

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ และ ปัญหาของลูกค้าชาวต่างชาติในการใช้บริการ จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป เพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 1,500 – 2,500 USD มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก เข้าพักที่ โรงแรมเรือนระมิงค์เป็นระยะเวลา 1 - 2 วัน นิยมพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ ในช่วงวันหยุดยาว (Long Weekend) แบบห้องพักที่เลือกพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ แบบ Superior room วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โรงแรมเรือนระมิงค์ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน และทราบแหล่งข้อมูลของโรงแรมเรือนระมิงค์จากเว็บไซต์

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก ในปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดีรองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาที่พักรมีความเหมาะสมรองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิตและ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือที่ตั้งของ โรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพักรองลงมาคือ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้นและ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้นรองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพักและ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชีตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการรองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากและ การคิดค่าห้องพัก และ ค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือเครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี รองลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ก่อนเข้าพัก รองลงมาคือ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีเคเบิลทีวี ให้รับชมน้อยช่องเกินไป พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว และการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ เป็นไปอย่างล่าช้า มีความยุ่งยาก ตามลำดับ

### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ ภูมิภาค และแบบห้องพักที่เลือก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย

3.54) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) เท่ากัน ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง และ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี รองลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ ร่องลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่ โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

#### **ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา**

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกาสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัย ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึง พื่อใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชียสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้าน บุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึง

พอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปออสเตรเลียสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ



**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และการมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และ สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และการมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รองลงมาคือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก และ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ มีบริการจองห้องพัก ได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกามีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกามีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้องตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง และ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และการคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป อเมริกามีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ รองลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ยุโรปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ รongลงมา คือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ ความสะอาดของบริเวณอาคาร สถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป เอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ รongลงมา คือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีป ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัย ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ รongลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ การมีบริการรถรับส่งของ โรงแรมเรือนระมิงค์ ฟรี เช่น รับส่งจากสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง(อาเขต) เป็นต้น ตามลำดับ

**ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามแบบห้องพักที่เลือก**

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามแบบห้องพักที่เลือก สำหรับผู้ตอบ แบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้าน บุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึง พอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึง พอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึง พอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนมิงค์ รองลงมาคือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนมิงค์ พอเหมาะพอดี และ โรงแรมเรือนมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียงความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเข้าฟรีตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเข้าฟรีตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเข้าฟรี และ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม และ ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ รองลงมาคือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิตตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รองลงมาคือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก และ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รองลงมาคือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รองลงมาคือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก และ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับ



แนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น และการลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก รองลงมาคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และการโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก และการโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGAMAI MAG เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้องตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ รองลงมาคือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และการคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรม

เรือนระมิงค์ รองลงมาคือ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง และ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระมิงค์ และ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณี รองลงมาคือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณี รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณี รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์ และ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม รองลงมาคือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณี และ ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่คุณี มีรสนิยม ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ยุพาวรรณ วรณวานิชย์, 2554) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ไม่ซึ่งสอดคล้องกับหุสสดี สมปาน (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเลือกใช้บริการโรงแรม Bangkok Marriott Resort and Spa ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ คือ ด้านคุณภาพการบริการของโรงแรม

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หุสสดี สมปาน (2552) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของห้องพัก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หุสสดี สมปาน (2552) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น แต่สอดคล้องกับ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ

**ปัจจัยด้านสถานที่** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ที่ตั้งของ โรงแรมเรอโนรมังค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก ซึ่งสอดคล้องกับ ผุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้องกับ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ โรงแรมอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางมาพัก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการและให้คำแนะนำ

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรอโนรมังค์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษากิตติยา อรรถสาร และคณะ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

#### 5.3.1 ข้อค้นพบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป เพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 1,500 – 2,500 USD มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมเรือนระมิงค์ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน และทราบแหล่งข้อมูลของโรงแรมเรือนระมิงค์จากเว็บไซต์

#### 5.3.2 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัญหาของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นดังตารางที่ 5.1 – 5.6 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ที่ตั้งของ โรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก	ด้านสถานที่	4.66	มากที่สุด
2	ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือน ระมิงค์ พอเหมาะพอดี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.55	มากที่สุด
3	มีบริการจองห้องพักได้หลาย ช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	ด้านสถานที่	4.55	มากที่สุด
4	โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ	ด้านสถานที่	4.54	มากที่สุด
5	ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.51	มากที่สุด
6	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.48	มาก
7	โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการ อาหารเข้าฟรี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
8	เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.27	มาก

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	ด้านบุคลากร	4.27	มาก
10	มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของ โรงแรมเรือนระมิงค์ เพียงพอต่อการตัดสินใจ	ด้านสถานที่	4.25	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งของ โรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ



ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	การโฆษณาตามสื่อวิทยุ เช่น BUG 89.5 FM เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.00	น้อย
2	การประชาสัมพันธ์โรงแรมเรือนระมิงค์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.18	น้อย
3	ป้ายชื่อโรงแรมเรือนระมิงค์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.22	น้อย
4	โรงแรมเรือนระมิงค์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ	ด้านสถานที่	2.26	น้อย
5	การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง	ด้านกระบวนการให้บริการ	2.68	ปานกลาง
6	การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.68	ปานกลาง
7	การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.71	ปานกลาง

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของ โรงแรมเรอเนรมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
8	โรงแรมเรอเนรมิงค์ มีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย ที่ทันสมัยต่อการให้บริการ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.72	ปานกลาง
9	ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้า ห้องพัก (Check-in) ที่มีความ รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	ด้านกระบวนการให้บริการ	2.77	ปานกลาง
10	ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่น ในกรณีที่พักหลายห้อง หรือ หลายคืน	ด้านราคา	2.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม  
การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาตามสื่อวิทยุ เช่น  
BUG 89.5 FM เป็นต้น รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์โรงแรมเรอเนรมิงค์ ผ่านช่องทางเครือข่าย  
สังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น และ ป้ายชื่อโรงแรมเรอเนรมิงค์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน  
ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหา มากของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ร้อยละ
1	บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ค่อนข้างช้า	20.25
2	โรงแรมเรือนระมิงค์ มีเคเบิลทีวี ให้รับชมน้อยช่องเกินไป	18.75
3	พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ	16.00
4	พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว	13.75
5	การจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ เป็นไปอย่างล่าช้า มีความยุ่งยาก	11.50
6	ราคาที่พักที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป	9.50
7	ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่ขาดความสวยงาม ขาดรสนิยม	7.25
8	ประชาสัมพันธ์โรงแรมเรือนระมิงค์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ไม่เพียงพอ	7.25
9	ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ประจำการ ระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ไม่เพียงพอ หรือมีน้อยเกินไป	7.25
10	เว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของ โรงแรมเรือนระมิงค์ ไม่เพียงพอ	6.75

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ค่อนข้างช้า รองลงมาคือ โรงแรมเรือนระมิงค์ มีเคเบิลทีวี ให้รับชมน้อยช่องเกินไป และพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ออสเตรเลีย
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ขนาดของ ห้องพักที่ โรงแรมเรือนระ มิงค์ พอเหมาะ พอดี (4.55: มากที่สุด)	ชื่อเสียง ความ เป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระ มิงค์ (4.56: มากที่สุด)	ขนาดของ ห้องพักที่ โรงแรมเรือนระ มิงค์ พอเหมาะ พอดี (4.60: มากที่สุด)	ขนาดของ ห้องพักที่ โรงแรมเรือนระ มิงค์ พอเหมาะ พอดี (4.53: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาที่พักรวม เหมาะสม (4.10: มาก)	ราคาที่พักรวม เหมาะสม (3.86: มาก)	ราคาที่พักรวม เหมาะสม (4.12: มาก)	ราคาที่พักรวม เหมาะสม (3.87: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	โรงแรมเรือนระ มิงค์ ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ (4.65: มากที่สุด)	ที่ตั้งของโรงแรม เรือนระมิงค์ สะดวกในการ เดินทางมาพัก (4.69: มากที่สุด)	ที่ตั้งของโรงแรม เรือนระมิงค์ สะดวกในการ เดินทางมาพัก (4.73: มากที่สุด)	ที่ตั้งของโรงแรม เรือนระมิงค์ สะดวกในการ เดินทางมาพัก (4.62: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาใน หนังสือท่องเที่ยว เช่น นิตยสาร ซีดี ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น (3.25: ปานกลาง)	มีเอกสารแผ่น พับแนะนำ เกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.33: ปานกลาง)	มีเอกสารแผ่น พับแนะนำ เกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.50: มาก)	มีเอกสารแผ่น พับแนะนำ เกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.17: ปานกลาง)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ภูมิลำเนา			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ออสเตรเลีย
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอา ใจใส่และมีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ (4.33: มาก)	พนักงานดูแลเอา ใจใส่และมีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ (4.56: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอา ใจใส่และมีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ (4.42: มาก)	พนักงานดูแลเอา ใจใส่และมีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ (4.53: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	การทักทายและ ต้อนรับลูกค้าเมื่อ เดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระ มิงค์ (3.99: มาก)	การทักทายและ ต้อนรับลูกค้าเมื่อ เดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระ มิงค์ (3.91: มาก)	การทักทายและ ต้อนรับลูกค้าเมื่อ เดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระ มิงค์ (3.86: มาก)	การทักทายและ ต้อนรับลูกค้าเมื่อ เดินทางมาถึง โรงแรมเรือนระ มิงค์ (3.97: มาก)
ปัจจัยด้านการ สร้างและนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	เครื่องแบบของ พนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.30: มาก)	เครื่องแบบของ พนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.21: มาก)	เครื่องแบบของ พนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.39: มาก)	เครื่องแบบของ พนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.20: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีป อเมริกา เอเชีย และ ออสเตรเลียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การโฆษณาในหนังสือท่องเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตีไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดของห้องพักที่โรงแรม เรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี (4.53: มากที่สุด)	ขนาดของห้องพักที่โรงแรม เรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี (4.56: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาที่พักมีความเหมาะสม (3.96: มาก)	ราคาที่พักมีความเหมาะสม (3.99: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก (4.67: มากที่สุด)	ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก (4.64: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	มีเอกสารแผ่นพับแนะนำ เกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.24: ปานกลาง)	มีเอกสารแผ่นพับแนะนำ เกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.39: ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.44: มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมี ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.52: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	การทักทายและต้อนรับลูกค้า เมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือน ระมิงค์ (3.92: มาก)	การทักทายและต้อนรับลูกค้า เมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือน ระมิงค์ (3.91: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ	เครื่องแบบของพนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.28: มาก)	เครื่องแบบของพนักงานที่ เรียบร้อย ดูดี (4.27: มาก)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และ เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี



ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามแบบห้องพักที่เลือก

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	แบบห้องพักที่เลือก			
	Superior room	Deluxe room	Junior suite	Royal suite
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์ (4.57: มากที่สุด)	ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี (4.60: มากที่สุด)	ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี (4.64: มากที่สุด)	ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์ (4.80: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (4.07: มาก)	ราคาที่พักรมีความเหมาะสม (3.89: มาก)	ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต (3.73: มาก)	สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ (4.00: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก (4.72: มากที่สุด)	โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (4.62: มากที่สุด)	มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (4.91: มากที่สุด)	มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (4.60: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามแบบห้องพักที่เลือก (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	แบบห้องพักที่เลือก			
	Superior room	Deluxe room	Junior suite	Royal suite
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.30: ปานกลาง)	มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.30: ปานกลาง)	การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก (3.23: ปานกลาง)	มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (3.60: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.43: มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.52: มากที่สุด)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.41: มาก)	พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.73: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ (3.94: มาก)	การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ (3.92: มาก)	การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ (3.82: มาก)	ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (4.00: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (4.29: มาก)	เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (4.22: มาก)	เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี (4.41: มาก)	โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม (4.33: มาก)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room และ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของโรงแรมเรือนระมิงค์ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room และ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room Deluxe room Junior suite และ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Deluxe room มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite และ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room Deluxe room และ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ โรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room Deluxe room Junior suite และ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room Deluxe room และ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมเรือนระมิงค์ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Superior room Deluxe room และ Junior suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักแบบ Royal suite มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสวยงาม

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าชาวต่างชาติของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี ถือเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางโรงแรมจึงควรรักษามาตรฐานนี้เอาไว้ รวมถึงการจัดแบ่งประเภทห้องพักตามขนาด ตามสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ให้ลูกค้าได้เลือกอย่างหลากหลายตามความต้องการ ในส่วนของชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจรองลงมา ก็ต้องรักษาเอาไว้และมุ่งพัฒนาชื่อเสียงของ โรงแรมต่อไป โดยนำเสนอตำแหน่งรางวัลต่างๆ ที่ได้รับจากสถาบันสากล เช่น รางวัล Gold Circle Award ที่ได้รับจากเว็บไซต์ [www.agoda.com](http://www.agoda.com) และใบประกาศ Certificate of Excellence ที่ได้รับจาก [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) ให้ลูกค้าได้รับทราบอย่างทั่วถึง ทั้งการติดป้ายประกาศ และการประทับรายการ Testimonial ต่างๆ ไว้บนโบรชัวร์ หรือ เว็บไซต์ เพื่อตอกย้ำถึงความสำเร็จในการให้บริการของทางโรงแรม และเพื่อให้นักกลางกรของ โรงแรมได้ตระหนักถึงมาตรฐานความสำเร็จ เพื่อการคงไว้ซึ่งศักยภาพ และพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการปรับปรุง อันได้แก่ การมีฟิตเนสหรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย ที่ทันสมัยต่อการให้บริการ และ การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายที่รวดเร็วให้บริการ ซึ่งลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจค่อนข้างน้อยนั้น ทางโรงแรมควรให้การใส่ใจ โดยควรพิจารณาเพิ่มส่วนของบริการออกกำลังกายนอกจากสระว่ายน้ำให้แก่ลูกค้า เช่น การเครื่องออกกำลังกายที่มีความทันสมัยเช่น ลู่วิ่ง หรือ เครื่อง Elliptical Trainer พร้อมจัดบุคลากรไว้คอยให้คำแนะนำ สำหรับอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายนั้น ควรได้รับการทดสอบสัญญาณว่ามีความครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของโรงแรมหรือไม่ ในส่วนที่ห่างออกไปจากตัวกระจายสัญญาณ มีการรับสัญญาณได้อย่างชัดเจนหรือล่าช้าหรือไม่ อาจมีการจัดเพิ่มตัวกระจายสัญญาณในตำแหน่งที่มีคนใช้มาก เช่น บริเวณริมสระว่ายน้ำ เป็นต้น และควรมีการเปลี่ยนการเข้ารหัส (Password) เพื่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายของลูกค้าใหม่อยู่เสมอ เช่น 2-4 สัปดาห์ละครั้ง เพื่อป้องกันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของบุคคลอื่นในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งอาจเป็นสาเหตุของสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความล่าช้าได้

ในส่วนของการดูแลความสะอาดภายในห้องพัก ทางโรงแรมต้องเริ่มจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีคุณภาพ ผนวกกับการอบรมแม่บ้านผู้ดูแลความสะอาดให้มีความรู้เรื่องการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ทำความสะอาดในห้องพัก การเทคนิคการผสมน้ำยาทำความสะอาด การใช้วัสดุอุปกรณ์แม่บ้านต่างๆ ความเข้าใจการใช้ยาทำความสะอาดพื้นผิวต่างๆ ภายในห้องและอาคารโดยทั่วไป เช่น การกำจัดคราบตะกรันน้ำ คราบเหลือง คราบสี คราบหินปูน รวมถึงการดูแลพื้นผิวต่างๆ เช่น งานสแตนเลส โครเมียม วอลเปเปอร์ งานเฟอร์นิเจอร์ ไม้แกะสลัก พื้นแกรนิต เป็นต้น ซึ่งการดูแลรักษาเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องพัก เช่น ตู้เสื้อผ้า ตู้เย็น ทีวี เป็นอย่างดีนั้น ถือเป็นพื้นฐานของการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้ ยังควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในห้องพักอย่างสวยงาม เรียบง่าย แต่มีรสนิยม มีการจัดแสงไฟในห้องพักที่ให้ความสว่างเพียงพอ มีการออกแบบที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว มีการจัดวางผังห้องพักที่ได้มาตรฐาน แบ่งพื้นที่ต่างๆ ภายในห้องพักได้อย่างเหมาะสม หากเป็นไปได้ ควรจัดให้ผู้พักสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามจากห้องพักได้ ในส่วนของที่นอนต้องมีความสบาย ไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป เครื่องปรับอากาศในห้องพักควรได้รับการดูแลไม่ให้เกิดเสียงดังรบกวน และปรับให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสมตามอุณหภูมิมาตรฐานที่ 25 องศา ในห้องอาบน้ำควรมีเครื่องทำน้ำอุ่นผ้าขนหนู และ ผ้าเช็ดตัวที่สะอาดไว้บริการ

### ปัจจัยด้านราคา

ราคาที่พักที่มีความเหมาะสม ถือเป็นปัจจัยด้านราคาที่ถูกค่าชาวต่างชาติให้ความสนใจมากที่สุด ดังนั้น ทางโรงแรมจึงควรรักษาระดับราคาห้องพักไว้ให้คงที่ในระดับนี้ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงราคา ควรมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า เช่นการปรับราคาตามหน้าเทศกาล ช่วง High Season หรือ Low Season หรือวันหยุดยาว Long Weekend ต่างๆ โดยจากการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่ลูกค้าชาวต่างชาติกว่า 66.75% นิยมเข้าพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ คือช่วงช่วงวันหยุดยาว หรือ Long Weekend ทางโรงแรมจึงควรกำหนดราคาตามช่วงเวลาที่ชัดเจนในแต่ละปี นอกจากนี้ ควรกำหนดราคาห้องพักให้ลูกค้าเลือกได้ในหลายระดับราคา อันสอดคล้องกับขนาดและลักษณะของห้องพัก โดยนำเสนอคุณภาพของการให้บริการที่เหมาะสม หรืออยู่เหนือความคาดหวังของลูกค้าอีกด้วย

สำหรับปัจจัยด้านราคาที่ถูกค่าชาวต่างชาติให้ความสนใจน้อยที่สุด นั่นคือ ข้อจำกัดด้านการต่อรองราคาที่พัก ทางโรงแรมควรพิจารณาเพิ่มเติมเงื่อนไขในการต่อรองราคาให้กับลูกค้าอย่างยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น ในกรณีที่ลูกค้าเข้าพักหลายห้อง หลายคืน หรือลูกค้าขาประจำ ลูกค้าผู้แนะนำลูกค้าใหม่ให้แก่ทางโรงแรม เป็นต้น ซึ่งการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าจะช่วยได้มาก ในการอ้างอิงเพื่อการตัดสินใจด้านการต่อรองราคา ทางผู้บริหารควรกำหนดกฎเกณฑ์เงื่อนไขในการลดราคาในกรณีที่มีการต่อรองของลูกค้าให้แก่พนักงานต้อนรับอย่างชัดเจน เช่น จะลดราคาห้องพักให้ได้สูงสุด 5% กรณีที่พักมากกว่า 5 Room Night และสูงสุด 10% กรณีที่พักมากกว่า 10 Room Night เป็นต้น เพื่อรักษากฎเกณฑ์ และใช้เป็นข้อมูลที่เอื้ออำนวยต่อการตัดสินใจเฉพาะหน้าของพนักงาน

### ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ถูกค่าชาวต่างชาติของโรงแรมเรือนระมิงค์ ให้ความสนใจมากที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัย โดยที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ถูกค่าชาวต่างชาติให้ความสนใจมากที่สุด ในการทำการตลาด ทางโรงแรมจึงควรเน้นย้ำถึงจุดเด่นด้านทำเลที่ตั้ง (Location) ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ว่าอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ (Downtown) เดินทางไปมาได้โดยสะดวก มีรถขนส่งสาธารณะ เช่น รถแดง รถตุ๊กตุ๊ก สัญจรผ่านตลอดเวลา รวมถึงความอยู่ใกล้ถนนคนเดินท่าแพ และ Night Bazaar ในขณะที่เดียวกันก็มีความปลอดภัย มีรั้วรอบขอบชิด มีแสงสว่าง ไม่มีมืดหรือเปลี่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ไม่เคยเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ ทางโรงแรมจึงต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจนว่า บริเวณโรงแรมมีสถานที่สำคัญ หรือแหล่งท่องเที่ยวอะไรที่อยู่ใกล้เคียงบ้าง โดยจัดทำแผนที่ที่แสดงตำแหน่งโรงแรม

และสถานที่ใกล้เคียงที่น่าสนใจอย่างชัดเจนบนเว็บไซต์ และควรเข้าร่วมโครงการของ Google Maps และ Google Street View ซึ่งสามารถแสดงตำแหน่ง ภาพ และข้อมูลของโรงแรมและสถานที่ใกล้เคียงได้อย่างชัดเจน 360 องศา อันจะเป็นประโยชน์ระยะยาวต่อทางโรงแรมในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ และยังถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งด้วย

สำหรับส่วนที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข คือพื้นที่ในการจอดรถของโรงแรมที่ไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด ถือเป็นข้อจำกัดทางพื้นที่ของทางโรงแรมและถนนลดยเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ทางโรงแรมควรบริหารจัดการ โดยจัดหาพื้นที่ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อการจอดยานพาหนะ หรือการรับมือกับปัญหาด้วยวิธีอื่น เช่น ในกรณีกลุ่มลูกค้าที่เป็นทัวร์กรุ๊ป อาจตกลงนัดแนะกับทางบริษัททัวร์และผู้ขับรถทัวร์ก่อนว่า ให้มารับ-ส่งลูกค้าในเวลาใด และเลี้ยวไปจอดพักรถทัวร์ในพื้นที่อื่นจนกว่าจะมีการ Check Out ของกลุ่มทัวร์ เป็นต้น รวมถึงการจัดรถรับ-ส่ง ของทางโรงแรมเอง (Shuttle Bus) เพื่อบริการลูกค้าเฉพาะกิจ โดยทำการนัดหมายเพื่อไปรับลูกค้าตามจุดสำคัญต่างๆ ตามข้อตกลง เช่น การรับ-ส่งลูกค้าจากสนามบิน หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังควรให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการติดต่อ โรงแรมทางโทรศัพท์ และโทรสาร (FAX) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการติดต่อผ่านเว็บไซต์และอีเมล เพื่อเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อเพื่อสอบถามหรือจองห้องพักได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาติดต่อด้วยตนเอง

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

เอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม ที่แสดงราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางโรงแรมจึงควรรักษาการผลิตสื่อเพื่อการส่งเสริมการตลาดเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง และมีการปรับปรุงเนื้อหาข้อมูล รูปภาพ และราคาห้องพัก อย่างสม่ำเสมอ และขยายขอบเขตการลงโฆษณาในหนังสือ นิตยสาร เช่น นิตยสารซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ Chiang Mai Mag ไปยัง Free Magazine เล่มอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงและอยู่นอกเหนือจากภูมิภาค เช่น นิตยสาร Don't Magazine เป็นต้น เนื่องจากถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจมาก นอกจากนั้น ควรหมั่นพัฒนาและ Update ข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยจากการศึกษาพบว่า ลูกค้าชาวต่างชาติกว่า 43.75% รู้จักโรงแรมเรือนระมิงค์ ผ่านทางเว็บไซต์ โดยเฉพาะการให้ข้อมูลด้านราคาห้องพักในแต่ละช่วงเวลา ทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยระบุราคาในแต่ละช่วงเวลาอย่างชัดเจน และอาจพิจารณาใช้ช่องทางสื่อสังคม Social Media เช่น Facebook หรือ Twitter ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน มาช่วยในการประชาสัมพันธ์โรงแรม ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ได้ผลดีและมีต้นทุนต่ำ ทางผู้บริหาร โรงแรมอาจลงมือเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองหรือจัดให้มีพนักงานผู้รับผิดชอบ

คอยป้อนข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว ซึ่งจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ชื่อของ โรงแรมปรากฏอยู่บนฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลดีในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้ เครื่องมือสืบค้น (Search Engine Optimization) อย่าง Google, Yahoo และ Bing เป็นต้น

นอกจากนั้น ควรรักษาโปรโมชั่นลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำหรือสมาชิก ที่ ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก รวมถึงควรมีโปรโมชั่นขายพ่วง (Cross-Selling) เช่น หากลูกค้าพักมากกว่า 3 คืนขึ้นไป อาจจะทำให้ลูกค้าเลือกรับสิทธิประโยชน์ Spa Package City Tour หรือ รับชมมวยไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายน เนื่องจากเป็นช่วงที่จำนวนนักท่องเที่ยว เดินทางมาน้อย และมีอัตราการเข้าพักต่ำ หรืออาจมีการจัดแพคเกจห้องพักพร้อมบริการอื่นๆ ใน ราคาพิเศษให้มากขึ้น เช่น บริการนวดแผนไทย สปา บริการนำเที่ยว โดยทำการการโฆษณาผ่านทาง เว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้บริการมากขึ้นในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาจำนวนห้องพักเกินความต้องการ (Over Supply) ส่วนในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) คือ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเมษายน ความต้องการห้องพักมีมาก โรงแรมจึงสามารถ กำหนดราคาห้องพักให้สูงขึ้นเล็กน้อย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และเพื่อ ไม่ให้เกิดปัญหา ความต้องการห้องพักเกินจำนวนห้องพักที่ให้บริการ (Excess Demand) หรือการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาเมื่อมีการจองและชำระค่าห้องพักล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน โดยอาจจะกำหนด อัตราส่วนลดตามระยะเวลาที่ทำการจองล่วงหน้า แต่คิดราคาห้องพักในอัตรานอกฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้น ทางโรงแรมควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวผู้ เข้าพัก โดยการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าเกิด ความประทับใจ และเกิดการเข้ามาพักซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ ด้วยการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าโดยมุ่งรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงแรม กับลูกค้า ทางโรงแรมจึงควรจัดทำฐานข้อมูลผู้เข้าพัก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความ พึงพอใจของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งข้อมูลที่ได้ นอกจากจะนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการบริหารระบบลูกค้าสัมพันธ์ต่อไปได้ เช่น เพื่อส่ง จดหมายข่าวหรืออีเมลเกี่ยวกับ โปรโมชั่นต่างๆ ของทางโรงแรมไปยังลูกค้า การส่งการ์ด หรือ E-Card ในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่นวันเกิด หรือวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น



### ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า การดูแลเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน เป็นปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารและฝ่ายจัดการบุคลากรจึงต้องคอยอบรมและกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากพนักงานต้อนรับมีบทบาทอันถือเป็นจุดแรกและจุดสุดท้ายที่ลูกค้าจะได้พบเมื่อเข้าและออกจากโรงแรม ดังนั้น ทางโรงแรมจึงต้องให้ความสำคัญ ตั้งแต่การคัดสรรบุคลากรอันจะต้องระบุลักษณะบุคลากรแต่ละแผนกงานและลักษณะการทำงาน เช่น พนักงานต้อนรับส่วนหน้าจะต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ซึ่งนอกจากรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูเรียบร้อย แลดูสะอาด สะอาดแล้ว ยังต้องแสดงออกและการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยมารยาทที่งดงาม มีทัศนคติที่ดี มีความเคารพและให้บริการผู้เข้าพักทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีวินัยและความตรงต่อเวลา ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีทักษะในการสื่อสารได้ดี พูดจาชัดถ้อยชัดคำ มีไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจากแผนกบริการส่วนหน้าโดยเฉพาะบริเวณเคาน์เตอร์ต้อนรับจะเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาติดต่ออยู่เสมอ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางรายอาจจะมีปัญหาหรือคำร้องเรียนพิเศษ พนักงานบริการส่วนหน้าจะต้องใช้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และยังคงคอยฝึกความรู้ความสามารถในการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะในการให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งทางผู้บริหารจำเป็นต้องจัดให้มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และจัดให้มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาค้นคว้า ปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรที่ลูกค้าชาวต่างชาติจำนวนมากพบคือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน ดังนั้น ทางผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น เช่น การจัดมุมหนังสือเพื่อการเรียนภาษาอังกฤษให้อ่าน การส่งเสริมการศึกษาด้วยตนเอง (Self-Study) ในหมู่พนักงาน การจัดอบรมเพื่อให้ความรู้และประเมินประสิทธิภาพในการสื่อสารของพนักงานแต่ละคน เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจัดทำชาร์ทพิมพ์เขียวที่แสดงข้อความและภาพต่างๆ ในภาษาอังกฤษและคำแปลภาษาไทย ไว้ให้พนักงานฝึกพูด และอาจหยิบมาใช้เพื่อช่วยในการสื่อสารกับลูกค้าในบางกรณี เช่น ให้ลูกค้าชี้ไปที่ข้อความหรือรูปภาพต่างๆ เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการสื่อสาร เป็นต้น

ในส่วนของปัญหาด้านความซื่อสัตย์ของพนักงานต่อลูกค้า เช่น การที่พนักงานไม่ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมหอง หรือชำระเงินเกิน ซึ่งถือเป็นอีกปัญหาที่ลูกค้าบางส่วนพบ ผู้บริหารจึงต้องพิจารณาเป็นพิเศษตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากร ต้องมีการตรวจสอบประวัติและลักษณะของบุคลากร โดยละเอียดทุกครั้ง อีกทั้งยังต้องหมั่นให้การอบรมเพื่อปลูกฝังจริยธรรมและจรรยาบรรณ

ของพนักงานผู้บริการทุกแผนก ให้มีความซื่อสัตย์ ไม่ละเมิดทรัพย์สินและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น โดยผู้บริหารต้องแสดงแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงาน รวมถึงการออกกฎข้อบังคับและบทลงโทษทางวินัยต่างๆ อย่างเหมาะสม ยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ทางโรงแรมควรจะสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนประสิทธิภาพของการทำงาน รวมถึงสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีของพนักงาน เช่นการจัดบริเวณพักผ่อน หรือบริเวณสันทนาการให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม มีการตอบสนองโดยการให้รางวัลแก่พนักงานที่ให้บริการดีหรือมีผลงานโดดเด่น โดยสามารถสำรวจได้ผ่านการรับฟังข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของลูกค้าโดยอาจจัดทำแบบสอบถามวางไว้ในห้องพักทุกห้อง ซึ่งจะทำได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น อีกทั้งยังควรมีการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานอยู่เสมอ โดยจัดให้มีกล่องหรือสมุดรับความคิดเห็นจากพนักงานเพื่อสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรม และขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก เป็นปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ลูกค้าชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางผู้บริหารควรให้ความสำคัญในขั้นตอนดังกล่าว โดยเน้นให้พนักงานทุกคนแสดงการต้อนรับลูกค้าอย่างเป็นมิตร อ่อนน้อม ต้องมีการยืนขึ้นและไหว้ต้อนรับอย่างสวยงาม และเรียบเรียงขั้นตอนในการเช็คอินและเช็คเอาท์อย่างเป็นระบบ โดยออกแบบขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักให้มีความรวดเร็ว เรียบง่าย ไม่ยุ่งยากจนเกินไป ในส่วนขั้นตอนการคืนห้องพักก็ไม่ควรล่าช้า เช่น เมื่อลูกค้าแจ้งเช็คเอาท์ พนักงานต้องรีบดำเนินการตรวจสอบสภาพห้องพักโดยเร็ว และดำเนินการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอย่างเป็นระบบ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหารใน ตู้เย็น และ ค่าชำรุดของอุปกรณ์ในห้องพักหากเกิดการชำรุดขึ้นเช่น แก้วน้ำแตก หรือผ้าปูที่นอนเกิดความเสียหาย เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าต้องรอนาน โดยอาจเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการโดยการจัดอบรมพนักงานส่วนหน้าให้ใช้ระบบ คอมพิวเตอร์ เครื่องคิดเงิน เครื่องรูดบัตรเครดิต ให้เกิดความชำนาญเพื่อลดความผิดพลาดในการให้บริการ และไม่ให้ ลูกค้าต้องรอนาน หากเกิดปัญหาต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็วไม่ล่าช้า และยอมรับในความผิดพลาดเมื่อเกิดปัญหาขึ้น และต้องอธิบายให้ผู้เข้าพักได้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าไว้

สำหรับระบบการจองห้องพัก (Reservation) ต้องสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ควรจัดระบบการจองห้องพักที่มีประสิทธิภาพ จัดให้มีพนักงานรับผิดชอบการจองห้องพักที่มีความรู้ความชำนาญ สามารถให้บริการได้ทันที รวมถึงการจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม ควรใช้บริการ Web Server ที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว น่าเชื่อถือ รองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวผู้สนใจจากที่ต่างๆ ได้ เช่น [www.agoda.com](http://www.agoda.com) [www.booking.com](http://www.booking.com) [www.asiarooms.com](http://www.asiarooms.com) [www.sawadee.com](http://www.sawadee.com) เป็นต้น โดยหมั่นปรับปรุงข้อมูลและราคาห้องพักบนเว็บไซต์เหล่านั้นอย่างสม่ำเสมอ ให้แสดงข้อมูลและรูปภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมอย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า

ในการให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพัก พบว่า ยังมีลูกค้าบางส่วนพบปัญหาด้านความผิดพลาดและล่าช้า จึงต้องปรับปรุงแก้ไข เช่น ปรับปรุงการรับ Order ให้มีความถูกต้องแม่นยำ กำหนดเลขนำหน้าเมนูอาหารให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดหากมีการรับ Order ทางโทรศัพท์จากห้องพัก และควรปรับปรุงการประสานงานกับทางแผนกครัวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### **ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ทางโรงแรมควรเร่งปรับปรุงในส่วนของป้ายชื่อโรงแรม ให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนกว่านี้ เนื่องจากเป็นปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ควรพิจารณาจัดทำป้ายไฟใหม่ให้สามารถมองเห็นและอ่านได้ง่ายในระดับสายตา และเพิ่มความโดดเด่นให้แก่ป้าย เนื่องจากบริเวณถนนลอยเคราะห์นั้น มีป้ายขนาดเล็กใหญ่และสายไฟฟ้าจำนวนมาก ซึ่งหากลูกค้ากำลังขับรถมองหาอาคารตลาดสายตาและขับผ่านไปได้นอกจากนั้น ควรพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การจัดให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการตลอด และการมีระบบกล้องวงจรปิดที่มีประสิทธิภาพ โดยทำให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจนเพื่อความรู้สึกรู้สึกอุ่นใจในความปลอดภัย เช่น จัดให้มีจอมอนิเตอร์แสดงภาพให้ผู้เข้าพักได้เห็นบริเวณเคาเตอร์ส่วนหน้าหรือผ่านทางจอโทรทัศน์ในห้องพักได้ และหากเป็นไปได้ควรจัดทำระบบบุญเจอิเล็กทรอนิกส์ไว้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดแก่ลูกค้า

นอกจากนั้น ทางโรงแรมยังต้องคำนึงถึงบรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม และให้สอดคล้องกับ Design Theme แบบโมเดิร์นล้านนาของโรงแรมเรือนระมิงค์เอง ควรมีการตกแต่งสวนหย่อม ต้นไม้ดอกไม้ให้ดูสวยงาม เฟอ์ริเจอร์บริเวณล็อบบี้ควรได้รับการดูแลให้มีความสะอาดและดูใหม่ มีการปรับอุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในโรงแรม อีกทั้งยังควรดูแลเรื่องความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการในส่วนกลางสำหรับผู้ที่มาติดต่อห้องพักให้

มีความสะอาด ปลอดภัย มีกระดาษชำระไว้ให้บริการ ในการตกแต่งภายในควรเลือกชิ้นงาน ตกแต่งที่ดูทันสมัยมาปรับเปลี่ยนบ้างตามความเหมาะสม โดยอาจจัดมุมที่ได้รับการตกแต่งอย่าง สวยงามเป็นพิเศษเพื่อให้ลูกค้าได้ถ่ายภาพไว้เป็นที่ระลึก ซึ่งภาพนั้นอาจจะได้รับการส่งต่อ (Share) ผ่านไปทางช่องทางต่างๆ บน Social Media ซึ่งทั้งหมดนี้จะสามารถสะท้อนถึงรสนิยมของลูกค้าผู้ เข้าพัก และเป็นการดึงดูดให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ อันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการต่อไป ในอนาคตด้วย