

สารบัญ

| | หน้า | |
|---|------|----|
| กิตติกรรมประกาศ | ค | |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง | |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ | |
| สารบัญตาราง | | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | | 1 |
| หลักการและเหตุผล | | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | | 2 |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา | | 3 |
| นิยามศัพท์ | | 3 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | | 4 |
| แนวคิดและทฤษฎี | | 4 |
| เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | | 7 |
| สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ | | 11 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา | | 13 |
| ขอบเขตการศึกษา | | 13 |
| วิธีการศึกษา | | 13 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | | 14 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | | 14 |
| ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา | | 15 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | | 16 |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | | 18 |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขาย | | |
| ในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม | | 28 |

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

| | |
|--|-----|
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าพนักงานขายในการใช้ บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 43 |
| ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 51 |
| ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 68 |
| ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ศึกษาขั้นสูงสุด | 89 |
| ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 111 |
| ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 141 |
| ส่วนที่ 9 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขาย ในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวน ครั้งที่ใช้บริการ | 163 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ | 197 |
| สรุปผลการศึกษา | 197 |
| อภิปรายผลการศึกษา | 225 |
| ข้อค้นพบ | 228 |
| ข้อเสนอแนะ | 234 |
| บรรณานุกรม | 241 |
| ภาคผนวก | 242 |
| ภาคผนวก ก รายชื่อ โรงแรมที่เปิดให้บริการสำหรับพนักงานขาย | 243 |
| ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม | 244 |
| ประวัติผู้เขียน | 255 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|----|
| 1 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 18 |
| 2 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 18 |
| 3 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ | 19 |
| 4 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด | 19 |
| 5 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 20 |
| 6 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงานขาย | 20 |
| 7 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 21 |
| 8 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 22 |
| 9 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเข้าพักต่อครั้ง | 22 |
| 10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาห้องพักโดยเฉลี่ย | 23 |
| 11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโรงแรมที่เข้าพัก | 23 |
| 12 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกพักโรงแรม | 25 |
| 13 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจพักครั้งต่อไป | 26 |
| 14 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลหรือรู้จักโรงแรม | 27 |
| 15 | แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 28 |
| 16 | แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 30 |
| 17 | แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 32 |
| 18 | แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 33 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|----|
| 19 | แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 35 |
| 20 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 37 |
| 21 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 39 |
| 22 | แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 41 |
| 23 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 43 |
| 24 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านราคา ในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 44 |
| 25 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 45 |
| 26 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 46 |
| 27 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านบุคลากรในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 47 |
| 28 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 48 |
| 29 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ | 49 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|----|
| 30 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 51 |
| 31 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามเพศ | 54 |
| 32 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 56 |
| 33 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 58 |
| 34 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 59 |
| 35 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 60 |
| 36 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 65 |
| 37 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามอายุ | 68 |
| 38 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามอายุ | 72 |
| 39 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 74 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|-----|
| 40 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 77 |
| 41 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 80 |
| 42 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 82 |
| 43 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 85 |
| 44 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาขั้นสูงสุด | 89 |
| 45 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาขั้นสูงสุด | 93 |
| 46 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาขั้นสูงสุด | 96 |
| 47 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาขั้นสูงสุด | 98 |
| 48 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาขั้นสูงสุด | 102 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|-----|
| 49 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด | 104 |
| 50 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด | 108 |
| 51 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 116 |
| 52 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 116 |
| 53 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 120 |
| 54 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 124 |
| 55 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 128 |
| 56 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 131 |
| 57 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 136 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|-----|
| 58 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 141 |
| 59 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 144 |
| 60 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 147 |
| 61 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 150 |
| 62 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 153 |
| 63 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 156 |
| 64 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก | 159 |
| 65 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 163 |
| 66 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 169 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|-----|
| 67 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 175 |
| 68 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 178 |
| 69 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 183 |
| 70 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 187 |
| 71 | แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี | 192 |
| 72 | แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมจำแนกตามโรงแรมประเภทที่เข้าพัก | 229 |
| 73 | แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม | 231 |
| 74 | แสดงปัญหา 10 อันดับแรกในการใช้บริการ โรงแรมของพนักงานขาย | 233 |