

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมาได้แก่อายุ 20 ปี และต่ำกว่า มีสถานภาพโสด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป รองลงมาได้แก่ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปออสเตรเลีย มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง 5-8 รองลงมาได้แก่ระหว่าง 1-4 วัน โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายวัน น้อยกว่า 1,000 บาท และรองลงมาได้แก่ 1,000-2,000 บาทต่อวัน

นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารก่อนเดินทางมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับผู้ที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารก่อนเดินทางมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจากเพื่อน /ญาติ รองลงมาได้แก่ จากเว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต

ในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการในการเรียนทำอาหารจำนวน 5-6 ชม. รองลงมาได้แก่ จำนวน 3-4 ชม. โดยส่วนใหญ่คิดราคาระหว่าง 500-700 บาท เป็นราคาที่เหมาะสมในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง รองลงมาได้แก่ ราคาระหว่าง 700-900 บาท และระยะเวลาของการเรียนทำอาหารในแต่ละครั้งที่คิดว่าเหมาะสม คือระยะเวลา 1 วัน รองลงมาคือ ระยะเวลา 2-3 วัน ช่วงเวลาของการเรียนทำอาหารในแต่ละครั้งที่เหมาะสม ควรเป็นช่วงเวลาก่อน 11.00 น

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนทำอาหารมาก่อน ในครั้งนี้นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเรียนทำอาหาร 1-2 คน และรายการอาหารที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุดได้แก่ แกงเขียวหวาน รongลงมาได้แก่ ผัดไทย และต้มยำกุ้ง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเรียนทำอาหารคือต้องการเรียนทำอาหารไทยเพื่อสามารถทำอาหารไทย รับประทานได้ที่บ้าน รongลงมาได้แก่ชื่นชอบอาหารไทย และเพื่อความสนุกสนาน

## ส่วนที่ 2 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ รongลงมาคือทักษะการสื่อสารของผู้สอน พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ พนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน พนักงานมีอริยาวัตรที่ดี และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ รongลงมาคืออุปกรณ์ต่างๆ ในการเรียนได้รับการดูแลรักษาอย่างเหมาะสม และการออกแบบพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง รongลงมาคือตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม การเริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา และลำดับขั้นตอนของการเรียนแต่ละครั้งมีความเหมาะสม

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครบครัน รongลงมาคือความหลากหลายของรายการอาหารที่สามารถเลือกเรียนได้ และมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร รองลงมาคือการได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการแจกแผ่นพับตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย รองลงมาคือสามารถจองผ่านบริษัททัวร์ต่างๆ ได้ (ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ) และธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารตั้งอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ รองลงมาคือส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง และระบบการชำระเงินของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร

**ส่วนที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำแนกตามเพศ**

เมื่อจำแนกตามเพศทั้งนักท่องเที่ยวเพศหญิงและเพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

สำหรับนักท่องเที่ยวเพศหญิง ปัจจัยย่อยด้านปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ทักษะการสื่อสารของผู้สอน และพนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครบครัน ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเพศหญิง ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย และปัจจัยย่อยด้าน

ราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเพศหญิง ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวเพศชาย ปัจจัยย่อยด้านปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ เริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครบวงจร ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุด ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเพศชาย ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และมีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสูงสุดได้แก่ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

#### ส่วนที่ 4 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำแนกตามถิ่นที่อยู่

เมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปออสเตรเลีย มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปเอเชีย มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคามีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ส่วนที่นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนด้านราคามี และด้านผลิตภัณฑ์และบริการค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และ

บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเป็นธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ราคาการเรียนรู้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปอเมริกาเหนือ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเป็นธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็กที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ราคาการเรียนรู้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปออสเตรเลีย ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การออกแบบพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การเป็นธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ราคาการเรียนรู้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปเอเชีย ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการและความช่วยเหลือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ การออกแบบพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการให้บริการ ห้องน้ำสะอาด มีระบบการระบายอากาศที่ดี ความสะอาดของพื้นที่ การเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัย ปัจจัยย่อยด้าน

กระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่การติดต่อสอบถามข้อมูล และการจองผ่านทางโทรศัพท์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ การแจกแผ่นพับตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมมารับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปอื่นๆ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ ทักษะการสื่อสารของผู้สอน ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่มีระบบการระบายอากาศที่ดี และความสะอาดของพื้นที่ ส่วนปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การติดต่อสอบถามข้อมูล และการจองผ่านทางโทรศัพท์ รวมทั้งกระบวนการในการให้บริการสะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ความหลากหลายของรายการอาหารที่สามารถเลือกเรียนได้ และมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ การสอนเสริมต่างๆ (เช่น การแกะสลัก เป็นต้น) การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมมารับส่งที่สะดวกสบาย และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง

ส่วนที่ 5 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำแนกตามระยะเวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งที่มีระยะเวลาพำนักระหว่าง 1-4 วัน ระหว่าง 5-8 วัน และมากกว่า 9 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักระหว่าง 1-4 วัน ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักระหว่าง 5-8 วัน ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครบวงจร ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักมากกว่า 9 วัน ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

ส่วนที่ 6 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน

เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 1,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันระหว่าง 1,000-2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 1,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดมี ได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเป็นธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันระหว่าง 1,000-2,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดมี ได้แก่ความสะอาดของพื้นที่ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเป็นธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 2,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดได้แก่ทักษะการสื่อสารของผู้สอน ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุดมี ได้แก่ห้องน้ำสะอาด ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่กระบวนการในการให้บริการสะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม



การตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่การสอนเสริมต่างๆ (เช่น การแกะสลัก เป็นต้น)  
 ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอน  
 ทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่  
 ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 59 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม	เพศ	
	หญิง	ชาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 4.25)	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 4.19)
2. ด้านราคา	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62)	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.87)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.53)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.03)	การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.21)
5. ด้านบุคลากร	พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ (ค่าเฉลี่ย 4.55)	พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ (ค่าเฉลี่ย 4.09)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.61)	ความสะอาดของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21)
7. ด้านกระบวนการ	ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63)	เริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 60 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำนวนตามถิ่นที่อยู่

ถิ่นที่อยู่					
ปัจจัยส่วนประสม	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกาเหนือ	ทวีปออสเตรเลีย	ทวีปเอเชีย	อื่นๆ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 4.40)	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดใหญ่ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.96)	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็กที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 4.23)	มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.63)	ความหลากหลายของรายการอาหารที่สามารถเลือกเรียนได้ มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.60)
2. ด้านราคา	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.67)	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.51)	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.77)	ส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.00)	ส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.00)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.55)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (4.14)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.82)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (4.25)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (4.80)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.79)	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.63)	การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (3.95)	การแจกแผ่นพับตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ (4.13)	การส่งเสริมต่างๆ (เช่น การแกะสลัก เป็นต้น), การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (4.80)

ตารางที่ 60 (ต่อ) สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร จำนวนตามถิ่นที่อยู่ (ต่อ)

ถิ่นที่อยู่					
ปัจจัยส่วนประสม	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกาเหนือ	ทวีปออสเตรเลีย	ทวีปเอเชีย	อื่นๆ
การตลาดบริการ	พนักงานเต็มใจให้บริการ และ ความช่วยเหลือ (4.45)	พนักงานเต็มใจให้บริการ และ ความช่วยเหลือ (4.35)	ทักษะการสื่อสารของ ผู้สอน (4.49)	พนักงานเต็มใจให้บริการ และ ความช่วยเหลือ, พนักงานมี ความน่าเชื่อถือ, พนักงาน สามารถตอบสนององความ ต้องการของลูกค้าได้ (4.00)	ทักษะการสื่อสารของ ผู้สอน (5.00)
6. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ความสะอาดของพื้นที่ (4.57)	ความสะอาดของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.28)	การออกแบบพื้นที่ที่มีความ สะดวกสบายในการใช้บริการ (4.56)	การออกแบบพื้นที่มีความ สะดวกสบายในการใช้บริการ, ห้องน้ำสะอาด, มีระบบระบาย อากาศที่ดี, ความสะอาดของ พื้นที่, การเตรียมพร้อมด้าน ความปลอดภัย (4.00)	มีระบบการระบายอากาศที่ดี, ความสะอาดของพื้นที่ (5.00)
7. ด้านกระบวนการ	ระยะเวลาในการเรียนทำอาหาร แต่ละครั้ง (3.55)	เริ่มทำการเรียนการสอนตรง เวลา (3.67)	ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมี ความเหมาะสม (3.77)	การติดต่อสอบถามข้อมูล และ การจองผ่านทางโทรศัพท์ (4.50)	การติดต่อสอบถามข้อมูล และ การจองผ่านทางโทรศัพท์, กระบวนการในการให้บริการ สะดวกสบาย (4.80)

ตารางที่ 61 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร  
 จำนวนตามระยะเวลาพักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสม	ระยะเวลาพักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่		
	1-4 วัน	5-8 วัน	มากกว่า 9 วัน
การตลาดบริการ			
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (4.44)	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดใหญ่ ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (4.12)	มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.11)
2. ด้านราคา	ราคาต่ำเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.59)	ราคาต่ำเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.66)	ราคาต่ำเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.56)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.87)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.71)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.89)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.44)	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.98)	การลงโฆษณาในสื่อท้องถิ่น, การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.33)
5. ด้านบุคลากร	พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (4.23)	พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ (4.59)	พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.11)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของพื้นที่ (4.29)	ความสะอาดของพื้นที่ (4.61)	ความสะอาดของพื้นที่, การเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัย (4.22)
7. ด้านกระบวนการ	ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง, ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม (3.57)	ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม (3.60)	ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง, ถ้าตีบชั้นตอนของการเรียนแต่ละครั้ง (3.56)

ตารางที่ 62 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร  
จําแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน

ปัจจัยส่วนประสม	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน		
	น้อยกว่า 1,000 บาท	1,000-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท
การตลาดและบริการ	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (4.36)	การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดใหญ่ ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว (4.03)	มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ (4.57)
1. ด้านราคาและบริการ	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.64)	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.60)	ราคาค่าเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ (3.86)
2. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.75)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย (3.80)	ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรับส่งที่สะดวกสบาย, สามารถจองผ่านอินเทอร์เน็ต หรืออีเมลได้ (4.00)
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.75)	การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร (3.81)	การสอนเสริมต่างๆ (เช่น การแกะสลัก เป็นต้น) (3.71)
4. ด้านการส่งเสริม	พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ (4.46)	พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ, พนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน, พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (4.41)	ทักษะการสื่อสารของผู้สอน (4.29)
5. ด้านบุคลากร	ความสะอาดของพื้นที่ (4.55)	ความสะอาดของพื้นที่ (4.42)	ห้องนำสะอาด (4.14)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.62)	ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง (3.52)	กระบวนการในการให้บริการสะดวกสบาย (4.00)
7. ด้านกระบวนการ			

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

จากแนวคิดการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร พบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ

### ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านสินค้าและบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว ความหลากหลายของรายการอาหารที่สามารถเลือกเรียนได้ และจำนวนรายการอาหารในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้งมีความเหมาะสม ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพธิ์จาด (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการหลักสูตรที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานรัฐบาล

### ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ รองลงมาได้แก่ส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง ระบบการชำระเงินของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร และราคาการเรียนรวมอยู่กับแพคเกจทัวร์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพธิ์จาด (2545) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้ค่าธรรมเนียมในการเรียนคู่กับความรู้และการบริการที่ได้รับ

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจสอนทำอาหาร อันดับสูงสุดได้แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย รองลงมาคือธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารตั้งอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ สามารถจองผ่านบริษัททัวร์ต่างๆ ได้ (ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ) และสามารถจองผ่านอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลได้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของไทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย (2545) พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงเรียนสอนทำอาหารคือบริษัทนำเที่ยว โดยธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารต้องจ่าย

คำแนะนำให้กับตัวแทนขายบริการท่องเที่ยว ส่วนการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทย สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพร้จาด (2545) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกสถานประกอบการในการเรียนวิธีทำอาหารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก หรืออยู่ในที่พักมากที่สุด รองลงมาคือสถานประกอบการอยู่ใจกลางเมือง หรือย่านธุรกิจ และสถานประกอบการอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารอันดับสูงสุดได้แก่ การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร รองลงมาได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการแจกแผ่นพับตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ของไทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย (2545) พบว่าแหล่งข้อมูลที่ถูกค่าได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนสอนทำอาหารอันดับแรกได้แก่นิตยสารท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่การแจกแผ่นพับ และ Web Page ส่วนการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพร้จาด (2545) พบว่านักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมากที่สุด และต้องการให้สถานประกอบการส่งเสริมการขายในลักษณะที่มีของแถมให้ เช่น ผ้ากันเปื้อน ตำราอาหารหรือสมุดมากที่สุด

#### ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ในระดับสำคัญมากเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานเต็มใจให้บริการและความช่วยเหลือ ทักษะการสื่อสารของผู้สอน พนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และความเชี่ยวชาญของผู้สอน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของของสำราญ โพร้จาด (2545) ที่ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าคุณสมบัติของบุคลากรที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือมีความรู้ความชำนาญ รองลงมาได้แก่พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตรกับผู้เรียน มีความสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้ดี และมีบุคลิกภาพดี

#### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ในระดับสำคัญมากเรียงตามลำดับได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่และอุปกรณ์การเรียนต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำราญ โพร้จาด (2545) ที่ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยว



ต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่ และอุปกรณ์การทำอาหาร ครัวครัวและพอเพียงกับจำนวนผู้เรียนมากที่สุด

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเรียงตามลำดับได้แก่ ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม การเริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา ลำดับขั้นตอนของการเรียนแต่ละครั้งมีความเหมาะสม มีเครื่องตั้งไว้ต้อนรับก่อนการเรียน และการติดต่อสอบถามข้อมูล และการจองผ่านทางโทรศัพท์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพธิ์จาด (2545) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการหลักสูตรที่มีวิธีการสอนแบบ บรรยาย ทฤษฎี ถ่ายทอด สาธิต ปฏิบัติ

### แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการโรงเรียนสอนทำอาหาร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป มีระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง 5-8 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 1,000 บาท

ผลิตภัณฑ์และบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ รูปแบบการเรียนทำอาหารที่เป็นกันเอง แบบครอบครัว มีรายการอาหารให้เลือกพร้อมทั้งมีคำอธิบายถึงลักษณะและสรรพคุณของอาหารแต่ละชนิด รวมถึงโรงเรียนสอนทำอาหารที่มีผู้สอนและพนักงานที่มีอัธยาศัยไมตรีดี เป็นมิตร และพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เรียน จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง 5-6 ชนิด โดยส่วนใหญ่ต้องการเรียนทำอาหารประเภทแกงเขียวหวาน ราคาของการเรียนทำอาหารแต่ละครั้งที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเหมาะสมคือ 500-700 บาท ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของสำราญ โพธิ์จาด (2545) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้คิดค่าธรรมเนียมการเรียนวิธีทำอาหารไทย แบบเหมารวมในอัตราประมาณ 800 บาท

วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนทำอาหาร ที่พบจากการศึกษาคือ ต้องการเรียนทำอาหารไทย เพื่อสามารถทำอาหารไทยรับประทานได้ที่บ้าน และความชื่นชอบอาหารไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำราญ โพธิ์จาด (2545) ที่ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเรียนทำอาหารไทยเพื่อนำความรู้ไปประกอบอาหารรับประทานเองมากที่สุด รองลงมาคือการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย

กลุ่มที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนทำอาหาร จากการศึกษาพบว่า ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงเรียนสอนทำอาหารของนักท่องเที่ยว คือ เพื่อนหรือญาติ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ โรงเรียนสอนทำอาหาร เพื่อเรียนรู้การทำอาหาร และพักผ่อนหย่อนใจ จากการศึกษาพบว่าช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเหมาะสมในการเรียนสอนทำอาหารคือ ช่วงเวลาก่อน 11.00 น. โดยมีระยะเวลาการเรียนแต่ละครั้งประมาณ 1 วัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำราญ โพธิ์จาด (2545) ที่ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการระยะเวลาเรียนวิธีทำอาหารไทยแบบเต็มวัน

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โรงเรียนสอนทำอาหาร หลังจากเดินทางมาถึงจังหวัดเชียงใหม่แล้ว นักท่องเที่ยวจึงทำการตัดสินใจซื้อ ณ สถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงใช้วิธีการเสาะแสวงหาข้อมูลในท้องถิ่น เช่น เทศกาลอาหาร สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยว ตัวแทนบริการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจซื้อ ด้วยปัจจัยลักษณะทางด้านกายภาพต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น เช่น รูปแบบโรงเรียนสอนทำอาหารที่เป็นกันเอง แสดงถึงลักษณะของท้องถิ่น และปัจจัยด้านบุคลากร เช่น พนักงานที่มีอัธยาศัยไมตรีดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### ข้อค้นพบ

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร

- การศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับสำคัญน้อยคือ การเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดปานกลาง-ใหญ่ ที่มีรูปแบบการสอนแบบมืออาชีพ และสมัยใหม่ และมีเครื่องปรุงอาหารต่างๆ บรรจุสำเร็จจำหน่ายให้กับผู้เรียน
- นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปเอเชีย และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่อวันมากกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในเรื่องการมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ
- นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับน้อย ในเรื่องราคาค่าเรียนรวมอยู่กับแพคเกจทัวร์
- นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องที่ธุรกิจสอนโรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย
- นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่อวันมากกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองผ่านอินเทอร์เน็ต หรืออีเมลได้เป็นอันดับแรก
- นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 9 วัน ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการสอนเสริมต่างๆ (เช่น การแกะสลัก เป็นต้น)
- นักท่องเที่ยวเพศหญิง และนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง 5-8 วัน ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในเรื่องทักษะการสื่อสารของผู้สอน และพนักงานเต็มใจให้บริการและความช่วยเหลือ
- นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับน้อย ในเรื่องป้ายและสัญลักษณ์ของธุรกิจสอนทำอาหารสามารถเห็นได้ชัดเจน
- นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปเอเชีย ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ในเรื่องการติดต่อสอบถามข้อมูล และการจองผ่านทางโทรศัพท์

## ข้อเสนอแนะ

## ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรมีการพัฒนารายการอาหารใหม่ๆ ให้มีหลากหลาย เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารมังสวิรัต โดยจัดให้มีการเรียนการสอนในรูปแบบที่เป็นกันเอง ในขนาดกลุ่มผู้เรียนที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้ และเข้าถึงผู้สอนได้สะดวกมากขึ้น
- รายการอาหารที่เรียนควรมีให้เลือกหลายประเภท เช่น อาหารว่าง อาหารประเภทแกง ผัด ต้มจืด อาหารจานเดียว และของหวาน ทั้งนี้ควรมีลักษณะที่ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยที่โรงเรียนสอนทำอาหารจะเป็นผู้แนะนำถึงความเหมาะสมของรายการอาหารที่ควรรับประทานร่วมกัน
- ควรจัดให้มีอาหารเด่นประจำเดือน ที่สอดคล้องกับเทศกาล และฤดูกาล เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการใช้เครื่องปรุงที่มีมากในตลาดที่มีราคาไม่แพง เพื่อเป็นการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานอีกด้วย

## ด้านราคา :

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรคิดราคาให้เหมาะสมกับรายการอาหารที่เรียนแต่ละครั้ง โดยพิจารณาจากราคาเรียนของโรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ และจำนวนรายการอาหารที่เรียน ทั้งนี้ควรจัดให้มีการสอนเสริมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผู้เรียน และเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับโรงเรียนสอนทำอาหาร เช่น การสอนแกะสลัก และการทำขนมไทย เป็นต้น

## ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- โรงเรียนสอนทำอาหารร่วมเป็นพันธมิตรกับ โรงแรมต่างๆ ในการเสนอบริการโรงเรียนสอนทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักในโรงแรม พร้อมทั้งเสนอบริการรถรับส่งระหว่างโรงแรมและโรงเรียนสอนทำอาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

## ด้านการส่งเสริมการตลาด

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรมุ่งเน้นให้มีการสื่อสารทางตรงกับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารต่างๆ และมีการสื่อสารผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวและศูนย์ข้อมูลต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ควรจัดทำโปสเตอร์โรงเรียนสอนทำอาหาร อาจมีลักษณะเป็นภาพถ่ายและรายละเอียดของอาหารที่มีชื่อเสียงของโรงเรียนสอนทำอาหาร หรือเป็นโปสเตอร์ภาพถ่ายของผู้เรียนขณะเรียนทำอาหาร เพื่อแจกให้กับผู้เรียนสามารถส่งกลับไปให้เพื่อนหรือญาติ เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผู้เรียน และเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่อาจเป็นลูกค้าของโรงเรียนสอนทำอาหารได้ในอนาคต

### ด้านบุคลากร

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรมีการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรการท่องเที่ยว และการประกอบอาหาร เพื่อสรรหาคณากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริการ และการประกอบอาหารไทยอย่างมีมาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

- ควรจัดให้มีบุคลากรที่มีทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี เช่น ภาษาอังกฤษ และ ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น และให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริการต่างๆ ของโรงเรียนสอนทำอาหาร

- ควรจัดให้มีผลตอบแทนพิเศษกับพนักงานตามจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานมีการพัฒนาการปฏิบัติงานของตนเอง

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรมีการควบคุมเรื่องความสะอาด ให้มีมาตรฐาน และถูกสุขลักษณะสถานที่ประกอบอาหาร พร้อมทั้งมีการดูแลรักษาอุปกรณ์การทําอาหารให้มีความสะอาด และพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

- ควรมีการจัดพื้นที่ในการเรียนให้เป็นสัดส่วน ตั้งแต่การเตรียมเครื่องปรุง พื้นที่การปรุงอาหาร และพื้นที่รับประทานอาหาร รวมทั้งการใช้อุปกรณ์ในการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมที่ใช้ในห้องถิ่น และมีการเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัย เช่น การมีอุปกรณ์ดับเพลิงที่เหมาะสม เป็นต้น

- ควรจัดบรรยากาศภายในโรงเรียนสอนทำอาหารให้มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น เครื่องแต่งกายของพนักงาน การใช้เครื่องตกแต่งแบบดั้งเดิม การเปิดเพลง การให้เครื่องหอม การใช้รูปโลโก้แมลง เพื่อเพิ่มบรรยากาศแบบท้องถิ่น

- ควรจัดให้มีเอกสารประกอบการเรียนการสอนที่เหมาะสม เช่น สูตรการทำอาหาร ตารางเครื่องปรุงที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ และสรรพคุณของเครื่องปรุงต่างๆ ที่นำมาประกอบอาหาร เป็นต้น

### ด้านกระบวนการ

- โรงเรียนสอนทำอาหารควรจัดให้มีกระบวนการบริการที่สะดวกสบาย เริ่มตั้งแต่การติดต่อขอข้อมูล การจองผ่านทางโทรศัพท์ การเริ่มต้นเรียนที่ตรงเวลา มีขั้นตอนการเรียนที่เข้าใจง่าย ผู้เรียนสามารถมีส่วนร่วม และได้ปฏิบัติด้วยตนเอง มีการทานอาหารร่วมกัน มีการให้รางวัลผู้ที่ทำอาหารได้ดีที่สุด เป็นต้น

- ควรมีการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ