

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	205	51.25
หญิง	195	48.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.75

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	41	10.25
21 – 30 ปี	158	39.50
31 – 40 ปี	106	26.50
41 – 50 ปี	81	20.25
51 ปีขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 26.50 และอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 20.25

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	173	43.25
สมรส	216	54.00
อื่นๆ	11	2.75
รวม	400	100.00

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (8 ราย), ไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 43.25 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 2.75

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	42	10.50
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	74	18.50
ปวส.หรืออนุปริญญา	79	19.75
ปริญญาตรี	177	44.25
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 44.25 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 19.75 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	59	14.75
ข้าราชการ	48	12.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
พนักงานบริษัทเอกชน	100	25.00
ธุรกิจส่วนตัว	133	33.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 33.25 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.00 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 14.75

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	10.25
5,000 – 10,000 บาท	45	11.25
10,001 – 15,000 บาท	81	20.25
15,001 – 20,000 บาท	133	33.25
20,001 – 25,000 บาท	57	14.25
25,000 บาทขึ้นไป	43	10.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 33.25 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 20.25 และ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 14.25

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมา ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	201	50.25
ติดต่อธุรกิจ/ทำการค้า	44	11.00
ปฏิบัติงานราชการ	16	4.00
ประชุมสัมมนา	34	8.50
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	65	16.25
ทัศนศึกษา	13	3.25
อื่นๆ	27	6.75
รวม	400	100.00

อื่นๆ ได้แก่ เยี่ยมญาติที่ป่วย (7 ราย) มาเที่ยวและเยี่ยมเพื่อน (6 ราย) ติดตามมากับครอบครัว (5 ราย) มาหาผู้ครอง (3 ราย) มาหาซื้อที่ดิน (2 ราย) และ ไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 50.25 รองลงมาคือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 16.25 และติดต่อธุรกิจ/ทำการค้า ร้อยละ 11.00

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	87	21.75
2-3 ครั้ง	123	30.75
4-5 ครั้ง	90	22.50
5-6 ครั้ง	56	14.00
มากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า จำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ 4-5 ครั้ง ร้อยละ 22.50 และ มาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 21.75

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่พักอาศัยแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

ระยะเวลาที่พักอาศัยแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	147	36.75
2-3 วัน	169	42.25
4-5 วัน	59	14.75
5-6 วัน	9	2.25
มากกว่า 7 วันขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระยะเวลาที่พักอาศัยแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ 2-3 วัน ร้อยละ 42.25 รองลงมาคือ 1 วัน ร้อยละ 36.75 และ 4-5 วัน ร้อยละ 14.75

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ช่วงเวลาที่นิยมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์	203	50.75
ช่วงวันจันทร์-ศุกร์	107	26.75
ช่วงวันหยุดราชการ	55	13.75
อื่นๆ	35	8.75
รวม	400	100.00

อื่นๆ ได้แก่ ตามความสะดวก (10 ราย) ลาพักร้อน (8 ราย) ตามกลุ่มเพื่อนกำหนด (7 ราย) ตามเทศกาลต่างๆ (5 ราย) และ ไม่ระบุ (5 ราย)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 50.75 รองลงมาคือ ช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 26.75 และ ช่วงวันหยุดราชการ ร้อยละ 13.75

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรม ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	137	34.25
แฟน/คู่สมรส	61	15.25
สมาชิกในครอบครัว	68	17.00
หัวหน้างาน/บริษัท/องค์กร	39	9.75
ตัวท่านเอง	90	22.50
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.00

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้ (2 ราย) บริษัทการท่องเที่ยว (1 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรม ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 34.25 รองลงมาคือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 22.50 และสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของที่พักต่อห้องต่อคืนที่ใช้บริการ

ราคาของที่พักต่อห้องต่อคืนที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	224	56.00
501 – 1,000 บาท	147	36.75
1,001 – 2,000 บาท	26	6.50
2,001 – 3,000 บาท	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ราคาของที่พักต่อห้องต่อคืนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ คือ ไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 36.75 และ 1,001 – 2,000 บาท ร้อยละ 6.50

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่พักผ่อนในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	42	10.50
สื่อวิทยุ โทรทัศน์	85	21.25
หนังสือท่องเที่ยว	52	13.00
เว็บไซต์	98	24.50
มีบุคคลแนะนำ	256	64.00
อื่นๆ	26	6.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ห้าง (7 ราย) เดินทางผ่านแล้วเห็น (5 ราย) ป้ายโฆษณา (4 ราย) โกลด์ธุรกิจที่จะดำเนินการ (3 ราย) เว็บไซต์ (2 ราย) ขับรถไปดูสถานที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว (1 ราย) และไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลที่พักผ่อนในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จากการมีบุคคลแนะนำ ร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ เว็บไซต์ ร้อยละ 24.50 และ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 21.25

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จัก ของที่พัก	41 (10.25)	140 (35.00)	179 (44.75)	40 (10.00)	0 (0.00)	3.46 (ปานกลาง)
1.2 ขนาดของห้องพักที่ พอเหมาะพอดี	25 (6.25)	168 (42.00)	191 (47.75)	16 (4.00)	0 (0.00)	3.51 (มาก)
1.3 จำนวนห้องพักที่มี ให้บริการอย่างเพียงพอ	19 (4.75)	201 (50.25)	162 (40.50)	18 (4.50)	0 (0.00)	3.55 (มาก)
1.4 ความสะอาดของห้องพัก	50 (12.50)	237 (59.25)	99 (24.75)	14 (3.50)	0 (0.00)	3.81 (มาก)
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพัก ที่มีความสวยงาม มีรสนิยม	29 (7.25)	143 (35.75)	208 (52.00)	20 (5.00)	0 (0.00)	3.45 (ปานกลาง)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพักที่มีความ ครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น	65 (16.25)	189 (47.25)	120 (30.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	3.73 (มาก)
1.7 การมีเคเบิลทีวีเพื่อการ รับชม	66 (16.50)	148 (37.00)	150 (37.50)	36 (9.00)	0 (0.00)	3.61 (มาก)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.8 การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้บริการ	48 (12.00)	137 (34.25)	112 (28.00)	41 (10.25)	62 (15.50)	3.17 (ปานกลาง)
1.9 การมีสระว่ายน้ำ	28 (7.00)	42 (10.50)	126 (31.50)	67 (16.75)	137 (34.25)	2.39 (น้อย)
1.10 การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย	12 (3.00)	78 (19.50)	107 (26.75)	90 (22.50)	113 (28.25)	2.47 (น้อย)
1.11 การมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	6 (1.50)	95 (23.75)	151 (37.75)	62 (15.50)	86 (21.50)	2.68 (ปานกลาง)
1.12 การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	29 (7.25)	141 (35.25)	159 (39.75)	38 (9.50)	33 (8.25)	3.24 (ปานกลาง)
1.13 การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น	28 (7.00)	156 (39.00)	99 (24.75)	72 (18.00)	45 (11.25)	3.13 (ปานกลาง)
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	29 (7.25)	84 (21.00)	157 (39.25)	64 (16.00)	66 (16.50)	2.87 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.15 การมีบริการซักอบรีด	27 (6.75)	116 (29.00)	141 (35.25)	68 (17.00)	48 (12.00)	3.02 (ปานกลาง)
1.16 การมีบริการอาหารเช้า	61 (15.25)	132 (33.00)	107 (26.75)	85 (21.25)	15 (3.75)	3.35 (ปานกลาง)
1.17 การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น	54 (13.50)	77 (19.25)	154 (38.50)	85 (21.25)	30 (7.50)	3.10 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.21 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.81) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.61) จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และ ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยมน (ค่าเฉลี่ย 3.45) การมีบริการอาหารเช้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.24) การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.13) การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

การมีบริการซักอบรีด (ค่าเฉลี่ย 3.02) ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.87) และการมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 2.47) และการมีสระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.39)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
2.1 ราคาที่พักรมีความเหมาะสม	74 (18.50)	150 (37.50)	142 (35.50)	34 (8.50)	0 (0.00)	3.66 (มาก)
2.2 ราคาที่พักรสามารถต่อรองได้ เช่นในกรณีที่พักหลายห้อง หรือหลายคืน	53 (13.25)	86 (21.50)	163 (40.75)	78 (19.50)	20 (5.00)	3.19 (ปานกลาง)
2.3 ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุก ช่วงฤดูกาล	53 (13.25)	119 (29.75)	125 (31.25)	88 (22.00)	15 (3.75)	3.27 (ปานกลาง)
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับ ราคาให้เลือก	66 (16.50)	159 (39.75)	122 (30.50)	53 (13.25)	0 (0.00)	3.60 (มาก)
2.5 ความสามารถในการชำระ ค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต	40 (10.00)	163 (40.75)	137 (34.25)	40 (10.00)	20 (5.00)	3.41 (ปานกลาง)
2.6 ความเหมาะสมของราคา อาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่ พักรจัดให้	31 (7.75)	141 (35.25)	170 (42.50)	58 (14.50)	0 (0.00)	3.36 (ปานกลาง)
2.7 ความเหมาะสมของราคา บริการเสริม เช่น ค่า โทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	34 (8.50)	133 (33.25)	111 (27.75)	66 (16.50)	56 (14.00)	3.06 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.41) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.27) ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่น ในกรณีที่พักหลายห้อง หรือหลายคืน (ค่าเฉลี่ย 3.19) และความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก	56 (14.00)	226 (56.50)	100 (25.00)	12 (3.00)	6 (1.50)	3.79 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น	51 (12.75)	192 (48.00)	128 (32.00)	25 (6.25)	4 (1.00)	3.65 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่	73 (18.25)	210 (52.50)	100 (25.00)	13 (3.25)	4 (1.00)	3.84 (มาก)
3.4 สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว	92 (23.00)	195 (48.75)	100 (25.00)	8 (2.00)	5 (1.25)	3.90 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	71 (17.75)	213 (53.25)	105 (26.25)	11 (2.75)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
3.6 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย	140 (35.00)	167 (41.75)	85 (21.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.86 (มาก)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือสถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.90) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.86) ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	12 (3.00)	169 (42.25)	126 (31.50)	56 (14.00)	37 (9.25)	3.16 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำ เที่ยว	39 (9.75)	100 (25.00)	133 (33.25)	95 (23.75)	33 (8.25)	3.04 (ปานกลาง)
4.3 การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่าง เป็นทางการ	64 (16.00)	109 (27.25)	141 (35.25)	59 (14.75)	27 (6.75)	3.31 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่พัก ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	44 (11.00)	121 (30.25)	92 (23.00)	98 (24.50)	45 (11.25)	3.05 (ปานกลาง)
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับ ลูกค้าประจำ หรือสมาชิก	43 (10.75)	80 (20.00)	166 (41.50)	68 (17.00)	43 (10.75)	3.03 (ปานกลาง)
4.6 การปรับลดราคาห้องพัก ในช่วงนอกฤดูกาล ท่องเที่ยว (Low Season)	55 (13.75)	115 (28.75)	133 (33.25)	67 (16.75)	30 (7.50)	3.25 (ปานกลาง)
4.7 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสม แต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อ แลกใช้สิทธิในการพักฟรี	37 (9.25)	112 (28.00)	138 (34.50)	56 (14.00)	57 (14.25)	3.04 (ปานกลาง)
4.8 การออกนุชรในงาน นิทรรศการเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวต่างๆ	11 (2.75)	91 (22.75)	151 (37.75)	54 (13.50)	93 (23.25)	2.68 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.07 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.25) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16) การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05) การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.04) การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.04) การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.1 พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	20 (5.00)	169 (42.25)	143 (35.75)	48 (12.00)	20 (5.00)	3.30 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	59 (14.75)	174 (43.50)	125 (31.25)	31 (7.75)	11 (2.75)	3.60 (มาก)
5.3 พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	93 (23.25)	178 (44.50)	95 (23.75)	28 (7.00)	6 (1.50)	3.81 (มาก)
5.4 พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	87 (21.75)	180 (45.00)	124 (31.00)	4 (1.00)	5 (1.25)	3.85 (มาก)
5.5 พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้อย่างดี	72 (18.00)	201 (50.25)	108 (27.00)	17 (4.25)	2 (0.50)	3.81 (มาก)
5.6 พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดีสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	69 (17.25)	178 (44.50)	130 (32.50)	15 (3.75)	8 (2.00)	3.71 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	119 (29.75)	162 (40.50)	100 (25.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น	133 (33.25)	188 (47.00)	63 (15.75)	16 (4.00)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77 (มาก)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.77)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และพนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.1 การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	87 (21.75)	206 (51.50)	96 (24.00)	6 (1.50)	5 (1.25)	3.91 (มาก)
6.2 การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก	81 (20.25)	207 (51.75)	94 (23.50)	13 (3.25)	5 (1.25)	3.87 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	54 (13.50)	235 (58.75)	103 (25.75)	8 (2.00)	0 (0.00)	3.84 (มาก)
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง	80 (20.00)	193 (48.25)	103 (25.75)	24 (6.00)	0 (0.00)	3.82 (มาก)
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น	78 (19.50)	229 (57.25)	91 (22.75)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มาถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	34 (8.50)	209 (52.25)	103 (25.75)	43 (10.75)	11 (2.75)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.7 การทำความสะอาดห้องพัก ของแม่บ้านเมื่อแขกออก จากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว	59 (14.75)	210 (52.50)	116 (29.00)	15 (3.75)	0 (0.00)	3.78 (มาก)
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	57 (14.25)	222 (55.50)	109 (27.25)	8 (2.00)	4 (1.00)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.81 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.81)

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ความพร้อมของห้องพัก สำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.96) การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.82) ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.1 ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ ชัดเจน	91 (22.75)	194 (48.50)	95 (23.75)	12 (3.00)	8 (2.00)	3.87 (มาก)
7.2 ความสะอาดของบริเวณ อาคารสถานที่โดยรวม	87 (21.75)	210 (52.50)	98 (24.50)	3 (0.75)	2 (0.50)	3.94 (มาก)
7.3 บรรยากาศและความ สวยงามของสถานที่ โดยรวม	114 (28.50)	183 (45.75)	77 (19.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและ การถ่ายเทอากาศที่ดีภายใน อาคาร	85 (21.25)	198 (49.50)	109 (27.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	3.90 (มาก)
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณ รับรอง (Lobby) ที่ดูดี มี รสนิยม	59 (14.75)	191 (47.75)	113 (28.25)	11 (2.75)	26 (6.50)	3.62 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่ จัดไว้ให้บริการในบริเวณ รับรอง (Lobby)	98 (24.50)	200 (50.00)	82 (20.50)	20 (5.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี	117 (29.25)	174 (43.50)	79 (19.75)	24 (6.00)	6 (1.50)	3.93 (มาก)
7.8 การมีระบบรักษาความ ปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความ ปลอดภัยประจำการ การมี ระบบกล้องวงจรปิด เป็น ต้น	146 (36.50)	136 (34.00)	90 (22.50)	20 (5.00)	8 (2.00)	3.98 (มาก)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มี ความสวยงาม	68 (17.00)	145 (36.25)	132 (33.00)	22 (5.50)	33 (8.25)	3.48 (ปานกลาง)
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของ ที่พัก	48 (12.00)	110 (27.50)	166 (41.50)	18 (4.50)	58 (14.50)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.78 (มาก)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.78)

โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 3.94) เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.48) และการมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.21	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านราคา	3.36	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านสถานที่	3.86	มาก	1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.77	มาก	4
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	มาก	2
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.78	มาก	3

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านบุคลากร ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านราคา ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

- ควรมีที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอ (15 ราย)
- ควรอัปเดตข้อมูลทาง Website ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมใช้งาน (12 ราย)
- ควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (10 ราย)
- ทางเดินระหว่างห้องน้ำ รอบอาคาร มีดเค็มไป น่าจะเพิ่มแสงไฟในช่วงเวลากลางคืนให้มากขึ้น รวมถึงในห้องพักด้วยน่าจะเพิ่มแสงสว่างให้สว่างกว่านี้ (7 ราย)
- อยากให้มีความปลอดภัยและการดูแลนอกเหนือจากที่กล้องวงจรปิด (6 ราย)
- ควรมีที่พักที่สามารถอยู่รวมกันได้หลายคนโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม เพราะอย่างไรก็นอนรวมกันห้องเดียว (5 ราย)
- ควรมีอินเทอร์เน็ตในห้องพัก (4 ราย)
- ควรมีการตกแต่งห้องพักให้สวยงามน่าอยู่ (3 ราย)
- พนักงานให้บริการบางคนเป็นคนท้องถิ่นหรือชาวเขา ซึ่งทำให้มีปัญหาในการสื่อสาร (2 ราย)
- ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของห้องพัก พร้อมอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอไม่ควรให้ลูกค้าไปพบก่อน (2 ราย)
- ที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ (2 ราย)
- ควรปรับปรุงห้องพัก สัญญาณ โทรศัพท์ในห้องพัก (2 ราย)
- เรื่องของเสียงรบกวนอยากให้ที่พักรต่างๆ เป็นเหมือนที่พักรจริงๆ คือเงียบสบาย ถ้าเกิดเสียงรบกวนแล้วจะทำให้เสียบรรยากาศการพักผ่อนได้ (1 ราย)
- อยากให้พนักงานดูแลห้องพักข้างห้องส่งเสียงดังมาก (1 ราย)
- อยากให้แต่ละสถานที่พักรมีรูปแบบห้องที่แตกต่างกันออกไป (1 ราย)
- ลีอบบี้มีดเค็มไป (1 ราย)
- มีปัญหาในการติดต่อผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม ได้แก่ มีการใช้ขนาดตัวอักษรและสีที่สามารถมองเห็นได้ยาก มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมน้อย (1 ราย)
- มีปัญหาในการติดต่อสอบถามทางอีเมลใช้เวลารอคอยการตอบรับนาน (1 ราย)
- ราคาห้องพักในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ หรือ วันหยุดเทศกาล มีราคาสูงกว่าราคาในวันปกติ ซึ่งทางโรงแรมควรมีการกำหนดราคาที่ตั้งอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน (1 ราย)
- โรงแรมไม่มีบริการรถรับ (1 ราย)
- โรงแรมควรมีส่วนลด หรือจัดแพคเกจห้องพักพร้อมบริการอื่นๆ ในราคาพิเศษสำหรับผู้ที่พักห้องพักขนาดใหญ่หรือกลุ่มครอบครัว (1 ราย)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก	3.53 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
1.2 ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี	3.62 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
1.3 จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.66 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
1.4 ความสะอาดของห้องพัก	3.95 (มาก)	3.66 (มาก)
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยมน	3.64 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น	3.86 (มาก)	3.59 (มาก)
1.7 การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม	3.74 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
1.8 การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้บริการ	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
1.9 การมีสระว่ายน้ำ	2.44 (น้อย)	2.34 (น้อย)
1.10 การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย	2.35 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)
1.11 การมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวด แผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	2.70 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
1.12 การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.23 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
1.13 การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น	2.95 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอ แบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	2.89 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.15 การมีบริการซักอบรีด	2.93 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
1.16 การมีบริการอาหารเช้า	3.22 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
1.17 การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

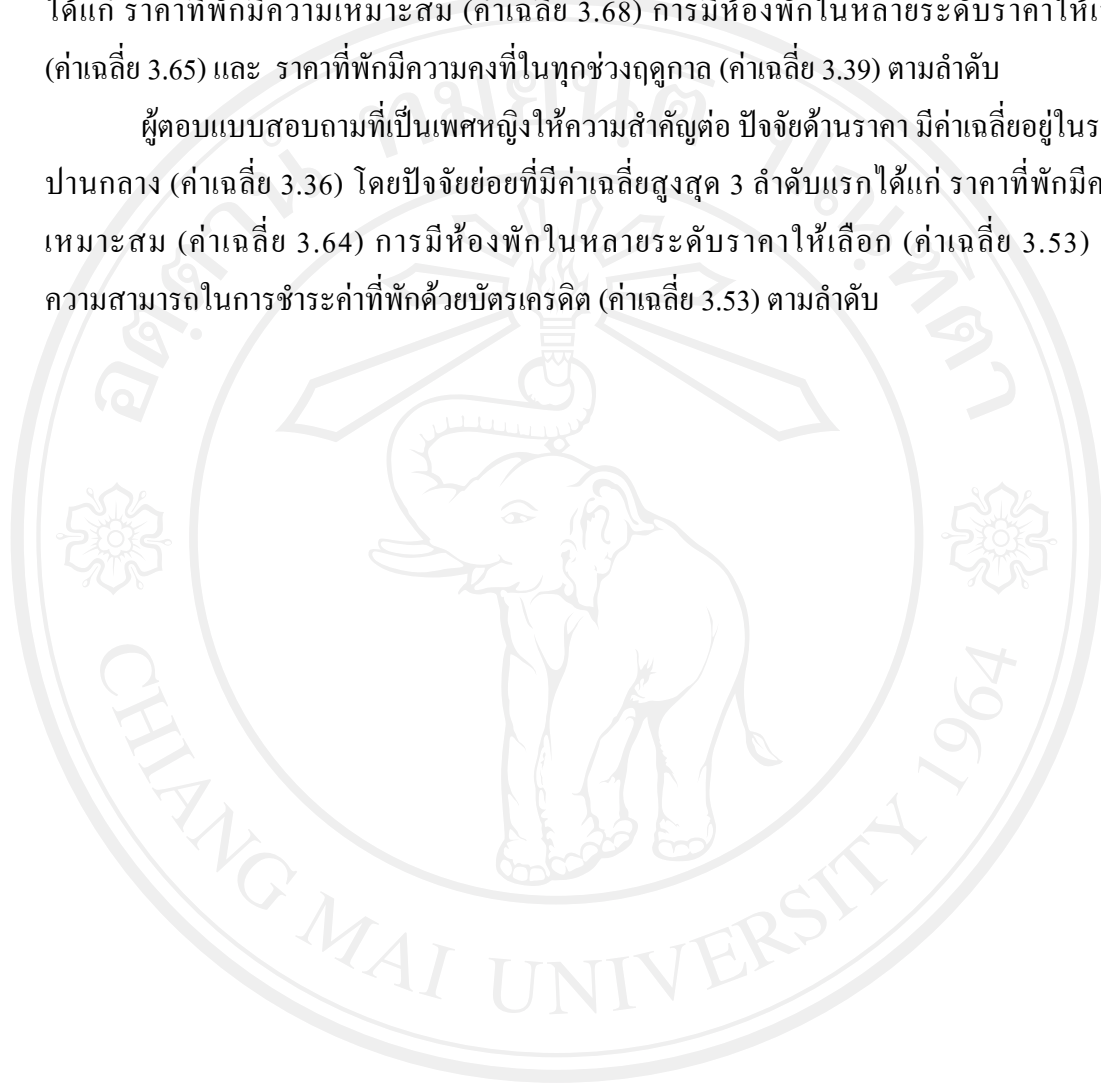
ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.66) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ การมีบริการอาหารเช้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
2.2 ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่น ในกรณีที่พักหลายห้องหรือหลายคืน	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
2.3 ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล	3.39 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)
2.5 ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต	3.29 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้	3.24 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) การมีห้องพักรในหลายระดับราคาให้เลือกร (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64) การมีห้องพักรในหลายระดับราคาให้เลือกร (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักรด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก	3.94 (มาก)	3.62 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น	3.75 (มาก)	3.55 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)
3.4 สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว	4.08 (มาก)	3.71 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
3.6 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย	4.26 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.26) สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ความใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	3.28 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว	3.20 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
4.3 การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ	3.42 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	3.11 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก	2.98 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
4.6 การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)	3.20 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
4.7 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกเปลี่ยนสิทธิในการพักฟรี	2.99 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
4.8 การออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ	2.60 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) การโฆษณาทางแผ่นพับสิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ การโฆษณาในหนังสือนันทิเยว (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.30) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พักเพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.28 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
5.3 พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
5.4 พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)
5.5 พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)
5.6 พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	4.09 (มาก)	3.81 (มาก)
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น	4.07 (มาก)	3.84 (มาก)
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.50 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
6.7 การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคี่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคี่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.01 (มาก)	3.72 (มาก)
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม	4.08 (มาก)	3.79 (มาก)
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)	4.11 (มาก)	3.76 (มาก)
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย N = 205	หญิง N = 195
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม	3.29 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก	3.05 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
1.2 ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี	3.83 (มาก)	3.53 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
1.3 จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.83 (มาก)	3.58 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
1.4 ความสะอาดของห้องพัก	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม	3.83 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น	4.29 (มาก)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม	4.29 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)
1.8 การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้ สายให้บริการ	3.76 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
1.9 การมีสระว่ายน้ำ	2.76 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.42 (น้อย)
1.10 การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการ ออกกำลังกาย	3.07 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)
1.11 การมีบริการเสริมเพื่อการดูแล สุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	3.37 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
1.12 การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	3.83 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
1.13 การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถ เช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น	3.39 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	3.83 (มาก)	2.61 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
1.15 การมีบริการซักอบรีด	3.02 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
1.16 การมีบริการอาหารเช้า	3.44 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
1.17 การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น	3.51 (มาก)	2.72 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.73) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ การมีบริการอาหารเช้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.94) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)
2.2 ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่นในกรณีที่พักหลายห้อง หรือหลายคืน	3.39 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
2.3 ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล	3.39 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก	3.90 (มาก)	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)
2.5 ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.76 (มาก)
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้	3.68 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.34 (มาก)	2.66 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.34) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.76) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก	4.32 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ใน ท้องถิ่น	3.73 (มาก)	4.01 (มาก)	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)
3.4 สถานที่พักที่มีความสงบ มีความ เป็นส่วนตัว	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และ เพียงพอ	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
3.6 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย	4.24 (มาก)	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.32) สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.01) และ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.19) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	3.37 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว	3.15 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
4.3 การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ	3.51 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่าน ช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	2.93 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้า ประจำ หรือสมาชิก	3.34 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
4.6 การปรับลดราคาห้องพักลงในช่วง นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)	2.63 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
4.7 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้ม จำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิ ในการพักฟรี	2.54 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
4.8 การออกบูธในงานนิทรรศการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ	2.83 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.04 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.23) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.18) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.38) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.27) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี N = 41	21 – 30 ปี N = 158	31 – 40 ปี N = 106	41 ปีขึ้นไป N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.68 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.76 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.88 (มาก)
5.3 พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)
5.4 พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	4.15 (มาก)
5.5 พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ได้เป็นอย่างดี	4.07 (มาก)	3.66 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
5.6 พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.88 (มาก)	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	4.32 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือ ชำระเงินเกิน เป็นต้น	4.61 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.61) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	N = 41	N = 158	N = 106	N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การจองห้องพักที่สามารถทำได้ อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	4.15 (มาก)	3.71 (มาก)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อ เดินทางมายังสถานที่พัก	4.17 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	4.02 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้า ห้องพัก (Check-in) ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.93 (มาก)	3.59 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการ อื่นๆ ที่มีความถูกต้อง	3.39 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับ การให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการ พร้อม เป็นต้น	4.07 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	4.14 (มาก)
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room- Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่ง อาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพักที่มี ความรวดเร็วและถูกต้อง	3.02 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	N = 41	N = 158	N = 106	N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.7 การทำความสะอาดห้องพักของ แม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มี ความสะอาด เป็นระเบียบ และ รวดเร็ว	3.49 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ ยุ่งยาก	3.49 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม

เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	N = 41	N = 158	N = 106	N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อที่ปักที่มองเห็น ได้ชัดเจน	4.07 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	4.05 (มาก)
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม	3.59 (มาก)	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)	4.20 (มาก)
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร	3.66 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม	4.17 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)	4.24 (มาก)	4.03 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	4.39 (มาก)	3.61 (มาก)	3.91 (มาก)	4.29 (มาก)

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	N = 41	N = 158	N = 106	N = 95
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	4.68 (มากที่สุด)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	4.07 (มาก)
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม	4.37 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก	3.49 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.68) เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) และ โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.97) อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.29) บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
1.2 ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)
1.3 จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.66 (มาก)	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)
1.4 ความสะอาดของห้องพัก	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ห้องพักที่มีความ ครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	4.03 (มาก)
1.7 การมีเคเบิ้ล ทีวีเพื่อการรับชม	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
1.8 การมีบริการ อินเทอร์เน็ตแบบ ไร้สายให้บริการ	2.51 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
1.9 การมีสระว่าย น้ำ	1.63 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.16 (น้อย)
1.10 การมีฟิต เนส หรือบริเวณ เพื่อการออกกำลังกาย	1.86 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.11 การมีบริการ เสริมเพื่อการดูแล สุขภาพ เช่น การ นวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	2.39 (น้อย)	2.94 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
1.12 การมี ห้องอาหาร เพื่อ ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม	2.97 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
1.13 การมีบริการ ด้านการ ท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำ เที่ยว หรือการจัด รถเช่า/คนขับเพื่อ การเดินทาง เป็น ต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	2.78 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
1.15 การมีบริการ ซักอบรีด	2.41 (น้อย)	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
1.16 การมีบริการ อาหารเช้า	2.63 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
1.17 การมีผลิต ภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้อง พัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น	2.49 (น้อย)	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบริการอาหารเช้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.71) การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.03) ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาที่พิกมี ความเหมาะสม	3.24 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.56 (มาก)
2.2 ราคาที่พิก สามารถต่อรอง ได้ เช่นในกรณีที่ พิกหลายห้อง หรือหลายคืน	2.63 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
2.3 ราคาที่พิกมี ความคงที่ในทุก ช่วงฤดูกาล	2.63 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
2.4 การมีห้องพิก ในหลายระดับ ราคาให้เลือก	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
2.5 ความสามารถใน การชำระค่าที่พิก ด้วยบัตรเครดิต	2.86 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักรักจัดให้	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	2.88 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.03 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักรับในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักรักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ ราคาที่พักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.62) และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) และราคาที่พักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน สถานที่	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่ สะดวกในการ เดินทางมาพัก	4.15 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)	3.53 (มาก)	3.97 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
3.2 ความใกล้ แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น	3.42 (ปาน กลาง)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)
3.3 ความใกล้ แหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ ในท้องที่	4.08 (มาก)	3.60 (มาก)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
3.4 สถานที่พักที่มี ความสงบ มี ความเป็น ส่วนตัว	4.27 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.87 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
3.5 การมีที่จอดรถ ที่กว้างขวาง และเพียงพอ	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน สถานที่	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.6 สถานที่ตั้ง ที่มีความ ปลอดภัย	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	3.74 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ
ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ
แรกได้แก่ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.27) ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง
มาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความ
ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ สถานที่พักที่
มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่
สะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.11) สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ
สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่

ที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.28) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจ ส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทาง แผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	2.76 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาใน หนังสือพิมพ์	2.58 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
4.3 การมีเว็บไซต์ ของที่พักอย่างเป็นทางการ	2.76 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจ ส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่ พิกผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	2.31 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
4.5 การลดราคา ห้องพักสำหรับ ลูกค้าประจำ หรือ สมาชิก	2.63 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
4.6 การปรับลด ราคาห้องพัก ในช่วงนอกฤดูกาล ท่องเที่ยว (Low Season)	2.49 (น้อย)	3.29 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
4.7 การมีบัตร สมาชิก เพื่อสะสม แต้มจำนวนคืนที่ พัก เพื่อแลกใช้ สิทธิในการพักฟรี	2.49 (น้อย)	3.19 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจ ส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 การออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ	2.17 (น้อย)	2.90 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.52 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 2.77) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.76) และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ การโฆษณาในหนังสือนันทิย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี

(ค่าเฉลี่ย 3.11) การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักลงในชวณอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.74) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) การปรับลดราคาห้องพักลงในชวณอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.25) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานที่มี จำนวนเพียงพอใน การให้บริการ	3.17 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานที่ดูแล เอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	3.27 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
5.3 พนักงานที่ พูดจาสุภาพ อ่อน น้อม	3.63 (มาก)	4.04 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.56 (มาก)
5.4 พนักงานที่ ให้บริการได้อย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว	3.61 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	3.72 (มาก)
5.5 พนักงานที่ สามารถแนะนำ เกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ ใน ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	3.63 (มาก)	3.98 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.6 พนักงานที่มี ความรู้ ความสามารถใน การให้บริการเป็น อย่างดี สามารถ แก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าได้	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
5.7 พนักงาน ให้บริการลูกค้าทุก รายอย่างเสมอภาค	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.63 (มาก)
5.8 พนักงานมี ความซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า เช่น ทักท้วง ทันทีเมื่อลูกค้าลืม ของ หรือชำระเงิน เกิน เป็นต้น	4.14 (มาก)	4.48 (มาก)	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ
ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3

ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.75) พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การจอง ห้องพักที่สามารถ ทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.63 (มาก)	4.23 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	4.08 (มาก)	4.19 (มาก)
6.2 การทักทาย และต้อนรับลูกค้า เมื่อเดินทางมายัง สถานที่พัก	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.61 (มาก)	4.02 (มาก)	4.19 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการ ลงทะเบียนเข้า ห้องพัก (Check- in) ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.53 (มาก)	3.94 (มาก)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
6.4 การคิดค่า ห้องพัก และ ค่าบริการอื่นๆ ที่มี ความถูกต้อง	3.25 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	3.56 (มาก)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.5 ความพร้อมของห้องพักให้บริการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคั้มให้บริการพร้อมเป็นต้น	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	4.16 (มาก)	3.88 (มาก)
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหาร/เครื่องคั้มถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.07 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงาน บริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.7 การทำความสะอาดห้องพัก ของแม่บ้านเมื่อ แขกออกจากห้อง ที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และ รวดเร็ว	3.51 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.63 (มาก)	4.08 (มาก)	3.56 (มาก)
6.8 ขั้นตอนการ ออกจากที่พัก (Check-out) ที่มี ความรวดเร็ว ไม่ ยุ่งยาก	3.63 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.88) การ

พักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) การพักท่ายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงานรัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงานบริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)	4.02 (มาก)	4.34 (มาก)
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม	4.12 (มาก)	3.71 (มาก)	4.04 (มาก)	3.71 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.62 (มาก)	4.17 (มาก)	3.84 (มาก)
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม	3.47 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.54 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงานรัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงานบริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	3.76 (มาก)	3.97 (มาก)	3.56 (มาก)
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	3.92 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัย ประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	4.24 (มาก)	3.73 (มาก)	4.18 (มาก)	3.66 (มาก)	4.16 (มาก)	3.97 (มาก)
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม	3.29 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา N = 59	ข้าราชการ N = 48	พนักงานรัฐวิสาหกิจ N = 28	พนักงานบริษัทเอกชน N = 100	ธุรกิจส่วนตัว N = 133	พ่อบ้าน/แม่บ้าน N = 32
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก	2.73 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงาน

รักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.18) เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.35) อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.53) ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก	3.31 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
1.2 ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
1.3 จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
1.4 ความสะอาดของห้องพัก	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยมน	3.69 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม	4.01 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.55 (มาก)
1.8 การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้ สายให้บริการ	3.52 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
1.9 การมีสระว่ายน้ำ	2.62 (ปานกลาง)	2.01 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)
1.10 การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการ ออกกำลังกาย	2.98 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.17 (น้อย)
1.11 การมีบริการเสริมเพื่อการดูแล สุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	3.14 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.44 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)
1.12 การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	3.51 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
1.13 การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถ เช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น	3.33 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายใน ห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	3.37 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
1.15 การมีบริการซักอบรีด	3.15 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
1.16 การมีบริการอาหารเช้า	3.81 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
1.17 การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น	3.66 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 4.01) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.88) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการ รับชม (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาที่พักมีความเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
2.2 ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่นใน กรณีที่พักหลายห้อง หรือหลายคืน	3.57 (มาก)	2.77 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
2.3 ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วง ฤดูกาล	3.62 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้ เลือก	4.13 (มาก)	3.52 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
2.5 ความสามารถในการชำระค่าที่พัก ด้วยบัตรเครดิต	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและ เครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้	3.84 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.56 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.59) การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.31) และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.58) และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก	4.16 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)
3.2 ความใกล้ชิดแหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)
3.3 ความใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ใน ท้องถิ่น	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	4.07 (มาก)	3.81 (มาก)
3.4 สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็น ส่วนตัว	4.03 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และ เพียงพอ	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
3.6 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ	3.20 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว	2.94 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
4.3 การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ	3.50 (มาก)	2.77 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่าน ช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	3.02 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้า ประจำ หรือสมาชิก	3.45 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
4.6 การปรับลดราคาห้องพักลงในช่วง นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)	3.23 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)
4.7 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้ม จำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิใน การพักฟรี	3.09 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 การออกบูธในงานนิทรรศการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ	3.01 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.06) การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.05) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.19) การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.50 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.92 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
5.3 พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.97 (มาก)	3.65 (มาก)	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)
5.4 พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.07 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
5.5 พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	4.08 (มาก)	3.51 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)
5.6 พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.02 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	4.27 (มาก)	3.78 (มาก)	4.03 (มาก)	3.72 (มาก)

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาทขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น	4.52 (มากที่สุด)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัย ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็น ต้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ พนักงานที่ พูดยาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาท ขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	4.27 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก	4.13 (มาก)	4.01 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	4.14 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.56 (มาก)
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น	4.27 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.73 (มาก)	3.60 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาท ขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.7 การทำความสะอาดห้องพักของ แม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มี ความสะอาด เป็นระเบียบ และ รวดเร็ว	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	3.53 (มาก)	3.87 (มาก)
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check- out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ การทำความสะอาดห้องพัก

ของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.92) การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ความพร้อมของ ห้องพักรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และ เครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัด หมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาท ขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.15 (มาก)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคาร สถานที่โดยรวม	4.14 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของ สถานที่โดยรวม	3.99 (มาก)	3.84 (มาก)	3.94 (มาก)	4.07 (มาก)
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเท อากาศที่ดีภายในอาคาร	4.02 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม	4.07 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	4.34 (มาก)	4.12 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษา ความปลอดภัยประจำการ การมี ระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	4.49 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท N = 86	10,001 – 15,000 บาท N = 81	15,001 – 20,000 บาท N = 133	20,001 บาท ขึ้นไป N = 100
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม	4.02 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก	3.37 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.49) เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 3.99) และบรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.08) บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ