

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพเป็นโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 5 คน ระยะเวลาในการเข้าพักต่อครั้ง 2-3 คืน และไม่มีการจองห้องพักก่อนเข้าพัก สำหรับราคาห้องพักที่ใช้บริการอยู่ในระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท การตัดสินใจในการเลือกที่พักคือตัดสินใจเอง แหล่งข้อมูลหรือการรู้จักอพาร์ทเมนต์คือ ญาติหรือเพื่อนแนะนำ

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมา คือ ความสบายของที่นอน ไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป และมีเครื่องทำน้ำอุ่นในห้องอาบน้ำ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อัตราค่าห้องพัก รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน และรูปแบบการชำระเงินสด/เครดิต

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก รองลงมา คือ การลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ และไม่คิดค่าบริการเพิ่มในกรณีคืนห้องช้า

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยา มารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมา คือ พนักงานต้อนรับพูดจาสุภาพกับลูกค้า และพนักงานต้อนรับมีความนอบน้อม สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือ ชั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก และขั้นตอนการจองห้องไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมิดชิด/ปลอดภัย ของห้องพัก รองลงมาคือ การถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก และระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง

This independent study aimed to explore factors affecting Thai tourist decision towards apartment renting in Tambon Suthep, Amphoe Mueang Chiang Mai. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 300 Thai tourists who rented apartments in the specified area. The given data was, then, analyzed by descriptive statistic composing of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were single female in the ages between 20 – 30 years old with Bachelor's degree, working as employees in private companies with 5,000 – 10,000 baht as their average income. Their hometown was a province in the central part of Thailand and they came to Chiang Mai with the traveling and relaxing purposes. In each time, they usually came along with a group of 2 – 5 friends for the period of 2-3 nights. Most of them spent lower than 500 baht for renting accommodation without making reservation in advance. They made their own decision to choose accommodation and source of information or the source where they learned about an apartment was from the recommendation made by relatives or friends.

According to the results of study on factors affecting Thai tourist decision towards apartment renting in Tambon Suthep, Amphoe Mueang Chiang Mai, the respondents paid high concerns to all service market mix factors including physical evidence and presentation, people, process, place, product, promotion, and price, in orderly.

In terms of product, the highest concerns were given to the following sub-factors; room hygiene, comfort of mattress which should be neither too hard nor too soft, and hot water available, in orderly.

In terms of price, the highest concerns were given to the following sub-factors; room rate, clear label indicating the rates, and cash/credit payment available, in orderly.

In terms of place, the highest concerns were given to the following sub-factors; the convenient location to go to, the 24-hour service, and the availability of guards who helped facilitating customers at the parking lot, in orderly.

In terms of promotion, the highest concerns were given to the following sub-factors; the membership card for price reduction, the price reduction for regular customers, and the special waive for late check-out, in orderly.

In terms of people , the highest concerns were given to the following sub-factors; good manner, willingness and enthusiasm of security guards, the polite conversation made by receptionists, the respect, politeness, and friendliness of receptionists, in orderly.

In terms of service process, the highest concerns were given to the following sub-factors; the rapid services, the ease of rental procedure and conditions, and the ease of room reservation, in orderly.

In terms of physical evidence and presentation, the highest concerns were given to the following sub-factors; the security of room, the air-flow in the room, and the 24-hour security system, in orderly.