



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t – distribution
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution
SS	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Of Square)
MS	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
df	หมายถึง	ระดับขั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
Sig	หมายถึง	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	หมายถึง	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้) ในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	198	49.50
หญิง	202	50.50
รวม	400	100.00
อายุ		
19 – 24 ปี	275	68.75
25 – 30 ปี	123	30.75
30 ปีขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
อนุปริญญาตรี	17	4.25
ปริญญาตรี	381	95.25
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักศึกษา	279	69.75
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	41	10.25
พนักงานบริษัทเอกชน	69	17.25
รับจ้างทั่วไป	11	2.75
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
5,001 – 10,000 บาท	118	29.50
10,001 – 15,000 บาท	215	53.75
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	67	16.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ระหว่าง 19 – 24 ปีคิดเป็นร้อยละ 68.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 95.25 อาชีพนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 69.75 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.75

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเข้าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายข้อและรายด้าน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.	ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	.447	มาก
2.	ด้านราคา	4.03	.618	มาก
3.	ด้านสถานที่	4.13	.600	มาก
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.61	.980	ปานกลาง
5.	ด้านบุคลากร	3.61	.790	มาก
6.	ด้านกระบวนการ	3.62	.794	มาก
7.	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.63	.832	มาก
		3.69	.482	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ในรายด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และส่วนประสมทางการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ
เลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลข้างฝือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ผลิตภัณฑ์หลัก			
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงห้องพัก	4.27	.802	มากที่สุด
2. การออกแบบและความสวยงามของห้องพัก	4.27	.782	มากที่สุด
3. ความสะอาดของห้องพัก	4.23	.816	มากที่สุด
4. ความคงทนของห้องพัก	4.37	.727	มากที่สุด
5. เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียง โต๊ะเขียน หนังสือ ตู้เสื้อผ้า อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน	4.24	.899	มากที่สุด
6. เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ ครบถ้วนและอยู่ใน สภาพพร้อมใช้งาน	4.34	.828	มากที่สุด
7. ห้องพักรมมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.29	.886	มากที่สุด
8. สัญญาณ เคเบิล TV	4.21	.857	มากที่สุด
9. มาตรการรักษาความปลอดภัย	3.91	.959	มาก
10. ที่พักของห้องพักมีความใหม่และสะอาด	3.87	.894	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมผลิตภัณฑ์หลัก	4.20	.452	มาก
ผลิตภัณฑ์เสริม			
11. บริการ ซักรีด หรือเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ภายใน ห้องพัก	4.20	.858	มาก
12. มีร้านขายของชำภายในห้องพัก	3.87	1.096	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมผลิตภัณฑ์เสริม	4.04	.700	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	.447	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ในประเด็นย่อยจำแนกตามผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริมดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์หลัก โดยรวมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคงทนของห้องพักมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ ครบถ้วนและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ห้องพักมีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ภาพพจน์และชื่อเสียงห้องพักและการออกแบบและความสวยงามของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 หนังสือ ตู้เสื้อผ้า อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความสะดวกของห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 สัญญาณเคเบิล TV มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มาตรการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และที่พักรของห้องพักมีความใหม่และสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์เสริม โดยรวมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อย บริการ ซักรีด หรือเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญภายในห้องพัก มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีร้านขายของชำภายในห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือน	4.16	.849	มาก
2. ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก	4.15	.842	มาก
3. ค่าประกันความเสียหายต่อห้องพัก	4.04	.921	มาก
4. ค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน	4.09	.898	มาก
5. ค่าไฟที่ต้องจ่ายต่อเดือน	4.05	.860	มาก
6. ค่าบริการอินเทอร์เน็ต	4.04	.923	มาก
7. ค่าบริการทำความสะอาดห้องพัก	4.03	.925	มาก
8. วิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่าง ๆ (ผ่านทาง Internet Banking)	3.69	1.108	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	.618	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อย ค่าเช่าที่ต้องจ่ายต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาได้แก่ ค่าเช่าที่ต้องจ่ายล่วงหน้าก่อนเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าน้ำที่ต้องจ่ายต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ค่าไฟที่ต้องจ่ายต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าประกันความเสียหายต่อห้องพักและค่าบริการอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าบริการทำความสะอาดห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และวิธีการชำระเงินค่าเช่ารายเดือนผ่านช่องทางต่างๆ (ผ่านทาง Internet Banking) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา / ที่ทำงาน	4.28	.829	มากที่สุด
2. ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด	4.25	.878	มากที่สุด
3. ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่านเข้า ออก (เช่น รถสี่ล้อแดง,มอเตอร์ไซด์รับจ้าง,รถแท็กซี่)	4.25	.888	มากที่สุด
4. ที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัย	4.17	.850	มาก
5. ที่จอดรถของห้องพักมีเพียงพอ	3.97	1.006	มาก
6. จุดต้อนรับมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก	3.87	.935	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	.600	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของห้องพักใกล้สถานศึกษา หรือที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาดและทำเลที่ตั้งของห้องพักมีรถสาธารณะผ่านเข้า ออก (เช่น รถสี่ล้อแดง,มอเตอร์ไซด์รับจ้าง,รถแท็กซี่) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากได้แก่ ที่จอดรถของห้องพักมีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ที่จอดรถของห้องพักมีเพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และจุดต้อนรับมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. แผ่นพับโฆษณา ห้องพัก	2.62	1.298	ปานกลาง
2. ป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก	2.58	1.274	ปานกลาง
3. การมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ	2.62	1.349	ปานกลาง
4. การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และ ข่าวสารประชาสัมพันธ์	2.61	1.287	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61	.980	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อย แผ่นพับโฆษณา ห้องพักและการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 รองลงมาได้แก่ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น ประกาศ และข่าวสารประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และป้ายโปสเตอร์โฆษณาห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสม	3.76	.972	มาก
2. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการ	3.74	.930	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหา	3.60	.957	มาก
4. พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ	3.58	.931	มาก
5. มีพนักงานทำงานตลอด 24 ชั่วโมง (เช่น พนักงานที่ให้บริการ, แม่บ้าน, พนักงานรักษาความปลอดภัย)	3.51	1.038	มาก
6. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และมีความซื่อสัตย์	3.49	1.083	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	.790	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก คือพนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเรียบร้อย เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาได้แก่พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และความเข้าใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 พนักงานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีพนักงานทำงานตลอด 24 ชั่วโมง (เช่น พนักงานที่ให้บริการ, แม่บ้าน, พนักงานรักษาความปลอดภัย) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และมีความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด	4.07	.967	มาก
2. ขั้นตอนในการติดต่อกับห้องพักในด้านต่างๆ สะดวกและรวดเร็ว	3.62	1.093	มาก
3. ระบบป้องกันอัคคีภัย / ทางออกฉุกเฉินของห้องพัก	3.53	1.154	มาก
4. การรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย	3.36	1.220	ปานกลาง
5. ระบบการออกไปแจ้งหนี้	3.60	1.058	มาก
6. ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.58	1.052	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	.794	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง โดยประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรก คือระบบการรักษาความปลอดภัยของห้องพัก เช่น ระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อกับห้องพักในด้านต่างๆ สะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระบบการออกไปแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ระบบการรับฝากข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ระบบป้องกันอัคคีภัย หรือทางออกฉุกเฉินของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และประเด็นย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง คือการรับข้อร้องเรียนจากผู้พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่าย	3.71	.969	มาก
2. การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณห้องพัก เช่น โถงพัก	3.64	1.039	มาก
3. การจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน	3.64	1.017	มาก
4. ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพัก	3.66	1.099	มาก
5. สภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น บริเวณห้องพัก ลานจอดรถ มีความสะอาด และสวยงาม	3.51	1.048	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	.832	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ในประเด็นย่อยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นย่อยป้ายห้องพักมีความโดดเด่นสังเกตเห็นง่าย มีค่าเฉลี่ยมาก เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา ได้แก่ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 การออกแบบตกแต่งพื้นที่บริเวณห้องพัก เช่น โถงพักและการจัดพื้นที่บริเวณห้องพักให้เป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น บริเวณห้องพัก ลานจอดรถ มีความสะอาด และสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้) ในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ผู้เช่าห้องพักที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ						ระดับ ความ สำคัญ	t	Sig.
	ชาย (n =198)		หญิง (n =202)		รวม (n =400)				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	.463	4.19	.430	4.17	.447	มาก	-.921	.357
ด้านราคา	3.92	.650	4.14	.564	4.03	.618	มาก	-3.684	.000***
ด้านสถานที่	4.06	.639	4.20	.551	4.13	.600	มาก	-2.398	.000***
ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.76	.942	2.46	.997	2.61	.980	ปาน กลาง	3.011	.003**
ด้านบุคลากร	3.63	.748	3.59	.831	3.61	.790	มาก	.482	.630
ด้านกระบวนการ	3.61	.752	3.64	.834	3.62	.794	มาก	-.483	.629
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.65	.824	3.61	.842	3.63	.832	มาก	.535	.593
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68	.482	3.69	.483	3.69	.482	มาก	-.214	.831

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.69 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบถามที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้เช่าห้องพักที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกันด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ผู้เช่าที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ						รวม (n=400)		ระดับความสำคัญ
	19- 24 ปี (n=275)		25 - 30 ปี (n=123)		30 ปีขึ้นไป (n=2)		รวม (n=400)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	.453	4.17	.437	4.13	.295	4.17	.447	มาก
ด้านราคา	4.01	.616	4.08	.619	4.19	.972	4.03	.618	มาก
ด้านสถานที่	4.10	.597	4.19	.606	4.67	.236	4.13	.600	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.66	1.000	2.49	.935	2.25	.354	2.61	.980	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.62	.794	3.59	.788	3.58	.825	3.61	.790	มาก
ด้านกระบวนการ	3.64	.782	3.59	.814	3.33	1.650	3.62	.794	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.64	.810	3.61	.880	3.40	1.414	3.63	.832	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	.479	3.67	.494	3.65	.290	3.69	.482	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 19–24 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25–30 ปีและอายุ 30 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 19–24 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 25–30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		SS	Df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.006	2	.003	.015	.985
	ภายในกลุ่ม	79.561	397	.200		
	รวม	79.567	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.432	2	.216	.565	.569
	ภายในกลุ่ม	151.817	397	.382		
	รวม	152.250	399			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.313	2	.656	1.831	.162
	ภายในกลุ่ม	142.331	397	.359		
	รวม	143.644	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.797	2	1.399	1.459	.234
	ภายในกลุ่ม	380.580	397	.959		
	รวม	383.377	399			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.055	2	.028	.044	.957
	ภายในกลุ่ม	248.947	397	.627		
	รวม	249.003	399			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.427	2	.214	.338	.714
	ภายในกลุ่ม	251.003	397	.632		
	รวม	251.430	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.215	2	.107	.154	.857
	ภายในกลุ่ม	276.225	397	.696		
	รวม	276.440	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.030	2	.015	.063	.939
	ภายในกลุ่ม	92.558	397	.233		
	รวม	92.588	399			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า Sig มากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าผู้เข้าที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้เข้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการศึกษา						รวม (n=400)		ระดับความสำคัญ
	อนุปริญญาตรี (n=17)		ปริญญาตรี (n=381)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=2)				
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	.550	4.18	.442	4.50	.236	4.17	.447	มาก
ด้านราคา	3.87	.607	4.04	.619	4.31	.265	4.03	.618	มาก
ด้านสถานที่	4.16	.660	4.13	.598	3.58	.118	4.13	.600	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.24	.793	2.63	.984	2.00	1.414	2.61	.980	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.39	.894	3.62	.785	3.67	1.179	3.61	.790	มาก
ด้านกระบวนการ	3.49	.897	3.63	.787	3.50	1.650	3.62	.794	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.56	1.030	3.63	.822	3.80	1.697	3.63	.832	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	.633	3.69	.473	3.62	.903	3.69	.482	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี(ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.62 และ 3.54 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากระดับปานกลาง และระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมาก และระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		SS	Df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.476	2	.238	1.195	.304
	ภายในกลุ่ม	79.091	397	.199		
	รวม	79.567	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.623	2	.312	.816	.443
	ภายในกลุ่ม	151.627	397	.382		
	รวม	152.250	399			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.610	2	.305	.847	.429
	ภายในกลุ่ม	143.034	397	.360		
	รวม	143.644	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.243	2	1.621	1.693	.185
	ภายในกลุ่ม	380.135	397	.958		
	รวม	383.378	399			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.863	2	.431	.690	.502
	ภายในกลุ่ม	248.140	397	.625		
	รวม	249.003	399			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.355	2	.177	.281	.755
	ภายในกลุ่ม	251.076	397	.632		
	รวม	251.430	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.132	2	.066	.095	.910
	ภายในกลุ่ม	276.308	397	.696		
	รวม	276.440	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.409	2	.205	.881	.415
	ภายในกลุ่ม	92.179	397	.232		
	รวม	92.588	399			

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า Sig มากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้เข้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้เข้าที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน



จากตารางที่ 4.15 พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับจ้างทั่วไป และข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.68, 3.68 และ 3.67 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคา และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักรายในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		SS	Df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.662	3	.221	1.107	.346
	ภายในกลุ่ม	78.905	396	.199		
	รวม	79.567	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.790	3	.597	1.570	.196
	ภายในกลุ่ม	150.460	396	.380		
	รวม	152.250	399			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.379	3	.460	1.279	.281
	ภายในกลุ่ม	142.266	396	.359		
	รวม	143.644	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.326	3	.775	.806	.491
	ภายในกลุ่ม	381.052	396	.962		
	รวม	383.378	399			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.219	3	.073	.116	.951
	ภายในกลุ่ม	248.784	396	.628		
	รวม	249.003	399			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.856	3	.619	.982	.401
	ภายในกลุ่ม	249.574	396	.630		
	รวม	251.430	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.262	3	.087	.125	.945
	ภายในกลุ่ม	276.178	396	.697		
	รวม	276.440	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.026	3	.009	.038	.990
	ภายในกลุ่ม	92.561	396	.234		
	รวม	92.588	399			

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า Sig มากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้เช่าที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้เช่าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	รายได้ต่อเดือน						รวม (n=400)		ระดับ ความสำคัญ
	5,001-10,000 (n=118)		10,001-15,000 (n=215)		มากกว่า 15,000 (n=64)				
	$\bar{x}$	S.D..	$\bar{x}$	S.D..	$\bar{x}$	S.D..	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	.439	4.19	.473	4.16	.371	4.17	.447	มาก
ด้านราคา	3.90	.627	4.08	.604	4.08	.623	4.03	.618	มาก
ด้านสถานที่	3.97	.589	4.19	.588	4.22	.611	4.13	.600	มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.75	.969	2.54	1.014	2.56	.883	2.61	.980	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.58	.738	3.65	.845	3.57	.700	3.61	.790	มาก
ด้านกระบวนการ	3.63	.712	3.63	.856	3.61	.747	3.62	.794	มาก
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.61	.757	3.68	.876	3.51	.827	3.63	.832	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66	.470	3.71	.513	3.67	.395	3.69	.482	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท รายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.67 และ 3.66 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากและระดับน้อย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมาก และระดับน้อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยคือด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลข้างเฟือก อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		SS	Df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.117	2	.058	.291	.747
	ภายในกลุ่ม	79.451	397	.200		
	รวม	79.567	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.843	2	1.422	3.778	.024*
	ภายในกลุ่ม	149.407	397	.376		
	รวม	152.250	399			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4.428	2	2.214	6.314	.002**
	ภายในกลุ่ม	139.216	397	.351		
	รวม	143.644	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.630	2	1.815	1.898	.151
	ภายในกลุ่ม	379.747	397	.957		
	รวม	383.377	399			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.553	2	.276	.441	.643
	ภายในกลุ่ม	248.450	397	.626		
	รวม	249.003	399			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.034	2	.017	.027	.973
	ภายในกลุ่ม	251.396	397	.633		
	รวม	251.430	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.829	2	.914	1.322	.268
	ภายในกลุ่ม	274.611	397	.692		
	รวม	276.440	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.233	2	.116	.500	.607
	ภายในกลุ่ม	92.355	397	.233		
	รวม	92.588	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านสถานที่ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ผู้เช่าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสถานที่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพื่อให้ทราบว่าผู้เช่าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และด้านสถานที่ที่แตกต่างกันในรายกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD.ปรากฏดังตารางที่ 4.19 – 4.20

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD.ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา

รายได้ต่อเดือน ($\bar{x}$)	รายได้ต่อเดือน(บาท)		
	5,001-10,000 (n=118) ($\bar{x} = 3.90$)	10,001-15,000 (n=215) ($\bar{x} = 4.08$)	มากกว่า15,000 (n=64) ($\bar{x} = 4.08$)
5,001-10,000 ($\bar{x} = 3.90$)	-	-.182*	-.193*
10,001-15,000 ($\bar{x} = 4.08$)		-	-.011
มากกว่า15,000 ($\bar{x} = 4.08$)			-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 และน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรั้วในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่

รายได้ต่อเดือน ($\bar{x}$)	รายได้ต่อเดือน(บาท)		
	5,001-10,000 (n=118) ($\bar{x}$ = 3.97)	10,001-15,000 (n=215) ($\bar{x}$ = 4.19)	มากกว่า15,000 (n=64) ($\bar{x}$ = 4.22)
5,001-10,000 ($\bar{x}$ = 3.97)	-	-.224*	-.249*
10,001-15,000 ($\bar{x}$ = 4.19)		-	-.025
มากกว่า15,000 ($\bar{x}$ = 4.22)			-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้
ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดด้านสถานที่น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000
บาท และน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท