

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรม
2. ข้อมูลการใช้บริการโรงแรม
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
4. ปัญหาที่พบในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	116	58.0
หญิง	84	42.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.0 และเพศหญิง ร้อยละ 42.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5	2.5
21-30 ปี	64	32.0
31-40 ปี	66	33.0
41-50 ปี	54	27.0
51-60 ปี	9	4.5
60 ปีขึ้นไป	2	1.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุดร้อยละ 33.4 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 32.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 27.0 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 4.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 2.5 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	17	8.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	57	28.5
พนักงานบริษัทเอกชน	51	25.5
รับราชการ	46	23.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	14.5
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 28.5 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.5 รับราชการ ร้อยละ 23.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.5 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	10.0
5,001 - 10,000 บาท	76	38.0
10,001 - 15,000 บาท	55	27.5
15,001 - 20,000 บาท	34	17.0
20,001 บาท ขึ้นไป	15	7.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 27.5 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 17.0 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 10.0 และรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	56	28.0
เชียงใหม่	24	12.0
ลำพูน	12	6.0
พะเยา	10	5.0
ขอนแก่น	10	5.0
ระยอง	9	4.5
นครสวรรค์	8	4.0
แพร่	8	4.0
สุราษฎร์ธานี	7	3.5
พิษณุโลก	6	3.0
ลำปาง	6	3.0
ภูเก็ต	5	2.5
พังงา	4	1.5
นครราชสีมา	3	1.5
ศรีสะเกษ	3	1.5
กาญจนบุรี	3	1.5
กระบี่	3	1.5
เพชรบูรณ์	3	1.5
พิจิตร	3	1.5
แม่ฮ่องสอน	3	1.5
น่าน	2	1.0
กำแพงเพชร	2	1.0
เลย	2	1.0
อุดรธานี	2	1.0
ราชบุรี	2	1.0
สุพรรณบุรี	2	1.0
สุรินทร์	2	1.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด ร้อยละ 28.0 รองลงมาคือจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 12.0 และจังหวัดลำพูนร้อยละ 6.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทาง

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	91	45.5
เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า	53	26.5
เพื่อปฏิบัติงานราชการ	33	16.5
เพื่อการศึกษาค้นคว้า	14	7.0
เพื่อเยี่ยมญาติ	33	16.5
เพื่อประชุมสัมมนา	23	11.5
อื่น ๆ (แข่งขันกีฬา)	3	1.5
รวม		100

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือเพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ร้อยละ 26.5 เพื่อปฏิบัติงานราชการและเพื่อเยี่ยมญาติ ร้อยละ 16.5 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 11.5 เพื่อการศึกษาค้นคว้า ร้อยละ 7.0 และอื่น ๆ (แข่งขันกีฬา) ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามวิธีการเดินทาง

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	123	61.5
รถโดยสารประจำทาง	23	11.5
รถเช่า/รถตู้	55	27.5
อื่น ๆ (เครื่องบิน)	10	5.0
รวม		100

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้บริการส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือรถเช่า/รถตู้ ร้อยละ 27.5 รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 11.5 และอื่น ๆ (เครื่องบิน) ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	28	14.0
2 - 4 คน	101	50.5
5 - 6 คน	31	15.5
6 คน ขึ้นไป	39	19.5
อื่น ๆ (แคว้นแต่โอกาส)	1	0.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นกลุ่ม 2-4 คนมากที่สุด ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือเป็นกลุ่ม 6 คนขึ้นไป ร้อยละ 19.5 เป็นกลุ่ม 5-6 คนร้อยละ 15.5 เดินทางคนเดียว ร้อยละ 14.0 และอื่น ๆ (แคว้นแต่โอกาส) ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามโรงแรมที่เคยเข้าพัก

โรงแรมที่เคยเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรมเรือนทิพย์	68	34.0
โรงแรมแสนภู	62	31.0
โรงแรมนัมชี้เส็ง	39	19.5
โรงแรมโกลดันท์ไทรแองเกิ้ลอินน์	22	11.0
โรงแรมธิมมาอินน์	12	6.0
โรงแรมเพชรสยามพาเลซ	46	23.0
โรงแรมบ้านขุนยม	22	11.0
โรงแรมเวียงอินน์	15	7.5

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ได้เคยใช้บริการห้องพักที่โรงแรมเรือนทิพย์มากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือโรงแรมแสนภูร้อยละ 31.0 โรงแรมเพชรสยามพาเลซร้อยละ 23.0 โรงแรมนัมชี้เส็ง ร้อยละ 19.5 โรงแรมโกลดันท์ไทรแองเกิ้ลอินน์และโรงแรมบ้านขุนยม ร้อยละ 11.0 โรงแรมเวียงอินน์ ร้อยละ 7.5 และโรงแรมธิมมาอินน์ ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามราคาห้องพักที่เคยใช้บริการ

ราคาห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 300 บาท	-	-
301 - 500 บาท	61	30.5
501 - 1,000 บาท	136	68.0
1,001 - 1,500 บาท	3	1.5
1,501 บาท ขึ้นไป	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการห้องพักในราคา 501-1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 68.0 รองลงมาคือช่วงราคา 301-500 บาท ร้อยละ 30.5 และช่วงราคา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามแบบของห้องพัก

แบบของห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
เตียงคู่	109	54.5
เตียงเดี่ยว	91	45.5
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการห้องพักแบบเตียงคู่ ร้อยละ 54.5 และแบบเตียงเดี่ยว ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามการจองห้องพัก

การจองห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
จอง	91	45.5
ไม่จอง	109	54.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะไม่มี การจองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 54.5 และมีการจองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระยะเวลาในการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คืน	123	61.5
3 - 4 คืน	61	30.5
5 - 6 คืน	9	4.5
7 คืน ขึ้นไป	4	2.0
อื่น ๆ (30 คืน)	3	1.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เข้าพักเป็นเวลา 1-2 คืนมากที่สุด ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ ระยะเวลา 3-4 คืน ร้อยละ 30.5 ระยะเวลา 5-6 คืน ร้อยละ 4.5 ระยะเวลา 7 คืน ขึ้นไป ร้อยละ 2.0 และอื่น ๆ (30 คืน) ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้งต่อปี	79	39.5
3 - 4 ครั้งต่อปี	39	19.5
5 - 6 ครั้งต่อปี	6	3.0
6 ครั้งต่อปีขึ้นไป	28	14.0
ห่างกันนานกว่า 1 ปี	29	14.5
เพิ่งมาใช้บริการครั้งแรก	13	6.5
อื่น ๆ (เดือนละ 1 ครั้ง)	6	3.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรมต่อปีจำนวน 1-2 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 19.5 ห่างกันนานกว่า 1 ปี ร้อยละ 14.5 6 ครั้งต่อปีขึ้นไป ร้อยละ 14.0 เพิ่งมาใช้บริการครั้งแรก ร้อยละ 6.5 จำนวน 5-6 ครั้งต่อปีและเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	106	53.0
อินเทอร์เน็ต	3	1.5
ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	28	14.0
นิตยสาร	5	2.5
หนังสือพิมพ์	41	20.5
หนังสือแนะนำเที่ยว	74	37.0
วิทยุ	70	35.0
โทรทัศน์	13	6.5
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	58	29.0
บริษัทท่องเที่ยว	61	30.5
อื่น ๆ	2	1.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของโรงแรมที่ใช้บริการจากญาติหรือเพื่อนแนะนำมากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมาคือจากหนังสือแนะนำเที่ยว ร้อยละ 37.0 จากวิทยุร้อยละ 35.0 จากบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 30.5 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 29.0 จากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 20.5 จากใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ ร้อยละ 14.0 จากโทรทัศน์ ร้อยละ 6.5 จากนิตยสาร ร้อยละ 2.5 จากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 10 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าพัก

การตัดสินใจเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	111	55.5
ผู้ร่วมเดินทาง	68	34.0
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	8	4.0
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	7	3.5
ญาติ/เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้	6	3.0
อื่น ๆ	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือผู้ร่วมเดินทางเป็นผู้ตัดสินใจ ร้อยละ 34.0 บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 4.0 บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 3.5 และญาติ/เพื่อนในจังหวัดเป็นผู้จัดเตรียมให้ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ปัจจัยด้านการตลาด	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ลำดับ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ปัจจัยด้านสถานที่	87	43.5	102	51.0	11	5.5	-	-	-	-	-	-	4.38	มาก	1
2. ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	69	34.5	100	50.0	30	15.0	1	0.5	-	-	-	-	4.18	มาก	2
3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	56	28.0	97	48.5	47	23.5	-	-	-	-	-	-	4.05	มาก	4
4. ปัจจัยด้านวัสดุสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	34	17.0	106	53.0	47	23.5	6	3.0	2	1.0	5	2.5	3.75	มาก	5
5. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ เช่น ชื่อเสียงของ โรงแรม	23	11.5	106	53.0	58	29.0	10	5.0	2	1.0	1	0.5	3.68	มาก	6
6. ปัจจัยด้านราคา	66	33.0	95	47.5	38	19.0	1	0.5	-	-	-	-	4.13	มาก	3
รวม	335	27.92	606	50.5	231	19.25	18	1.5	4	0.33	6	0.5			

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดมากที่สุดอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก อันดับสองคือปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล อันดับสามคือปัจจัยด้านราคา อันดับสี่คือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม อันดับห้าคือปัจจัยด้านวัสดุสิ่งอำนวยความสะดวก และอันดับหกคือปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ปัจจัยด้านสถานที่	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%		
1. ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก	58	29.0	118	59.0	24	12.0	-	-	-	-	-	-	มาก	3
2. การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก	16	8.0	119	59.5	60	30.0	5	2.5	-	-	-	-	มาก	8
3. บรรยากาศภายในห้องพัก	39	19.5	116	58.0	45	22.5	-	-	-	-	-	-	มาก	4
4. อุปกรณ์ในห้องพัก	12	6.0	80	40.0	98	49.0	5	2.5	4	2.0	1	0.5	ปานกลาง	13
5. ขนาดของห้องพัก	13	6.5	95	47.5	91	45.5	1	0.5	-	-	-	-	มาก	10
6. ขนาดของเตียงนอน	16	8.0	83	41.5	97	48.5	4	2.0	-	-	-	-	มาก	11
7. ขนาดของห้องน้ำ	11	5.5	79	39.5	104	52.0	6	3.0	-	-	-	-	ปานกลาง	12
8. มีพนักงานบริการตลอด 24 ชม.	120	60.0	34	17.0	39	19.5	6	3.0	-	-	1	0.5	มาก	1
9. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	83	41.5	73	36.5	40	20.0	4	2.0	-	-	-	-	มาก	2
10. ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย	45	22.5	95	47.5	55	27.5	5	2.5	-	-	-	-	มาก	6
11. ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว	14	7.0	79	39.5	88	44.0	16	8.0	2	2	1	0.5	ปานกลาง	14

ปัจจัยด้านสถานที่	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ลำดับ	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%			
12. ใกล้เคียงสถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ	21	10.5	75	37.5	100	50.0	3	1.5	-	-	1	0.5	3.56	มาก	11
13. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก	37	18.5	115	57.5	46	23.0	2	1.0	-	-	-	-	3.94	มาก	5
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหว่าง	34	17.0	97	48.5	67	33.5	2	1.0	-	-	-	-	3.82	มาก	7
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	27	13.5	99	49.5	66	33.0	8	4.0	-	-	-	-	3.72	มาก	9
รวม	546	18.2	1357	45.24	1020	34	67	2.23	6	0.2	4	0.13	4.38	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุดเป็นอันดับมาก ในรายละเอียดพบว่าการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหว่าง การตกแต่งบริเวณโรงแรม และห้องพัก สถานที่จอดรถกว้างขวาง ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน และใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนขนาดของห้องน้ำ ปูพรมในห้องพัก และเรื่องใกล้สถานที่ท่องเที่ยว โดยเรียงตามลำดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ลำดับ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. สามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ	115	57.5	48	24.0	34	17.0	3	1.5	-	-	-	-	4.38	มาก	1
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย	25	12.5	103	51.5	71	35.5	1	0.5	-	-	-	-	3.76	มาก	7
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ	35	17.5	89	44.5	74	37.0	2	1.0	-	-	-	-	3.79	มาก	6
4. สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์	38	19.0	83	41.5	78	39.0	1	0.5	-	-	-	-	3.79	มาก	6
5. มีความน่าเชื่อถือ	27	13.5	107	53.5	63	31.5	3	1.5	-	-	-	-	3.79	มาก	6
6. สามารถไว้วางใจได้	48	24.0	105	52.5	42	21.0	5	2.5	-	-	-	-	3.98	มาก	4
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย	57	28.5	101	50.5	39	19.5	3	1.5	-	-	-	-	4.06	มาก	3
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	17	8.5	110	55.0	71	35.5	2	1.0	-	-	-	-	3.71	มาก	8
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	63	31.5	96	48.0	40	20.0	1	0.5	-	-	-	-	4.11	มาก	2
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	32	16.0	100	50.0	66	33.0	2	1.0	-	-	-	-	3.81	มาก	5
รวม	457	22.85	942	47.1	578	28.9	23	1.15	-	-	-	-	4.18	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ในรายละเอียดพบว่าสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจให้ความสำคัญด้านอันดับแรก รองลงมาคือ ความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง ให้บริการที่มีความปลอดภัย สามารถไว้วางใจได้ บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย และ บุคลิกภาพ การแต่งกายดี ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านถึงอำนวยความสะดวกที่พึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ปัจจัยด้านถึงอำนวยความสะดวก	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%			
1. โทรทัศน์	45	22.5	134	67.0	21	10.5	-	-	-	-	-	-	มาก	4.12	1
2. เครื่องที.วี.	21	10.5	80	40.0	82	41.0	13	6.5	4	2.0	-	-	มาก	3.51	7
3. โทรศัพท์	37	18.5	131	65.5	30	15.0	1	0.5	-	-	1	0.5	มาก	4.01	2
4. ตู้เย็น	20	10.0	140	70.0	36	18.0	4	2.0	-	-	-	-	มาก	3.88	4
5. มินิบาร์	10	5.0	84	42.0	79	39.5	22	11.0	3	1.5	2	1.0	ปานกลาง	3.35	8
6. เครื่องปรับอากาศ	30	15.0	123	61.5	45	22.5	2	1.0	-	-	-	-	มาก	3.91	3
7. พัดลม	4	2.0	52	26.0	33	16.5	18	9.0	19	9.5	74	37.0	น้อย	1.91	15
8. เครื่องทำน้ำอุ่น	15	7.5	116	58.0	65	32.5	4	2.0	-	-	-	-	มาก	3.71	6
9. บริการอินเทอร์เน็ต	11	5.5	31	15.5	76	38.0	60	30.0	13	6.5	9	4.5	ปานกลาง	2.70	11
10. ห้องออกกำลังกาย	7	3.5	40	20.0	62	31.0	59	29.5	8	4.0	24	12.0	ปานกลาง	2.54	13
11. สระว่ายน้ำ	9	4.5	36	18.0	67	33.5	54	27.0	11	5.5	23	11.5	ปานกลาง	2.55	12
12. บริการ ซัก-อบ-รีด	10	5.0	36	18.0	105	52.5	28	14.0	6	3.0	15	7.5	ปานกลาง	2.86	10
13. บริการจัดเตียง จัดประชุม	4	2.0	28	14.0	52	26.0	18	9.0	10	5.0	88	44.0	น้อย	1.67	17
14. บริการรถรับ-ส่งของโรงพยาบาล	15	7.5	33	16.5	39	19.5	17	8.5	6	3.0	90	45.0	น้อย	1.82	16
15. บริการนำเที่ยว	14	7.0	46	23.0	40	20.0	28	14.0	19	9.5	53	26.5	น้อย	2.25	14
16. ห้องอาหาร/ภัตตาคาร	32	16.0	111	55.5	49	24.5	7	3.5	-	-	1	0.5	มาก	3.83	5

ปัจจัยด้านปริมาณความสะดวก	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
17. คอฟฟี่ช็อฟ/ลานเบียร์	28	14.0	47	23.5	83	41.5	38	19.0	2	1.0	2	1.0	3.28	ปานกลาง	9
รวม	312	9.18	1268	37.29	964	28.35	373	10.97	101	2.97	382	11.24	4.05	มาก	

จากการวางที่ 20 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านถึงอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยโทรศัพท์
โทรศัพท์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องอาหาร/ภัตตาคาร เครื่องทำน้ำอุ่น และ เเคเบิ้ลทีวี. โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
มินิบาร์ คอฟฟี่ช็อฟ/ลานเบียร์ บริการซัก-อบ-รีด บริการอินเทอร์เน็ต erva และห้องออกกำลังกาย โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนบริการนำเที่ยว พักลม บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม และบริการจัดเตียงประชุม โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		การแปลผล	ลำดับ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ยุติหรือเพื่อนแนะนำ	108	54.0	51	25.5	29	14.5	10	5.0	1	0.5	1	0.5	4.26	มาก	1
2. โฆษณาทางอินเตอร์เน็ต	3	1.5	45	22.5	67	33.5	60	30.0	17	8.5	8	4.0	2.67	ปานกลาง	13
3. ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	9	4.5	60	30.0	82	41.0	45	22.5	3	1.5	1	0.5	3.12	ปานกลาง	11
4. โฆษณาทางนิตยสาร	12	6.0	62	31.0	93	46.5	25	12.5	3	1.5	5	2.5	3.20	ปานกลาง	10
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	20	10.0	72	36.0	86	43.0	17	8.5	-	-	5	2.5	3.40	ปานกลาง	8
6. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	10	5.0	81	40.5	91	45.5	17	8.5	-	-	1	0.5	3.41	ปานกลาง	7
7. โฆษณาทางวิทยุ	20	10.0	91	45.5	63	31.5	21	10.5	-	-	5	2.5	3.48	ปานกลาง	5
8. โฆษณาทางโทรทัศน์	28	14.0	88	44.0	56	28.0	23	11.5	-	-	5	2.5	3.53	มาก	3
9. ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว	11	5.5	86	43.0	82	41.0	18	9.0	2	1.0	1	0.5	3.42	ปานกลาง	6
10. ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	21	10.5	81	40.5	81	40.5	14	7.0	-	-	3	1.5	3.50	มาก	4
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด	18	9.0	36	18.0	75	37.5	56	28.0	8	4.0	7	3.5	2.90	ปานกลาง	12
12. การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ เช่น การพักเป็นเวลานานหลายคืน	37	18.5	100	50.0	53	26.5	9	4.5	1	0.5	-	-	3.82	มาก	2
13. การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และ อาทิตย์	20	10.0	61	30.5	96	48.0	21	10.5	1	0.5	1	0.5	3.38	ปานกลาง	9
รวม	317	12.2	914	35.15	954	36.69	336	12.93	36	1.38	43	1.65	3.75	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยญาติหรือเพื่อนแนะนำ การให้ที่พักส่วนลดเป็นพิเศษ โฆษณาทางโทรทัศน์ และข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โฆษณาทางวิทยุ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว โฆษณาทางหนังสือเที่ยว โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ โฆษณาทางนิตยสาร ใบปลิว โฆษณา/แผ่นพับ การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านลักษณะที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านลักษณะ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%			
1. ชื่อเสียงของโรงพยาบาล	32	16.0	137	68.5	30	15.0	-	-	-	-	1	0.5	3.99	มาก	1
2. โรงพยาบาลให้บริการมานาน	5	2.5	99	49.5	85	42.5	3	1.5	2	1.0	6	3.0	3.42	ปานกลาง	2
3. มีป้ายชื่อโรงพยาบาลให้เห็นอย่างชัดเจน	12	6.0	54	27.0	105	52.5	28	14.0	1	0.5	-	-	3.24	ปานกลาง	3
4. มีสาขาหลายแห่ง	6	3.0	25	12.5	68	34.0	50	25.0	13	6.5	38	19.0	2.24	น้อย	4
รวม	55	6.87	315	39.37	2.88	36	81	10.13	16	2	45	5.63	3.68	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสัญลักษณ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชื่อเสียงของโรงพยาบาลสำคัญอยู่ในระดับมาก โรงพยาบาลให้บริการมานาน มีป้ายชื่อโรงพยาบาลเห็นอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และการมีสาขาหลายแห่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจุบันด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ปัจจัยด้านราคา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ราคาห้องพัก	88	44.0	83	41.5	28	14.0	1	0.5	-	-	-	-	4.29	มาก	1
2. แสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน	25	12.5	112	56.0	58	29.0	5	2.5	-	-	-	-	3.79	มาก	2
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร	24	12.0	63	31.5	108	54.0	5	2.5	-	-	-	-	3.53	มาก	3
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	17	8.5	61	30.5	114	57.0	5	2.5	1	0.5	2	1.0	3.41	ปานกลาง	4
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	24	12.0	29	14.5	46	23.0	25	12.5	12	6.0	64	32.0	2.18	น้อย	5
รวม	178	17.8	348	34.8	354	35.4	40	4	13	1.3	66	6.6	4.13	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาห้องพัก แสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหาร โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการตลาด	ชาย	หญิง
1. ปัจจัยด้านสถานที่	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)
2. ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
4. ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)
5. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ เช่น ชื่อเสียงของโรงแรม	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)
6. ปัจจัยด้านราคา	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยเพศชายให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ตามลำดับ

เพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
ของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	ชาย	หญิง
1. ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก	4.21 (มาก)	4.12 (มาก)
2. การตกแต่งบริเวณ โรงแรมและห้องพัก	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
3. บรรยากาศภายในห้องพัก	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)
4. ปูพรมในห้องพัก	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
5. ขนาดของห้องพัก	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)
6. ขนาดของเตียงนอน	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)
7. ขนาดของห้องน้ำ	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
8. มีพนักงานบริการตลอด 24 ชม.	4.34 (มาก)	4.30 (มาก)
9. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)
10. ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)
11. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	3.34 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
12. ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)
13. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นทาง่าย	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.86 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.38 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญเรื่องความสะอาด การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย โรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นทาง่าย และการมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง อยู่ในระดับมาก

การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องน้ำ และโรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้บริการที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	ชาย	หญิง
1. สามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ	4.46 (มาก)	4.26 (มาก)
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)
4. สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)
5. มีความน่าเชื่อถือ	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)
6. สามารถไว้วางใจได้	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่าเพศชายให้ความสำคัญเรื่องความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจมากที่สุด รองลงมาคือ การเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และการให้บริการที่มีความปลอดภัยตามลำดับ ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจมากที่สุด รองลงมาคือ การเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และพนักงานสามารถไว้วางใจได้ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	หญิง
1. โทรทัศน์	4.24 (มาก)	3.95 (มาก)
2. เคนเบิ้ล ที.วี.	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
3. โทรศัพท์	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)
4. ตู้เย็น	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)
5. มินิบาร์	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
6. เครื่องปรับอากาศ	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
7. พัดลม	1.68 (น้อย)	2.23 (น้อย)
8. เครื่องทำน้ำอุ่น	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)
9. บริการอินเทอร์เน็ต	2.66 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
10. ห้องออกกำลังกาย	2.43 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)
11. สระว่ายน้ำ	2.31 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)
12. บริการ ชัก-อบ-รีด	2.82 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
13. บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม	1.66 (น้อย)	1.68 (น้อย)
14. บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม	1.78 (น้อย)	1.87 (น้อย)
15. บริการนำเที่ยว	2.27 (น้อย)	2.21 (น้อย)
16. ห้องอาหาร/ภัตตาคาร	3.7 (มาก)	3.76 (มาก)
17. คอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์	3.22 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญในด้านการมีโทรทัศน์ เคนเบิ้ล ที.วี. โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ห้องอาหาร/ภัตตาคารไว้บริการ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก การมีมินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการชัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีพัดลม ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรมและบริการนำเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญในด้านการมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ห้องอาหาร/ภัตตาคารไว้บริการ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เคนเบิ้ล ที.วี. การมีมินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการชัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีพัดลม บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรมและบริการนำเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	ชาย	หญิง
1. ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)
2. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	2.67 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)
3. ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	3.04 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางนิตยสาร	3.10 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.28 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
6. โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว	3.40 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
7. โฆษณาทางวิทยุ	3.38 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
8. โฆษณาทางโทรทัศน์	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
9. ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
10. ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด	2.80 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
12. การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ เช่น การพักเป็นเวลานานหลายคืน	3.90 (มาก)	3.70 (มาก)
13. การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์	3.43 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อยู่ในระดับมาก การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	ชาย	หญิง
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)
2. โรงแรมเปิดให้บริการมานาน	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
3. มีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.34 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. มีสาขาหลายแห่ง	2.32 (น้อย)	2.12 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานาน มีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม โรงแรมเปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย	หญิง
1. ราคาห้องพัก	4.40 (มาก)	4.14 (มาก)
2. แสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน	3.98 (มาก)	3.51 (มาก)
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.29 (น้อย)	2.02 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อราคาห้องพัก การแสดง
ราคาห้องพักไว้ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน
อยู่ในระดับมาก ราคาอาหารในห้องอาหาร ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญ
สำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการตลาด	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. ปัจจัยด้านสถานที่	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	4.42 (มาก)	4.46 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
2. ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	4.60 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.40 (มาก)	4.0 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
4. ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
5. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ เช่น ชื่อเสียงของโรงแรม	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
6. ปัจจัยด้านราคา	4.60 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการตลาดดังต่อไปนี้

ผู้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลและด้านราคามากเป็นอันดับแรก

ผู้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

ผู้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับแรก

ผู้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านวัสดุสื่อสารเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)	4.07 (มาก)	4.44 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
2. การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.69 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)
3. บรรยากาศภายในห้องพัก	4.40 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
4. ปูพรมในห้องพัก	4.00 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
5. ขนาดของห้องพัก	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
6. ขนาดของเตียงนอน	4.40 (มาก)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
7. ขนาดของห้องน้ำ	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
8. มีพนักงานบริการตลอด 24 ชม.	4.60 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
9. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.35 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
10. ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย	3.80 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.72 (มาก)	4.44 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
11. โถงสถานที่ห้องเที่ยว	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
12. โถงสถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ	3.40 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
13. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคันทาง่าย	4.40 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.38 (มาก)	3.54 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.38 (มาก)					

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. และระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินอยู่ในระดับมากที่สุด ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่าง และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการใกล้สถานที่ท่องเที่ยวและใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญเรื่อง ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่าง และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพักให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญเรื่อง ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่าง และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ และการใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มากที่สุด คำนึงเรื่องความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่าง และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก และขนาดของห้องน้ำ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. และการมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินอยู่ในระดับมากที่สุด เรื่องความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของเตียงนอน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่างไกลและสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของห้องน้ำ การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องบรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องน้ำ ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก และสถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่างไกลอยู่ในระดับมากที่สุด การตกแต่งบริเวณ โรงแรมและห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. การมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนเรื่องความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก และการมีระบบป้องกันไฟ และรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. สามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ	4.40 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ	3.60 (มาก)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
4. สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์	3.40 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
5. มีความน่าเชื่อถือ	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
6. สามารถไว้วางใจได้	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	3.87 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	4.40 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	4.40 (มาก)	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.40 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.89 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)					

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลดังนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกายดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก ส่วนความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความสุภาพและมีมนุษย

สัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมากทั้งหมด

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมากทั้งหมด

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกายดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนพนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ ในระดับมากที่สุดพนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ สุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ในระดับมากที่สุด ส่วนพนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย และบุคลิกภาพการแต่งกาย ดี อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. โทรศัพท์	4.20 (มาก)	3.98 (มาก)	4.29 (มาก)	4.02 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)
2. เคนเบิล ที.วี.	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	4.22 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
3. โทรศัพท์	4.40 (มาก)	3.95 (มาก)	4.12 (มาก)	3.85 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
4. ตู้เย็น	4.40 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
5. มินิบาร์	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
6. เครื่องปรับอากาศ	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.56 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
7. พัดลม	0.40 (ไม่มีความสำคัญ)	2.05 (น้อย)	1.70 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.22 (น้อย)	4.00 (มาก)
8. เครื่องทำน้ำอุ่น	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
9. บริการอินเทอร์เน็ต	3.20 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	4.00 (มาก)
10. ห้องออกกำลังกาย	3.40 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.41 (น้อย)	1.78 (น้อย)	4.00 (มาก)
11. สระว่ายน้ำ	3.80 (มาก)	2.72 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	1.89 (น้อย)	4.00 (มาก)
12. บริการ ชัก-อป-วีล	2.20 (น้อย)	2.94 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
13. บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม	0.60 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อย)	1.56 (น้อย)	1.59 (น้อย)	1.78 (น้อย)	4.00 (มาก)
14. บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม	2.80 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	1.89 (น้อย)	1.20 (น้อยที่สุด)	0.89 (น้อยที่สุด)	4.00 (มาก)
15. บริการนันทิย	1.60 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	1.85 (น้อย)	1.33 (น้อยที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)
16. ห้องอาหาร/ภัตตาคาร	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
17. คอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์	4.00 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)					

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ความสะดวกดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร/ภัตตาคารและคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องเคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย และบริการรถรับ-ส่งของโรงแรมอยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องบริการซัก-อบ-รีดและบริการนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องบริการจัดเลี้ยง จัดประชุมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนพักผ่อนอยู่ในระดับไม่มีความสำคัญ

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการซัก-อบ-รีดบริการนำเที่ยว และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพักผ่อน บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการรถรับ-ส่งของโรงแรมอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพักผ่อน ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม บริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต สระว่ายน้ำ บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพักผ่อน ห้องออกกำลังกาย บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องบริการรถรับ-ส่งของโรงแรมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง มินิบาร์ บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพักผ่อน บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และบริการจัดเลี้ยง จัดประชุมอยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องบริการรถรับ-ส่งของโรงแรมและบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญเรื่องการมีมินิบาร์ เครื่องปรับอากาศ และบริการซัก-อบ-รีด อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น พัดลม บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี เครื่องทำน้ำอุ่น บริการนำเที่ยวและห้องอาหาร/ภัตตาคาร อยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1.ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	5.00 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
2.โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	2.60 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
3.ใบปลิวโฆษณาแผ่นพับ	3.80 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
4.โฆษณาทางนิตยสาร	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
5.โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	4.40 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
6.โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
7.โฆษณาทางวิทยุ	4.00 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
8.โฆษณาทางโทรทัศน์	4.40 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.22 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
9.ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
10.ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.20 (มาก)	3.59 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด	3.20 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
12. การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ เช่น การพักเป็นเวลานานหลายคืน	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)	4.08 (มาก)	3.61 (มาก)	4.11 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
13. การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์	3.40 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)					

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำอยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ส่วนลดที่พึกเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ส่วนลดที่พึกเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ การให้ส่วนลดที่พึกเป็นกรณีพิเศษและการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์ อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลดอยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้ส่วนลดที่พึกเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำอยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องโฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การให้ส่วนลดที่พึกเป็นกรณีพิเศษ และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุด

สุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และการโฆษณาทางโทรทัศน์อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางหนังสือแนะนำ โฆษณาทางวิทยุ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องโฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการให้ส่วนลดที่พักเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
2. โรงแรมเปิดให้บริการมานาน	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
3. มีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็น อย่างชัดเจน	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
4. มีสาขาหลายแห่ง	1.60 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.07 (น้อย)	2.11 (น้อย)	5.00 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)					

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมากที่สุด โรงแรมเปิดให้บริการมานานให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมและโรงแรมเปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมากที่สุด โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องการมีสาขาหลายแห่งอยู่ในระดับมากที่สุด
ชื่อเสียงของโรงแรมและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ใน
ระดับมาก ส่วนโรงแรมเปิดให้บริการมานานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	<20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี
1. ราคาห้องพัก	3.80 (มาก)	4.09 (มาก)	4.47 (มาก)	4.28 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
2. แสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)	4.03 (มาก)	3.74 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร	4.20 (มาก)	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.40 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.00 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.02 (น้อย)	1.09 (น้อยที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)					

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหารอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหารอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก และการแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหารอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพักอยู่ในระดับมากที่สุด การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1. ปัจจัยด้านสถานที่	4.29 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)	4.41 (มาก)
2. ปัจจัยด้านบริการหรือ บุคคล	4.12 (มาก)	4.46 (มาก)	4.20 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.82 (มาก)	4.30 (มาก)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)
4. ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)
5. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)
6. ปัจจัยด้านราคา	4.47 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดดังต่อไปนี้

นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด

ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ
ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุด

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1.ความสะอาดบริเวณส่วน ต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก	4.12 (มาก)	4.28 (มาก)	4.27 (มาก)	4.0 (มาก)	4.07 (มาก)
2. การตกแต่งบริเวณโรงแรมและ ห้องพัก	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)
3. บรรยากาศภายในห้องพัก	3.94 (มาก)	4.0 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	4.0 (มาก)
4. ปูพรมในห้องพัก	3.59 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
5. ขนาดของห้องพัก	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)
6. ขนาดของเตียงนอน	4.06 (มาก)	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
7. ขนาดของห้องน้ำ	3.71 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
8. มีพนักงานบริการตลอด 24 ชม.	4.0 (มาก)	4.35 (มาก)	4.24 (มาก)	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)
9. ระบบรักษาความปลอดภัยใน ทรัพย์สิน	3.94 (มาก)	4.16 (มาก)	4.33 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)
10. ระบบป้องกันไฟและรักษา ความปลอดภัยตามกฎหมาย	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)	4.14 (มาก)	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)
11. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
12. ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่ง ธุรกิจ	3.47 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
13. การคมนาคมเดินทางไปมา สะดวก	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่างง่าย	4.0 (มาก)	3.79 (มาก)	4.02 (มาก)	3.70 (มาก)	3.59 (มาก)
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	4.02 (มาก)	3.59 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม			4.38 (มาก)		

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการใกล้สถานที่ติดต่อบริษัท/แหล่งธุรกิจให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว การใกล้สถานที่ติดต่อบริษัท/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพักและขนาดของห้องน้ำให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การใกล้สถานที่ติดต่อบริษัท/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการใกล้สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องน้ำ การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และใกล้สถานที่ติดต่อบริษัท/แหล่งธุรกิจ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณ โรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก และสถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่างย ให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1.สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ	4.47 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.34 (มาก)
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจ ง่าย	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)	3.94 (มาก)	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้ บริการ	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)
4. สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์	3.47 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)
5. มีความน่าเชื่อถือ	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	3.96 (มาก)	3.59 (มาก)	3.79 (มาก)
6. สามารถไว้วางใจได้	4.24 (มาก)	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	3.65 (มาก)	4.14 (มาก)
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	4.06 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	3.88 (มาก)	4.26 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)	4.31 (มาก)
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม กัน	4.06 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม			4.18 (มาก)		

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการเป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมาก ส่วนความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความ

ปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมาก

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ผู้ให้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1. โทรศัพท์	4.35 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)
2. เคเบิล ที.วี.	3.18 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
3. โทรศัพท์	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	4.03 (มาก)
4. ตู้เย็น	4.06 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
5. มินิบาร์	3.18 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
6. เครื่องปรับอากาศ	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)
7. พัดลม	1.24 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อย)	2.25 (น้อย)	1.91 (น้อย)	1.55 (น้อย)
8. เครื่องทำน้ำอุ่น	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
9. บริการอินเทอร์เน็ต	3.41 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.85 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)
10. ห้องออกกำลังกาย	3.71 (มาก)	2.54 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.28 (น้อย)
11. สระว่ายน้ำ	4.06 (มาก)	2.65 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.10 (น้อย)
12. บริการ ซัก-อบ-รีด	2.65 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
13. บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม	0.82 (น้อยที่สุด)	1.33 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อย)	2.11 (น้อย)	1.41 (น้อยที่สุด)
14. บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม	2.18 (น้อย)	1.42 (น้อยที่สุด)	2.53 (ปานกลาง)	1.78 (น้อย)	1.21 (น้อยที่สุด)
15. บริการนำเที่ยว	2.53 (ปานกลาง)	2.09 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)	1.72 (น้อย)
16. ห้องอาหาร/ภัตตาคาร	2.59 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.72 (มาก)
17. คอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์	3.65 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม			4.05 (มาก)		

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ความสะดวกดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และคอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด บริการนำเที่ยว และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องบริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม อยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุและบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องการมีพัสดุและบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง มินิบาร์ บริการซัก-อบ-รีด บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม บริการนำเที่ยว และคอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องการมีพัสดุ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม อยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องเคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องการมีพัสดุ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น มินิบาร์ เครื่องปรับอากาศ และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เครื่องทำน้ำอุ่น และมีคอฟฟี่ช้อฟ/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่อง การมีพัสดุ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการซัก-อบ-รีด และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1. ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	4.18 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)	4.02 (มาก)	4.34 (มาก)
2. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.18 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)	2.83 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)
3. ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	3.94 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางนิตยสาร	3.71 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.88 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
6. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.47 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
7. โฆษณาทางวิทยุ	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
8. โฆษณาทางโทรทัศน์	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.66 (มาก)
9. ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
10. ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.59 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
12. การให้ส่วนลดที่พักเป็นกรณีพิเศษ เช่น การพักเป็นเวลานานหลายคืน	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)
13. การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ ใช้วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เถาร์ และอาทิตย์	3.24 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)				

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร
ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ ใปลิว โฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ส่วนลดที่พักร เป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาทาง หนังสือแนะนำเที่ยว การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุด สดส์ปด้าห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ โฆษณาทาง วิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้ส่วนลดที่พักรเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญ เรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ใปลิว โฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทาง หนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุด สดส์ปด้าห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ การให้ ส่วนลดที่พักรเป็นกรณีพิเศษและการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสดส์ปด้าห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องใปลิว โฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสมัครสมาชิกเพื่อได้ ส่วนลดอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ส่วนลดที่พักรเป็น กรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตใปลิว โฆษณา/แผ่น พับ โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว โฆษณาทางวิทยุ การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสดส์ปด้าห์ สุกร์ เสาร์และอาทิตย์ อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำ โฆษณา ทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ส่วนลดที่ พักเป็นกรณีพิเศษอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องใปลิว โฆษณา/แผ่นพับ โฆษณาทาง นิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือแนะนำเที่ยว ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว การ สมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด และการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสดส์ปด้าห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	4.41 (มาก)	4.05 (มาก)	3.84 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)
2. โรงแรมเปิดให้บริการมานาน	3.65 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
3. มีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็น อย่างชัดเจน	3.18 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
4. มีสาขาหลายแห่ง	2.24 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)	2.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)				

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสัญลักษณ์
ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมและโรงแรม
เปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญ
อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับ
มาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญ
อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ใน
ระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญ
อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมอยู่ในระดับมาก โรงแรม
เปิดให้บริการมานาน การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน และการมีสาขาหลายแห่งให้
ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมและโรงแรม
เปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญ
อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
1. ราคาห้องพัก	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.48 (มาก)
2. แสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน	3.65 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.76 (มาก)
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร	3.76 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.53 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	1.12 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	1.83 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)				

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก และการแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่รับราชการ ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหาร อยู่ในระดับมาก ส่วนราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการตลาด	<5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. ปัจจัยด้านสถานที่	4.35 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)	4.13 (มาก)
2. ปัจจัยด้านบริการหรือ บุคคล	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	4.04 (มาก)	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.85 (มาก)	4.18 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)
4. ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
5. ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)
6. ปัจจัยด้านราคา	4.40 (มาก)	4.09 (มาก)	4.27 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้บริการจำแนกตามรายได้โดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดดังนี้คือ

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด

ผู้ที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุด

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุด

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่และด้านราคามากที่สุด

และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลมากที่สุด

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสถานที่	<5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. ความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)
2. การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
3. บรรยากาศภายในห้องพัก	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	4.20 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)
4. ปูพรมในห้องพัก	3.55 (มาก)	3.51 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
5. ขนาดของห้องพัก	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
6. ขนาดของเตียงนอน	3.90 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
7. ขนาดของห้องน้ำ	3.70 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
8. มีพนักงานบริการตลอด 24 ชม.	4.05 (มาก)	4.21 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
9. ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	4.35 (มาก)	4.38 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)
10. ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	4.11 (มาก)	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)
11. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
12. ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
13. การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	4.13 (มาก)
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นทาง่าย	4.05 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม			4.38 (มาก)		

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้โดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการใกล้สถานที่ท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหาง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก บรรยากาศภายในห้องพัก การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชม. การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นหว่าง่าย และสถานที่จอดรถกว้างขวางให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนการตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก การปูพรมในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของเตียงนอน ขนาดของห้องน้ำ และการใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล	<5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
4. สุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์	3.55 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	4.40 (มาก)
5. มีความน่าเชื่อถือ	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	4.33 (มาก)
6. สามารถไว้วางใจได้	4.20 (มาก)	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)	3.76 (มาก)	4.27 (มาก)
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)	3.93 (มาก)
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.26 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.05 (มาก)	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)				

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกายดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนพนักงานพุดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมาก

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ พนักงานพุดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกาย ดี และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. โทรศัพท์	4.25 (มาก)	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)
2. เคเบิล ที.วี.	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.56 มาก	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)
3. โทรศัพท์	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)	3.82 (มาก)	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)
4. ตู้เย็น	4.0 (มาก)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
5. มินิบาร์	3.05 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
6. เครื่องปรับอากาศ	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	4.20 (มาก)
7. พัดลม	1.40 (น้อยที่สุด)	2.18 (น้อย)	1.73 (น้อย)	1.82 (น้อย)	2.07 (น้อย)
8. เครื่องทำน้ำอุ่น	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)	4.13 (มาก)
9. บริการอินเทอร์เน็ต	3.15 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
10. ห้องออกกำลังกาย	3.60 (มาก)	2.36 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
11. สระว่ายน้ำ	3.95 (มาก)	2.38 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.27 (น้อย)
12. บริการซัก-อบ-รีด	2.65 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
13. บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม	1.25 (น้อยที่สุด)	1.61 (น้อย)	1.65 (น้อย)	1.85 (น้อย)	2.20 (น้อย)
14. บริการรถรับ-ส่งของ โรงแรม	2.10 (น้อย)	1.88 (น้อย)	1.53 (น้อย)	1.88 (น้อย)	2.07 (น้อย)
15. บริการนำเที่ยว	2.45 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)
16. ห้องอาหาร/ภัตตาคาร	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	4.0 (มาก)	3.60 (มาก)
17. คอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์	3.45 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)				

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องบริการรถรับ-ส่งของโรงแรม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุ และบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง เคเบิลทีวี มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง มินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น มินิบาร์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่อง บริการอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย บริการซัก-อบ-รีด และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุ สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับ-ส่งของโรงแรม และบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องการมีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องมินิบาร์ บริการอินเทอร์เน็ต บริการซัก-อบ-รีด บริการนำเที่ยว และคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญเรื่องพัสดุ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ บริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการรถรับ-ส่งของโรงแรม อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.42 (มาก)	4.18 (มาก)	4.0 (มาก)
2. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.0 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
3. โบปลิ้วโฆษณา/แผ่นพับ	3.70 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.0 (ปานกลาง)
4. โฆษณาทางนิตยสาร	3.50 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.70 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
6. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์เที่ยว	3.35 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
7. โฆษณาทางวิทยุ	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
8. โฆษณาทางโทรทัศน์	3.80 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.56 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
9. ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว	3.45 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
10. ข้อมูลจากการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ ส่วนลด	2.75 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
12. การให้ที่พักส่วนลดเป็น กรณีพิเศษ เช่น การพัก เป็นเวลานานหลายคืน	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)	4.06 (มาก)	3.73 (มาก)
13. การให้ส่วนลดในวัน ธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุด สัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และ อาทิตย์	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)				

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารดังต่อไปนี้

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	4.25 (มาก)	3.88 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	3.53 (มาก)
2. โรงแรมเปิดให้บริการมานาน	3.65 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
3. มีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.25 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
4. มีสาขาหลายแห่ง	2.15 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.20 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)				

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม และโรงแรมเปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม อยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม อยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานและมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม และโรงแรมเปิดให้บริการมานานอยู่ในระดับมาก การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม และการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก โรงแรมเปิดให้บริการมานานให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีสาขาหลายแห่งให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	>20,000
1. ราคาห้องพัก	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.47 (มาก)
2. แสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร	3.75 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.80 (มาก)
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.50 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	1.60 (น้อย)	1.71 (น้อย)	2.0 (น้อย)	3.0 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม			4.13 (มาก)		

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาค้างนี้ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพักและการแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ราคาอาหารในห้องอาหาร และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจนและราคาอาหารในห้องอาหารอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพัก ไร่ชัดเจนและราคาอาหารในห้องอาหารอยู่ในระดับมาก ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องพัก การแสดง
ราคาห้องพักไว้ชัดเจน ราคาอาหารในห้องอาหาร และการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอยู่ในระดับ
มาก ส่วนราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		อายุ						อาชีพ						รายได้			
	ชาย	หญิง	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./ น.ศ.	ธุรกิจส่วนตัว	พจน. เอกชน	รับราชการ	พจน.รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000
10. ระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย								L										
11. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	L	L	L	L	L	L	L					L		L	L			L
12. ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ			L					F	L									
13. การคมนาคมเดินทางไม่สะดวก				F				F	F					F				
14. สถานที่ตั้งโรงแรมคึกคัก				F				F	F									
15. สถานที่จอดรถกว้างขวาง																		

F = ให้ความสำคัญอันดับแรก L = ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 52 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้ให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก และอายุมากกว่า 60 ปีให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

บรรยากาศภายในห้องพัก ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปีให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

การอุปโภคบริโภคในห้องพัก ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ขนาดของห้องพัก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ขนาดของเตียงนอน ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ขนาดของห้องน้ำ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี พนักงานเอกชน และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

การมีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

การใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี นักเรียน/นักศึกษา ผู้ที่รับราชการ ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี นักเรียน/นักศึกษา และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นทาง ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 53 แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลที่เป็นอันดับแรกและอันดับสุดท้าย อายุ อาชีพ และรายได้

ปัจจัยด้านบริการ/ บุคคล	เพศ		อายุ						อาชีพ				รายได้					
	ชาย	หญิง	< 21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./ น.ศ.	ธุรกิจส่วนตัว	พจน. เอกชน	รับราชการ	พจน.รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000
1. สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F			
2. พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย		L			L			L					L					
3. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ								L										L
4. สุภาพและมึนเมฆกับพินซ์								F	L					L				
5. มีความน่าเชื่อถือ								F										
6. สามารถไว้วางใจได้			F					L										
7. ให้บริการที่มีความปลอดภัย								L										
8. บุคลิกภาพ การแต่งกายดี	L		F	L	L			L		L	L			L		L		
9. เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง			F					F									F	F
10. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน			F	L				F										

F = ให้ความสำคัญอันดับแรก

L = ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 53 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้ให้ความสำคัญต่อความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจของพนักงานเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อบุคลิกภาพการแต่งกายของพนักงานเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย ผู้ให้บริการที่เป็นเพศหญิง ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

สภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้มีรายได้น้อยกว่า 20 ปี นักเรียน/นักศึกษา ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

มีความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่รับราชการ ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

สามารถไว้วางใจได้ ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ให้บริการที่มีความปลอดภัย ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

บุคลิกภาพ การแต่งกายดี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

สำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

F = ให้ความสำคัญอันดับแรก

L = ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 54 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อการมีโทรศัพท์มือถือในท้องฟักเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการมีบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม และบริการรถรับ-ส่งของ โรงแรมเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

เดบิต ที.วี. เครื่องทำน้ำอุ่น บริการนวดสปา และห้องอาหาร/ภัตตาคาร ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

โทรศัพท์ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และผู้รายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ผู้ยื่น ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

มินิบาร์ และเครื่องปรับอากาศ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

พัดลม ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

บริการซัก-อบ-รีด ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายและหญิง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 55 แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่เป็นอันดับแรกและอันดับสุดท้ายระหว่างเพศชาย และรายได้

	เพศ		อายุ						อาชีพ				รายได้					
	ชาย	หญิง	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./น.ศ.	ธุรกิจส่วนตัว	พจน.เอกชน	รับราชการ	พจน.รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร																		
1. ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
2. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L
3. ไปปลิวิ โฆษณาแผ่นพับ																		L
4. โฆษณาทางนิตยสาร									L									
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์									L									
6. โฆษณาทางหนังสือ นิตยสาร																		
7. โฆษณาทางวิทยุ																		
8. โฆษณาทางโทรทัศน์									F									
9. ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว																		
10. ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย									L									
11. การสมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด									L					L				

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์	เพศ		อายุ						อาชีพ				รายได้						
	ชาย	หญิง	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./ น.ส.	ธุรกิจส่วนตัว	พ.นง.เอกชน	รับราชการ	พ.นง.รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000	
12. การให้ที่พักส่วนลด เป็นกรณีพิเศษ เช่น การพักกับเวลานานหลายคืน																			
13. การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์เสาร์ และอาทิตย์																			

F = ให้ความสำคัญอันดับแรก L = ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 55 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกราย^๒ ให้ความสำคัญต่อการ^๒ ได้ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการ^๒ ได้ข้อมูลจากการโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

โฆษณาทางอินเตอร์เน็ต และโฆษณาทางโทรศัพท์^๒ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ใบปลิว โฆษณาแผ่นพับ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

โฆษณาทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการ^๒ ที่ที่พักส่วนลดเป็นพิเศษ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

การสมัครสมาชิกเพื่อ^๒ ส่วนลด ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51-60 ปี นักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 56 แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่เป็นอันดับแรกและอันดับสุดท้ายของอายุ อาชีพ และรายได้

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	เพศ		อายุ						อาชีพ						รายได้				
	ชาย	หญิง	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./ น.ศ.	ธุรกิจส่วนตัว	พว.ง. เอกชน	พว.ง. ราชการ	รับราชการ	พว.ง. รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000
1. ชื่อเสียงของโรงพยาบาล	F	F	F	F	F	F	F	L	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	
2. โรงพยาบาลให้บริการ																			
3. มีป้ายชื่อโรงพยาบาล																			F
4. มีสาขาหลายแห่ง	L	L	L	L	L	L	L	F	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L

F = ให้ความสำคัญอันดับแรก L = ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 56 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของโรงพยาบาลเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการที่โรงพยาบาลแห่งนี้เป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

โรงพยาบาลที่ให้บริการมานาน ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

มีป้ายชื่อโรงพยาบาลเห็นอย่างชัดเจน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

มีสาขาหลายแห่ง ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 57 แสดงการเปรียบเทียบการให้ค่าความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่เป็นอันดับแรกและอันดับสุดท้ายระหว่างเพศชาย และรายได้

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		อายุ						อาชีพ					รายได้				
	ชาย	หญิง	< 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	>60 ปี	น.ร./น.ศ.	ธุรกิจส่วนตัว	พหน.เอกจน	รับราชการ	พจน.รัฐวิสาหกิจ	< 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	> 20,000
1. ราคาห้องพัก	F	F		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
2. แสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน																		
3. ราคาอาหารในห้องอาหาร			F															
4. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ฯลฯ																		L
5. รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L

F = ให้ค่าความสำคัญอันดับแรก L = ให้ค่าความสำคัญอันดับสุดท้าย

จากตารางที่ 57 พบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้ให้ความสำคัญต่อราคาห้องพักมากเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการรับชำระเงินสดบัตรเครดิตเป็นอันดับสุดท้าย ยกเว้นในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ราคาอาหารในห้องอาหาร ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ราคาค่าบริการถึงอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาด	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ปัญหาด้านสถานที่	4	2.0	5	2.5	15	7.5	11	5.5	79	39.5	86	43.0	0.93	น้อยที่สุด	3
2. ปัญหาด้านการบริการหรือบุคคล	1	0.5	10	5.0	13	6.5	16	8.0	81	40.5	79	39.5	0.99	น้อยที่สุด	2
3. ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1	0.5	8	4.0	15	7.5	12	6.0	56	28.0	108	54.0	0.81	น้อยที่สุด	4
4. ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร เช่น ไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์	2	1.0	9	4.5	8	4.0	17	8.5	37	18.5	127	63.5	0.71	น้อยที่สุด	5
5. ปัญหาด้านสัญลักษณ์ เช่น โรงแรมไม่มีชื่อเสียง	3	1.5	2	1.0	12	6.0	12	6.0	28	14.0	143	71.5	0.56	น้อยที่สุด	6
6. ปัญหาด้านราคา	10	5.0	11	5.5	18	9.0	27	13.5	85	42.5	49	24.5	1.44	น้อยที่สุด	1
รวม	21	1.75	45	3.75	81	6.75	95	7.92	366	30.5	592	49.33			

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ใช้บริการพบปัญหาในการใช้บริการโรงพยาบาลในด้านปัจจัยทางการตลาดในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกด้าน โดยปัญหาด้านราคาเป็นอันดับแรก อันดับที่สองคือปัญหาด้านการบริการหรือบุคคล อันดับสามคือปัญหาด้านสถานที่ อันดับสี่คือปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับห้าคือปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร อันดับหกคือปัญหาด้านสัญลักษณ์

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านสถานที่ให้บริการโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านสถานที่	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%			
1. บริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สะอาด	1	0.5	5	2.5	11	5.5	8	4.0	120	60.0	55	27.5	0.97	น้อยที่สุด	3
2. การตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สวยงาม	-	-	5	2.5	13	6.5	7	3.5	112	56.0	63	31.5	0.93	น้อยที่สุด	4
3. บรรยากาศภายในห้องพักไม่ดี	1	0.5	5	2.5	10	5.0	9	4.5	85	42.5	90	45.0	0.79	น้อยที่สุด	5
4. ไม่พบรมในห้องพัก	-	-	4	2.0	10	5.0	13	6.5	12	6.0	161	80.5	0.42	ไม่มีปัญหา	15
5. ห้องพักเล็กคับแคบ	-	-	7	3.5	6	3.0	14	7.0	12	6.0	161	80.5	0.43	ไม่มีปัญหา	14
6. เตียงนอนเล็กคับแคบ	-	-	9	4.5	6	3.0	12	6.0	16	8.0	157	78.5	0.47	ไม่มีปัญหา	13
7. ห้องน้ำเล็กคับแคบ	-	-	9	4.5	5	2.5	14	7.0	19	9.5	153	76.5	0.49	ไม่มีปัญหา	12
8. ไม่มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชม.	-	-	9	4.5	9	4.5	9	4.5	48	24.0	125	62.5	0.65	น้อยที่สุด	8
9. ไม่มีการดูแลรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	3	1.5	6	3.0	10	5.0	11	5.5	41	20.5	129	64.5	0.66	น้อยที่สุด	7
10. ทรัพย์สินถูกขโมยจากห้องพัก	3	1.5	1	0.5	7	3.5	9	4.5	8	4.0	172	86.0	0.33	ไม่มีปัญหา	16
11. ไม่มีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย	-	-	9	4.5	12	6.0	32	16.0	78	39.0	69	34.5	1.07	น้อยที่สุด	2
12. โถงสถานที่ท่องเที่ยว	1	0.5	2	1.0	17	8.5	12	6.0	11	5.5	157	78.5	0.5	น้อยที่สุด	11

ปัญหาด้านสถานที่	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%		
13. โกลสถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ	1	0.5	3	1.5	22	11.0	10	5.0	8	4.0	156	78.0	น้อยที่สุด	10
14. การคมนาคมเดินทางไปมาไม่สะดวก	-	-	5	2.5	15	7.5	6	3.0	22	11.0	152	76.0	น้อยที่สุด	11
15. สถานที่ตั้งโรงแรมคั้นหยากร	-	-	8	4.0	12	6.0	4	2.0	38	19.0	138	69.0	น้อยที่สุด	9
16. สถานที่จอดรถไม่สะดวก	-	-	11	5.5	18	9.0	62	31.0	76	38.0	33	16.5	น้อยที่สุด	1
17. มีเสียงดังรบกวน	-	-	5	2.5	11	5.5	10	5.0	61	30.5	113	56.5	น้อยที่สุด	6
รวม	10	0.36	103	3.73	194	5.71	234	7.88	647	20.03	2084	62.29	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาในการใช้บริการโรงแรมด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่มีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย บริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สะดวก การตกแต่งบริเวณโรงแรม และห้องพักไม่สวยงาม บรรยากาศภายในห้องพักไม่ได้ มีเสียงดังรบกวน ไม่มีการดูแลรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน ไม่มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สถานที่ตั้งโรงแรมคั้นหยากร โกลสถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ โกลสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมเดินทางไปมาไม่สะดวก โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหาในเรื่องห้องนำเด็กคัมแคป เตียงนอนเด็กคัมแคป ห้องพักเด็กคัมแคป ไม่ปูพรมในห้องพัก และทรัพย์สินถูกขโมยจากห้องพัก ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านการบริการหรือบุคคลในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการบริการหรือบุคคล	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		ค่าเฉลี่ย	การแจกแจง	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%			
1. ไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ	1	0.5	9	4.5	15	7.5	22	11.0	126	63.0	27	13.5	1.28	น้อยที่สุด	2
2. พนักงานพูดจาไม่รู้เรื่อง เข้าใจยาก	-	-	4	2.0	16	8.0	14	7.0	98	49.0	68	34.0	0.95	น้อยที่สุด	5
3. พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ	1	0.5	4	2.0	16	8.0	18	9.0	67	33.5	94	47.0	0.86	น้อยที่สุด	6
4. พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพ	2	1.0	1	0.5	18	9.0	17	8.5	64	32.0	98	49.0	0.83	น้อยที่สุด	7
5. พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ	1	0.5	2	1.0	13	6.5	11	5.5	32	16.0	141	70.5	0.53	น้อยที่สุด	10
6. พนักงานไม่มาไว้วางใจ	-	-	3	1.5	13	6.5	12	6.0	31	15.5	141	70.5	0.53	น้อยที่สุด	10
7. พนักงานให้บริการที่ไม่มีคุณภาพตลอด	1	0.5	1	0.5	14	7.0	9	4.5	26	13.0	149	74.5	0.48	ไม่มีปัญหา	11
8. พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี แต่งกายไม่เหมาะสม	1	0.5	1	0.5	13	6.5	30	15.0	95	47.5	60	30.0	1.01	น้อยที่สุด	3
9. พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า	-	-	7	3.5	10	5.0	19	9.5	68	34.0	96	48.0	0.82	น้อยที่สุด	8
10. ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างไม่เท่าเทียมกัน	-	-	7	3.5	14	7.0	18	9.0	54	27.0	107	53.5	0.80	น้อยที่สุด	9

ปัญหาด้านการบริการหรือบุคคล	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		การแปลผล	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%		
11. ไม่มีพนักงานช่วยยกกระเป๋า สัมภาระเวลาเข้าและออก	-	-	3	1.5	20	10.0	25	12.5	74	37.0	78	39.0	น้อยที่สุด	4
12. การเช็คอิน(Check-in) เช็คเอาท์ (Check-out) ใช้เวลานาน	4	2.0	4	2.0	16	8.0	101	50.5	64	32.0	11	5.5	น้อย	1
รวม	11	1.46	46	2.92	178	8.42	274	12.48	673	29.14	1070	45.58	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ใช้บริการมีปัญหาในการใช้บริการโรงแรมด้านบริการหรือบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยปัญหาเรื่องการเช็คอิน(Check-in) เช็คเอาท์ (Check-out) ใช้เวลานานอยู่ในระดับน้อย ปัญหาไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ มีบุคลิกภาพไม่ดี แต่งกายไม่เหมาะสม ไม่มีพนักงานช่วยยกกระเป๋าและออก พนักงานพูดจาไม่รู้เรื่องเข้าใจในการให้บริการ แสดงศักยภาพ ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างไม่เท่าเทียมกัน ไม่มีความน่าเชื่อถือ และไม่มาไว้วางใจ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหาในเรื่องของพนักงานให้บริการที่ไม่มีความปลอดภัย

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านถึงอำนวยความสะดวกในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านถึงอำนวยความสะดวก	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		การแปลผล	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%		
1. โทรศัพท์ภาพและเสียงไม่คมชัด	-	-	-	-	18	9.0	23	11.5	57	28.5	102	51.0	น้อยที่สุด	5
2. ไม่มีเคเบิล ที.วี.	1	0.5	7	3.5	14	7.0	21	10.5	22	11.0	135	67.5	น้อยที่สุด	6
3. โทรศัพท์เสียงใช้ไม่ได้	-	-	3	1.5	10	5.0	10	5.0	8	4.0	169	84.5	ไม่มีปัญหา	15
4. ไม่มีตู้เย็น	2	1.0	4	2.0	7	3.5	11	5.5	15	7.5	161	80.5	ไม่มีปัญหา	13
5. ไม่มีมินิบาร์	-	-	3	1.5	12	6.0	16	8.0	10	5.0	159	79.5	ไม่มีปัญหา	10
6. เครื่องปรับอากาศปรับอากาศไม่ได้	-	-	5	2.5	17	8.5	26	13.0	60	30.0	92	46.0	น้อยที่สุด	2
7. ไม่มีพัดลม	-	-	-	-	11	5.5	19	9.5	18	9.0	152	76.0	ไม่มีปัญหา	10
8. เครื่องทำน้ำอุ่นรับอุณหภูมิไม่ได้	-	-	4	2.0	18	9.0	17	8.5	74	37.0	87	43.5	น้อยที่สุด	3
9. ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต	2	1.0	10	5.0	14	7.0	26	13.0	23	11.5	125	62.5	น้อยที่สุด	4
10. ไม่มีห้องออกกำลังกาย	2	1.0	6	3.0	9	4.5	12	6.0	18	9.0	153	76.5	น้อยที่สุด	9
11. ไม่มีสระว่ายน้ำ	1	0.5	6	3.0	10	5.0	9	4.5	13	6.5	161	80.5	ไม่มีปัญหา	10
12. ไม่มีบริการซัก-อบ-รีด	2	1.0	4	2.0	11	5.5	17	8.5	13	6.5	153	76.5	น้อยที่สุด	8
13. ไม่มีบริการจัดเตียง จัดประชุม	-	-	3	1.5	12	6.0	13	6.5	5	2.5	167	83.5	ไม่มีปัญหา	14
14. ไม่มีบริการรับ-ส่งของโรงแรม	1	0.5	5	2.5	10	5.0	12	6.0	8	4.0	164	82.0	ไม่มีปัญหา	11
15. ไม่มีบริการนำเที่ยว	2	1.0	7	3.5	8	4.0	17	8.5	14	7.0	152	76.0	น้อยที่สุด	7
16. ไม่มีห้องอาหาร/ภัตตาคาร	1	0.5	-	-	14	7.0	16	8.0	7	3.5	162	81.0	ไม่มีปัญหา	12
17. ไม่มีคอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์	1	0.5	-	-	12	6.0	15	7.5	17	8.5	155	77.5	ไม่มีปัญหา	11

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมสะตวก	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		การแปลผล	ลำดับ
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%		
18. สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งของเครื่องใช้ไม่มีคุณภาพ	-	-	3	1.5	12	6.0	28	14.0	120	60.0	37	18.5	น้อยที่สุด	1
รวม	15	0.44	67	1.97	207	6.09	280	8.24	382	11.24	2449	72.02	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ใช้บริการมีปัญหาในการใช้บริการโรงพยาบาล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดย
 ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมสะตวกหรือสิ่งของเครื่องใช้ไม่มีคุณภาพ . เครื่องปรับอากาศรับอากาศปรับอากาศไม่ได้ เครื่องทำน้ำอุ่นปรับอากาศไม่ได้ ไม่มี
 บริการอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ภาพและเสียงไม่คมชัด ไม่มีเคเบิล ที.วี ไม่มีบริการนำเที่ยว ไม่มีบริการซัก-อบ-รีด และไม่มีห้องออกกำลังกาย โดยเรียงตาม
 ลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหาในเรื่องของการไม่มีมินิบาร์ พัดลม ทรายว่ายน้ำ บริการรถรับ-ส่ง
 ของโรงแรม คอฟฟี่ช็อป/ลานเบียร์ ห้องอาหาร/ภัตตาคาร ไม่มีตู้เย็น บริการจัดเตียงจัดประชุม และโทรศัพท์มือถือใช้ได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านวัสดุสื่อสารในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	-	-	11	5.5	18	9.0	43	21.5	61	30.5	67	33.5	1.23	น้อยที่สุด	2
2. ไม่มีการจัดส่งเสริมการขาย เช่น ไม่มีการให้สมัครสมาชิกเพื่อได้ส่วนลด ไม่มีการให้ส่วนลดในกรณีพิเศษ เช่น การพักเป็นเวลานานหลายคืน หรือไม่มีการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์	3	1.5	11	5.5	43	21.5	44	22.0	71	35.5	28	14.0	1.74	น้อย	1
รวม	3	0.75	22	5.5	61	15.25	87	21.75	132	33	93	23.75	0.71	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ให้บริการมีปัญหาในการใช้บริการโรงแรมด้านวัสดุสื่อสารโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยปัญหาเรื่องไม่มีการจัดส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านสัญลักษณ์ในการใช้บริการโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1. โรงแรมไม่มีชื่อเสียง	-	-	-	-	18	9.0	13	6.5	17	8.5	152	76.0	ไม่มีปัญหา	2
2. โรงแรมเพิ่งเปิดให้บริการ	-	-	1	0.5	17	8.5	12	6.0	6	3.0	164	82.0	ไม่มีปัญหา	3
3. ป้ายชื่อ โรงแรมไม่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	-	-	2	1.0	20	10.0	24	12.0	35	17.5	119	59.5	น้อยที่สุด	1
รวม	-	-	3	0.5	55	9.17	49	8.17	58	9.66	435	72.5	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้บริกรามีปัญหาในการใช้บริการโรงแรมด้านสัญลักษณ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยปัญหาเรื่องป้ายชื่อ โรงแรมไม่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหาเรื่องโรงแรมไม่มีชื่อเสียงและโรงแรมเพิ่งเปิดให้บริการตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในปัญหาด้านราคาในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัญหาด้านราคา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
1. ไม่แสดงราคาห้องพักที่ชัดเจน	3	1.5	8	4.0	19	9.5	20	10.0	56	28.0	94	47.0	1.0	น้อยที่สุด	4
2. ราคาอาหารในห้องอาหารมีราคาแพง	-	-	18	9.0	20	10.6	66	33.0	69	34.5	27	13.5	1.67	น้อย	2
3. ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการซักอบรีด บริการอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ไม่เหมาะสม (คิดค่าบริการแพง)	-	-	14	7.0	18	9.0	74	37.0	67	33.5	27	13.5	1.63	น้อย	3
4. ศึกษาค่าห้องพักไม่ถูกต้อง ไม่ตรงตามความเป็นจริง	-	-	6	3.0	9	4.5	26	13.0	59	29.5	100	50.0	0.81	น้อยที่สุด	5
5. ศึกษาค่าห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสูงเกินไป	7	3.5	55	27.5	42	21.0	65	32.5	19	9.5	12	6.0	2.65	ปานกลาง	1
6. ไม่รับชำระเงินสดบัตรเครดิต	-	-	10	5.0	9	4.5	14	7.0	13	6.5	154	77.0	0.54	น้อยที่สุด	6
รวม	10	0.84	111	9.25	117	9.75	265	22.08	283	23.58	414	34.5	1.44	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ให้บริการมีปัญหาในการใช้บริการโรงแรมด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยปัญหาเรื่องการจัดราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสูงเกินไปมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ราคาอาหารในห้องอาหารมีราคาแพงและค่าบริการถึงอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย การไม่แสดงราคาห้องพักที่ชัดเจน ศึกษาค่าห้องพักไม่ถูกต้องไม่ตรงตามความเป็นจริงและไม่รับชำระเงินสดบัตรเครดิต โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด