาก)	4.43 (มาก)	4.45 (มาก)
พนักงานต้อนรับแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปาก กับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของ ลูกค้า	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.49 (มาก)
พนักงานต้อนรับให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.41 (มาก)	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)
มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	4.38 (มาก)
พนักงานทำความสะอาดมีกิริยามารยาทดีและแต่ง กายเหมาะสม	4.39 (มาก)	4.36 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มี ความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.47 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.31 (มาก)</b>	<b>4.27 (มาก)</b>	<b>4.29 (มาก)</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.27)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส(ค่าเฉลี่ย 4.48) และพนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.36 (มาก)	4.26 (มาก)	4.31 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)
ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)
ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตร เครดิต	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการ ต่างๆ	4.18 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.21 (มาก)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.21)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.21)



ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของอพาร์ทเมนต์มองเห็นได้ชัดเจน	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของอพาร์ทเมนต์	4.38 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)
ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)
ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักที่ให้บริการ (ลักษณะการจัดห้องนอนการตกแต่งห้องที่เป็นเอกลักษณ์)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)
การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก	4.74 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ความมิดชิด/ปลอดภัย ของห้องพัก	4.74 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พัก	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ชุดแต่งกายของพนักงานที่เป็นเอกลักษณ์	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ	4.61 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	4.66 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
ระบบกล้องวงจรปิด	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.47 (มาก)
ระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีห้องรับรองส่วนกลางไว้บริการ	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.32</b> (มาก)	<b>4.28</b> (มาก)	<b>4.30</b> (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32, 4.28)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือการถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก และความมิดชิด/ปลอดภัย ของห้องพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมาคือ ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.66) และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือความมิดชิด/ปลอดภัย ของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.68) และ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60)

4.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์  
ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของห้องพัก	4.63 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ห้องพักตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)
ห้องพักมีไฟฟ้าและแสง สว่างเพียงพอ	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
ขนาดของเตียงนอน เหมาะสม	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
ขนาดของห้องน้ำ เหมาะสม	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของที่นอน ไม่ แข็งหรือนุ่ม เกินไป	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้อง อาบน้ำ	4.13 (มาก)	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องอาบน้ำมีฝ้ายขนหนู ผ้าเช็ดเท้า สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ	4.19 (มาก)	3.84 (มาก)	4.21 (มาก)	3.98 (มาก)	4.15 (มาก)	3.88 (มาก)	4.05 (มาก)
มีน้ำเปล่าพร้อมแก้ว สะอาด	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
การทำงานของ เครื่องปรับอากาศใน ห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)	4.31 (มาก)	3.94 (มาก)	4.15 (มาก)
มีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	4.01 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเคเบิลทีวี	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)
มีทีวีนิตยสาร หนังสือพิมพ์ไว้บริการ ในห้องพัก	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
บริการ ชัก อบ ริด	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
บริการห้องอาหาร	3.13 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
บริการรับ-ส่งโทรสาร (FAX)	2.92 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.85</b> (มาก)	<b>3.79</b> (มาก)	<b>4.00</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.93</b> (มาก)	<b>3.85</b> (มาก)	<b>3.88</b> (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85, 3.79, 4.00, 3.86, 3.93, 3.85)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.21) และห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดตัว สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ และการทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ และ การทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.29) ห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดตัว สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือ ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.44) การทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าห้องพัก	4.71 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
อัตราค่าอาหาร	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการซักรีด	3.25 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับส่ง ตามสถานที่ต่างๆ	3.44 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาแสดง ชัดเจน	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	4.29 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)
รูปแบบการชำระเงิน สด/เครดิต	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)	4.32 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.77</b> (มาก)	<b>4.00</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.78</b> (มาก)	<b>3.82</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83, 3.77, 4.00, 3.83, 3.78, 3.82)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71, 4.72, 4.69) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.09, 4.07) และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.04, 4.06, 4.06) เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.76, 4.79, 4.66) รองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.97, 4.32, 4.09) และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95, 4.29, 4.04) เหมือนกัน

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มาพัก	4.65 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
ใกล้แหล่งชุมชน	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)	4.13 (มาก)
ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ต่าง ๆ	4.13 (มาก)	3.81 (มาก)	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
ใกล้สถานีขนส่ง สถานี รถไฟ สนามบิน	3.96 (มาก)	3.62 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)
ที่จอดรถกว้างขวาง และ เพียงพอ	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.13 (มาก)	4.34 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์ และ โทรสาร	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	4.01 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทาง เว็บไซต์/อีเมล	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)
เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.50 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)
มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวก ในการจอดรถ	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)	4.43 (มาก)	4.31 (มาก)	4.39 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16</b> (มาก)	<b>4.04</b> (มาก)	<b>4.20</b> (มาก)	<b>4.15</b> (มาก)	<b>4.24</b> (มาก)	<b>4.14</b> (มาก)	<b>4.16</b> (มาก)



จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบ สอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16, 4.04, 4.20, 4.15, 4.24, 4.14)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.57) และที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือ มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.31)



ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางวิทยุ	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางทีวี	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.46 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)
การโฆษณาทางเว็บไซต์	3.90 (มาก)	3.70 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)
การลดอัตราค่าห้องพัก สำหรับแขกที่พักประจำ	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)	4.46 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)
ไม่คิดค่าบริการเพิ่มใน กรณีคืนห้องช้า	4.25 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้ เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก	4.35 (มาก)	4.14 (มาก)	4.46 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)
ลดอัตราค่าห้องพักในกรณี สำรองห้องพักล่วงหน้า	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
อัตราค่าห้องพักราคา ประหยัดแบบอัตราเหมา ต่อเดือน	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
พนักงานแนะนำการ ให้บริการ	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)
สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.82, 3.96, 3.89, 3.80, 3.88)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ และมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรอง

ห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช่า และพนักงานแนะนำการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช่า มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก และพนักงานแนะนำการให้บริการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	4.21 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.32 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานต้อนรับสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.39 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	4.31 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.26 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.35 (มาก)	4.41 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
พนักงานต้อนรับแต่งกายสะอาด เรียบร้อยเหมาะสม	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทรปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับพุดจา สุภาพกับลูกค้า	4.40 (มาก)	4.46 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)
พนักงานต้อนรับให้บริการ ลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)
มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.49 (มาก)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)
พนักงานทำความสะอาดมี กิจกรรมยาทดีและแต่ง กายเหมาะสม	4.35 (มาก)	4.41 (มาก)	4.43 (มาก)	4.30 (มาก)	4.47 (มาก)	4.31 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานรักษาความ ปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.26 (มาก)</b>	<b>4.43 (มาก)</b>	<b>4.25 (มาก)</b>	<b>4.32 (มาก)</b>	<b>4.29 (มาก)</b>	<b>4.29 (มาก)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.26, 4.43, 4.25, 4.32, 4.29)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และพนักงานทำความสะอาดมีกิจกรรมยาทดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใสและพนักงานทำความสะอาดมีกิริยามารยาทดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค(ค่าเฉลี่ย 4.57) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือพนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) และ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส(ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า และมีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.44)



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.39 (มาก)	4.23 (มาก)	4.28 (มาก)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)
ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก	4.31 (มาก)	4.16 (มาก)	4.36 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)
ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	4.36 (มาก)	4.15 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต	4.21 (มาก)	3.95 (มาก)	4.46 (มาก)	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	4.36 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.29</b> (มาก)	<b>4.14</b> (มาก)	<b>4.39</b> (มาก)	<b>4.17</b> (มาก)	<b>4.23</b> (มาก)	<b>4.23</b> (มาก)	<b>4.22</b> (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29, 4.14, 4.39, 4.17, 4.23, 4.23)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) และขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก และความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.25) และขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.19)



ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของอพาร์ทเมนต์ มองเห็นได้ชัดเจน	4.33 (มาก)	4.27 (มาก)	4.39 (มาก)	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของ อพาร์ทเมนต์	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.39 (มาก)	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)	4.31 (มาก)	4.32 (มาก)
ความสะอาดของบริเวณ สถานที่โดยรวม	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.37 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)
ความสวยงามของบริเวณ สถานที่โดยรวม	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.31 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพัก ที่ให้บริการ ( ลักษณะการ จัดห้องนอน การตกแต่ง ห้อง ที่เป็นเอกลักษณ์)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)
การถ่ายเทอากาศภายใน ห้องพัก	4.67 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.89 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ความมิดชิด/ปลอดภัย ของ ห้องพัก	4.71 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณ ที่พัก	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
ชุดแต่งกายของพนักงานที่ เป็นเอกลักษณ์	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.94 (มาก)	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำที่ ให้บริการ	4.54 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ						
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	4.60 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
ระบบกล้องวงจรปิด	4.54 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.47 (มาก)
ระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)
มีห้องรับรองส่วนกลางไว้ บริการ	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.29</b> (มาก)	<b>4.27</b> (มาก)	<b>4.40</b> (มาก)	<b>4.25</b> (มาก)	<b>4.36</b> (มาก)	<b>4.24</b> (มาก)	<b>4.30</b> (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29, 4.27, 4.40, 4.25, 4.36, 4.24)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.67) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก และความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.89) รองลงมาคือ ความมิดชิด/

ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.82) และความสะดวกของห้องน้ำที่ให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 4.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.66) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.74) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.58) และความสะดวกของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

#### 4.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของห้องพัก	4.66 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ห้องพักตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของห้องพัก	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)
ห้องพักมีไฟฟ้าและแสง สว่างเพียงพอ	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
ขนาดของเตียงนอน เหมาะสม	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
ขนาดของห้องน้ำ เหมาะสม	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่ม เกินไป	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)
มีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้อง อาบน้ำ	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องอาบน้ำมีฝักวน ผ้าเช็ดเท้า สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ	4.16 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	3.91 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
มีน้ำเปล่าพร้อมแก้ว สะอาด	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	4.11 (มาก)	3.93 (มาก)
การทำงานของ เครื่องปรับอากาศใน ห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)
มีอินเทอร์เน็ตระบบ WIFI	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเคเบิลทีวี	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)
มีทีวีนิตยสาร หนังสือพิมพ์ไว้บริการ ในห้องพัก	3.81 (มาก)	3.39 (มาก)	3.76 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)
บริการ ซัก อบ รีด	3.03 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
บริการห้องอาหาร	3.22 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
บริการรับ-ส่งโทรสาร (FAX)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.82, 3.94, 3.82, 3.89, 3.94)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือ ห้องอาบน้ำมีผ้าขนหนู ผ้าเช็ดเท้า สบู่ แชมพู และกระดาษชำระ และการทำงานของเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงไม่รบกวน อุณหภูมิเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ ความสบายของที่นอนไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ตู้เย็น ทีวี ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.73, 4.67, 4.79, 4.74) รองลงมาคือ ความสบายของที่นอนไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.33, 4.21, 4.28, 4.39) และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.27, 4.12, 4.21, 4.28) เหมือนกัน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าห้องพัก	4.63 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
อัตราค่าอาหาร	3.44 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการซักรีด	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับส่ง ตามสถานที่ต่างๆ	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	4.16 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
รูปแบบการชำระเงินสด/ เครดิต	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	4.08 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.81</b> (มาก)	<b>3.79</b> (มาก)	<b>3.87</b> (มาก)	<b>3.78</b> (มาก)	<b>3.78</b> (มาก)	<b>3.90</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81, 3.79, 3.87, 3.78, 3.78, 3.90)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63, 4.74, 4.77, 4.63) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16, 4.07, 4.12, 4.02) และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.06, 4.01, 4.11, 3.98) เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.77, 4.67) รองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.00, 4.30) และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98, 4.15) เหมือนกัน



ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มาพัก	4.63 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
ใกล้แหล่งชุมชน	4.03 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	3.98 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ต่าง ๆ	4.19 (มาก)	3.93 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	4.09 (มาก)	4.28 (มาก)	4.06 (มาก)
ใกล้สถานีขนส่ง สถานี รถไฟ สนามบิน	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)
ที่จอดรถกว้างขวาง และ เพียงพอ	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)	4.45 (มาก)	4.35 (มาก)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์ และ โทรสาร	3.63 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)
สะดวกในการติดต่อทาง เว็บไซต์/อีเมลล์	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)
มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวก ในการจอดรถ	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.37 (มาก)	4.39 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.10 (มาก)</b>	<b>4.18 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.09 (มาก)</b>	<b>4.14 (มาก)</b>	<b>4.27 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>



จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.18, 4.16, 4.09, 4.14, 4.27)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง(ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือ ที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 -20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33 )

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.83) รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.67) และที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางวิทยุ	3.47 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางทีวี	3.22 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์	3.28 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้าย	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)
การโฆษณาทางเว็บไซต์	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)
การลดอัตราค่าห้องพัก สำหรับแขกที่พักประจำ	4.19 (มาก)	4.34 (มาก)	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)	4.19 (มาก)	4.35 (มาก)	4.30 (มาก)
ไม่คิดค่าบริการเพิ่มใน กรณีคืนห้องช้า	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อ ใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อ เข้าพัก	4.16 (มาก)	4.37 (มาก)	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)	4.39 (มาก)	4.31 (มาก)
ลดอัตราค่าห้องพักใน กรณีสำรองห้องพัก ล่วงหน้า	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)
อัตราค่าห้องพักราคา ประหยัดแบบอัตราเหมา ต่อเดือน	3.66 (มาก)	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.49 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)
พนักงานแนะนำการ ให้บริการ	3.81 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ แจกฟรี	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)
สามารถโทรศัพท์เพื่อ ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับ บริการได้	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.76</b> (มาก)	<b>3.94</b> (มาก)	<b>3.88</b> (มาก)	<b>3.94</b> (มาก)	<b>3.77</b> (มาก)	<b>3.87</b> (มาก)	<b>3.87</b> (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76, 3.94, 3.88, 3.94, 3.77, 3.87)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า และลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำและมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 -20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือการลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก(ค่าเฉลี่ย 4.35) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช้า (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือการลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำและมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือลดอัตราค่าห้องพักในกรณีสำรองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ ไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องเช้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีจำนวน เพียงพอในการ ให้บริการ	3.88 (มาก)	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการ	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานต้อนรับสามารถ ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความ กระตือรือร้นที่จะ ให้บริการ	4.22 (มาก)	4.30 (มาก)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความ นอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.34 (มาก)	4.41 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)	4.39 (มาก)	4.45 (มาก)
พนักงานต้อนรับแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย เหมาะสม	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.09 (มาก)	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความ รับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับ ปากกับลูกค้าไว้ เช่น โทร ปลุกตอนเช้า หรือจัดหารถโดยสารให้ เป็นต้น	3.94 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานต้อนรับมีความ เข้าใจความต้องการของ ลูกค้า	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับพุดจา สุภาพกับลูกค้า	4.41 (มาก)	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.49 (มาก)
พนักงานต้อนรับให้บริการ ลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)	4.42 (มาก)	4.35 (มาก)	4.40 (มาก)	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)
มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.33 (มาก)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)
พนักงานทำความสะอาดมี กิจกรรมยาที่ดีและแต่ง กายเหมาะสม	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.37 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานรักษาความ ปลอดภัยมีกิจกรรม ยาที่ดี มีความตั้งใจและ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.19</b> (มาก)	<b>4.30</b> (มาก)	<b>4.34</b> (มาก)	<b>4.30</b> (มาก)	<b>4.25</b> (มาก)	<b>4.27</b> (มาก)	<b>4.29</b> (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.30, 4.34, 4.30, 4.25, 4.27)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรม ยาที่ดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44, 4.50) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41, 4.44) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.41) เหมือนกัน



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) และพนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรมยามาดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 -20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือพนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า และพนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรมยามาดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.49) และมีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า และพนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรมยามาดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิจกรรมยามาดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับพุดจาสุภาพกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) และมีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.34 (มาก)	4.37 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	4.28 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)
ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)
ขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้า	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)
ความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.15 (มาก)	4.02 (มาก)	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.23 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.21 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>	<b>4.27 (มาก)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.24, 4.21, 4.16, 4.22, 4.27)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.37) รองลงมาคือขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.34) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.22, 4.24) เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้า



พักไม่ยุ่งยาก(ค่าเฉลี่ย 4.24) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก และขั้นตอนการคืนห้องพักไม่ล่าช้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20 )

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 -20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และขั้นตอนให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.16 )

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก และความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21 )

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการและความสะดวกในการบริการ เช่น รับชำระด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ ขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของอพาร์ทเมนต์มองเห็นได้ชัดเจน	4.28 (มาก)	4.27 (มาก)	4.26 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงของอพาร์ทเมนต์	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)	4.39 (มาก)	4.32 (มาก)
ความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.38 (มาก)	4.30 (มาก)	4.23 (มาก)	4.37 (มาก)	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)	4.31 (มาก)
ความสวยงามของบริเวณสถานที่โดยรวม	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักที่ให้บริการ (ลักษณะการจัดห้องนอน การตกแต่งห้องที่เป็นเอกลักษณ์)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)
การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก	4.56 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก	4.63 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
การจัดภูมิทัศน์รอบบริเวณที่พัก	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ชุดแต่งกายของพนักงานที่เป็นเอกลักษณ์	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	4.47 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบกล้องวงจรปิด	4.41 (มาก)	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.49 (มาก)	4.41 (มาก)	4.47 (มาก)
ระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)
มีห้องรับรองส่วนกลางไว้ บริการ	4.03 (มาก)	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.28 (มาก)</b>	<b>4.31 (มาก)</b>	<b>4.33 (มาก)</b>	<b>4.31 (มาก)</b>	<b>4.33 (มาก)</b>	<b>4.30 (มาก)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.28, 4.31, 4.33, 4.31, 4.33)

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือการถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.56) และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.70) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมาคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.76) และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.67) และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมาคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.72) และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.80) รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.70) และความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.63)

## ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรมีที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอ (15 ราย)
- มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4 ราย)
- ทางเดินระหว่างห้องน้ำ รอบอาคาร มีคนเดินไป น่าจะเพิ่มแสงไฟในช่วงเวลากลางคืนให้มากขึ้น รวมถึงในห้องพักด้วยน่าจะเพิ่มแสงสว่างให้สว่างกว่านี้ (3 ราย)
- อยากให้มีความปลอดภัยและการดูแลนอกเหนือจากที่กล้องวงจรปิด (2 ราย)
- ควรอัปเดตข้อมูลทาง web site ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมใช้งาน (2 ราย)
- ห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงามน่าอยู่ (2 ราย)
- ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของห้องพัก พร้อมอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอไม่ควรให้ลูกค้าไปพบก่อน (2 ราย)
- อยากให้พนักงานดูแลห้องพักข้างห้องส่งเสียงดังมาก (1 ราย)
- ควรมีที่พักที่สามารถอยู่รวมกันได้หลายคนโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม เพราะอย่างไรก็นอนรวมกันห้องเดียว (1 ราย)
- เรื่องของเสียงรบกวนอยากให้ที่พักต่างๆ เป็นเหมือนที่พักริเจนๆ คือเงียบสบาย ถ้าเกิดเสียงรบกวนแล้วจะทำให้เสียบรรยากาศการพักผ่อนได้ (1 ราย)
- อยากให้แต่ละสถานที่พักมีรูปแบบห้องที่แตกต่างกันออกไป (1 ราย)
- ควรมีอินเทอร์เน็ตในห้องพัก (1 ราย)
- ที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ (1 ราย)
- ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลที่จอดรถ (1 ราย)
- ควรปรับปรุงห้องพัก สัญญาณโทรทัศน์ในห้อง (1 ราย)
- ลิ้นชักมีมิด (1 ราย)