

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานขายที่มาใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ซึ่งมีทั้งสิ้น 15 โรงแรมตามสัดส่วนเท่าๆกัน โรงแรมละ 20 ราย โดยเก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกระจายการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 60.33 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีสถานภาพโสดโดยมีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 88.67 การศึกษาระดับปริญญาตรีโดยมีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 75.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 อาชีพเป็นพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 121 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.3 4 เข้าพักโรงแรมต่างๆไปโดยพิจารณาจากเกณฑ์ระดับราคาที่ยอมรับได้มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีมีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 65.33 และเข้าพักโรงแรมต่อครั้ง 1- 2 คืนมีจำนวน 220 คนคิดเป็นร้อยละ 73.33 ราคาห้องพักเฉลี่ยต่อคืน 300 – 500 บาท มีจำนวน 255 คนคิดเป็นร้อยละ 85 .00 โรงแรมนิวเอเชีย เป็นโรงแรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าพักบ่อยที่สุดจำนวน 44 คนคิดเป็นร้อยละ 18.00 เหตุผลเข้าพักในโรงแรมคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆดี มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 86.33 การเข้าพักโรงแรมครั้งต่อไป คือตัดสินใจพักโรงแรมเดิมเป็นประจำ โดยทำการจองล่วงหน้าก่อนเข้าพัก มีจำนวน 173 คนคิดเป็นร้อยละ 57.67 ทราบข้อมูลหรือรู้จักโรงแรมจาก ญาติ หรือเพื่อนแนะนำมีจำนวน 218 คนคิดเป็นร้อยละ 72.67

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม สะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ ขนาดของห้องพักกว้างขวางพร้อมทั้งมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาห้องพัก มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมาได้แก่ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และสามารถเห็น โรงแรมได้เด่นชัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องมีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาได้แก่ การมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าพนักงานขายในการใช้บริการโรงแรมในในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม ไม่สะอาด มีจำนวน 200 คนคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ระบบรักษาความปลอดภัยไม่ดี จำนวน 188 คนคิดเป็นร้อยละ 62.67 และจำนวนห้องพักมีน้อยมักเต็มบ่อย จำนวน 184 คนคิดเป็นร้อยละ 61.33

ปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคาที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด มีจำนวน 209 คนคิดเป็นร้อยละ 69.7 0 รองลงมาคือไม่แสดงราคาห้องพักที่ชัดเจน จำนวน 177 คนคิดเป็นร้อยละ 59.00 และราคาอาหารและเครื่องดื่มมีราคาสูงจำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 56.67

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ที่จอดรถคับแคบและไม่เพียงพอ มีจำนวน 198 คนคิดเป็นร้อยละ 66 .00 รองลงมาคือไม่รับรองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 193 คนคิดเป็นร้อยละ 64.33 และโรงแรมเห็นไม่เด่นชัด หายาก มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 59.67

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำมีจำนวน 217 คนคิดเป็นร้อยละ 72.33 รองลงมาคือไม่มีส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 65.33 และโรงแรมขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าอย่างต่อเนื่องมีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากรที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานตอบปัญหาไม่ชัดเจน มีจำนวน 197 คนคิดเป็นร้อยละ 65.67 รองลงมา คือ พนักงานมีกริยา วาจา ไม่สุภาพ สื่อสารเข้าใจยาก มีจำนวน 191 คนคิดเป็นร้อยละ 63.67 และพนักงานให้บริการล่าช้าทำให้ลูกค้ารอนาน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การคืนห้องพัก (Check out) ตรงเวลา ไม่ยืดหยุ่นให้กับลูกค้า มีจำนวน 213 คนคิดเป็นร้อยละ 71 .00 รองลงมาคือ การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ที่ล่าช้าไม่ทันใจ จำนวน 197 คนคิดเป็นร้อยละ 65.67 และการเช็คอิน (Check in) และเช็คเอาท์ (Check out) ล่าช้าทำให้ลูกค้ารอนาน มีจำนวน 179 คนคิดเป็นร้อยละ 59.67

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่สะอาด และไม่สวยงามมีจำนวน 210 คนคิดเป็นร้อยละ 70 .00 รองลงมาคือ การจัดการที่จืดจางไม่เป็นระเบียบ มีจำนวน 194 คนคิดเป็นร้อยละ 64.67 และบรรยากาศในห้องพักรวมกลิ่นเหม็นอับ ไม่สดชื่นมีจำนวน 188 คนคิดเป็นร้อยละ 62.67

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามเพศ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.57) ขนาดของห้องพักกว้างขวาง มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้มากเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.56) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม เช่น ห้องออกกำลังกายและอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.51) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.51) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.54) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) พนักงานสามารถให้บริการ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.40) การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น และการจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45) และการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.57) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสปู แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.66) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.53) และสปู แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามอายุ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.71) มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และขนาดของห้องพักกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.63) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ผู้ยื่นเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.43) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพัก ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.55) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) มีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.43) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.55) บริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.54) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.45) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.76) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.55) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถม

ฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.58) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.54) และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.56) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.63) มีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.22) และพนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.71) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.51) และพนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.49) การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก และการจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.32) การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.65) และการจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.65) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.54) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.50) และด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.69) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.57) และสปู แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามการศึกษา

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมียุทธศาสตร์รวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.53) และขนาดของห้องพักกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และขนาดของห้องพักกว้างขวาง และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.71) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์

โทรศัพท์ ผู้เขียน เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.43) และ มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม เช่น ห้องออกกำลังกาย อินเทอร์เน็ตเป็นต้น สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) และ มีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.66) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.59) และสามารถเห็น โรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และสามารถเห็น โรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.76) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.64) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.66) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.69) มีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.59) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.56) และการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.38) การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.37) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น และสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง พร้อมทั้ง มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.62) และการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.56) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.5) และสภาพตึกดูใหม่ ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี และสนุก แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.6) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสนุก แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.69) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.62) และสนุก แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.57) ขนาดของห้องพักกว้างขวาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.48) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40 ,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.52) มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ ขนาดของห้องพัก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60 ,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.8) มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80 ,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.74) มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40 ,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40 ,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.58) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ คิตราค่าห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.74) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.59) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ปัจจัยด้านจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.56) และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.43) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.54) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถเห็นโรงแรมได้

เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.76) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.62) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกกับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกกับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.51) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) มีการสะสมแต้มแลกกับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.56) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกกับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.76) มีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่

พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59) และ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ พนักงานสามารถ ให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ อธิษาศัยดี และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานสามารถให้บริการ และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ พนักงานเอาใจใส่ ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่พนักงานสามารถให้บริการและ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.74) พนักงานมีความชำนาญใน การให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.68) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุด เรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก และมีการต้อนรับ อย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.57) การจอง ห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.52) และการดูแล เอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ย รวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการ ต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.32)

การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.3) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.39) และการจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.74) การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง พร้อมทั้งสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือป่วยได้ (ค่าเฉลี่ย 4.71) และมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.68)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.57) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.51) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการ

ที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.75) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80 ,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.76) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.59) และสบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทโรงแรม ที่เข้าพักมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.60) มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมทั่วไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.73) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.50) และขนาดของห้องพักกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3

ลำดับแรก ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 0) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.67) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.51) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.57) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.53) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัดพร้อมทั้งมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไปหรือเข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน (ค่าเฉลี่ย 4.56) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไปหรือเข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.70) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน

(ค่าเฉลี่ย 4.30) และ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตพร้อมทั้งมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมลล์ (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมทั่วไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.70) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.63) และพนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) การจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมทั่วไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.70) มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.67) และการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ

3.66) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.61) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆ ไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.55) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.42) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคารหรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก

รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่น มีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ ขนาดของห้องพักกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.58) และไม่มี การขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) มีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.5) และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม เช่น ห้องออกกำลังกายและอินเทอร์เน็ตเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม เช่น ห้องออกกำลังกายและอินเทอร์เน็ตเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.53) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.51) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และสามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.52) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมายโทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.62) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.63) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1-4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.63) การเช็คอิน (Check in) และการเช็คเอาท์ (Check Out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.58) และการจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้องสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือป่วยๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือป่วยๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.56) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.5) และการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.65) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และสภาพเตียงนุ่มใหม่ ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี การจัดการที่จืดจางเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จืดจางเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.59) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรม 8 ครั้งต่อปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จืดจางเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.70) การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัย ส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามคือ พนักงานขายที่เดินทางมาใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับกลุ่ม 3 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มากเป็นอันดับแรก

ในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม สะอาด มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า ความสะอาดของห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) พบว่า ความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง ห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม ไม่สะอาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องภายในห้องพักค่อนข้างแคบ เป็นปัญหาที่พบอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสินินาถ ดันตราพล (2546) พบว่า ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดมีราคาสูง เป็นปัญหาที่พบอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง มากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สินินาถ ดันตราพล (2546) พบว่า ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าการคมนาคมสะดวก เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง ที่จอดรถคับแคบและไม่เพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องการคมนาคมไม่สะดวก เป็นปัญหาที่พบอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนมากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ สะดวก เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง 'ไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้งานบริการประจำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องโรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นปัญหาที่พบอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้าน บุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สินีนาถ ดันตราผล (2546) พบว่า พนักงานมีความ สามารถ ในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง พนักงานตอบปัญหาไม่ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องพนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วและทันใจเป็นปัญหาที่พบอันดับแรก

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง การคืนห้องพัก (Check Out) ตรงเวลาไม่ยืดหยุ่นให้กับลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องไม่มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม เป็นปัญหาที่พบอันดับแรก

ปัจจัยด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ในรายละเอียดปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับแรกในเรื่อง ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่สะอาดและไม่สวยงาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าปัจจัยเรื่องลานจอดรถไม่สามารถจอดรถได้เพียงพอ เป็นปัญหาที่พบอันดับแรก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าพักโรงแรมต่างๆ ไปโดยพิจารณาจากระดับราคาที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ราคาห้องพักโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 300-500 บาทต่อคืน
2. ปัจจัยที่มีผลที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการ โรงแรม คือ โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆดี การมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ คุณภาพเหมาะสมกับความ ต้องการ และมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชม
3. ส่วนใหญ่พนักงานขาย จะเข้าพักโรงแรมเดิมเป็นประจำ โดยทำการจองล่วงหน้า ก่อนเข้าพัก
4. แหล่งข้อมูลที่เป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดในการทำให้รู้จักโรงแรมคือ การพูดปากต่อปาก (Word of mouth) จากคนรู้จักญาติพี่น้อง หรือ เพื่อน
5. ปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่มสะอาด เป็นเพียงปัจจัยย่อยเดียวในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และเมื่อนำมา ไปวิเคราะห์ตารางแบบไขว้พบว่า มีผลในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย
6. ปัจจัยย่อยด้านราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ เป็นเพียง 2 ปัจจัยย่อยในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
7. ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึงเป็นเพียงปัจจัยเดียวในปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
8. ปัจจัยย่อยด้านมีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการ ครั้งต่อไป หรือเข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น เป็นเพียงปัจจัยเดียวในปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และเมื่อนำมาวิเคราะห์ตารางแบบไขว้แล้วพบว่า มีผลในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย
9. ปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการเป็นเพียงปัจจัยเดียวใน ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
10. ปัจจัยย่อยด้านการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม และ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นเพียง 2 ปัจจัยย่อยในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
11. ปัจจัยย่อยด้านการจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย เมื่อนำมาวิเคราะห์ตาราง แบบไขว้แล้วพบว่า มีผลในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย

12. ข้อค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมประเภทที่เข้าพัก

ตารางที่ 72 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจำแนกตาม โรงแรมประเภทที่เข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมประเภทที่เข้าพัก	
	โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพัก โดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา	โรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณา องค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน 2. มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้เด่นชัด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน 2. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น มีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพ 2. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ 3. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม 4. แสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆอย่างละเอียด 5. การขอเอกสารทางการเงิน 6. การคิดราคาห้องพักอย่างถูกต้อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพ 2. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้
ด้านการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง 2. โรงแรมอยู่ติดถนนใหญ่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง 2. ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง 3. มองเห็นโรงแรมได้เด่นชัด 4. สภาพแวดล้อมไม่อยู่ในชุมชนแออัด 5. ที่ตั้งใกล้ศูนย์การค้าและแหล่งธุรกิจ 6. ที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจำแนกตามโรงแรมประเภทที่เข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในประเภทที่เข้าพัก	
	โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพัก โดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา	โรงแรมทั่วไปโดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา
ด้านการส่งเสริม การตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการสะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษครั้งต่อไป 2. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคา รูปแบบห้องพัก 3. ให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้าและปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการสะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษครั้งต่อไป
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ 2. พนักงานให้บริการและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วทันใจลูกค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ 2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี 3. พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี 4. พนักงานให้บริการและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วทันใจลูกค้า
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจองห้องพักจากช่องทางกรจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจองห้องพักจากช่องทางกรจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็ว 2. ความสะดวกสบายในการใช้บริการของพนักงานยกกระเป๋าเร็ว 3. การต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น บริการน้ำดื่ม ผ้าเย็น 4. การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการเข้าพัก 5. การเช็คอินและเช็คเอาท์มีความรวดเร็วและถูกต้อง 6. สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆหรือบ่ายๆได้

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจำแนกตามโรงแรมประเภทที่เข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในแต่ละประเภท	
	โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา	โรงแรมทั่วไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	1. การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและ ภายนอกอาคาร โรงแรม 2. การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย	1.การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรม 2.การตกแต่งพื้นที่หน้าโรงแรมสวยงาม 3.บรรยากาศในห้องพักดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ 4.การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย 5.แชนพูนุสบูมีคุณภาพ

13. ข้อค้นพบปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 73 แสดง ค่าเฉลี่ย และแปดผล ของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม สะอาด	ผลิตภัณฑ์	4.61 (มากที่สุด)	1
การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.60 (มากที่สุด)	2
มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือเข้าพัก10 คืนแถมฟรี 1 คืนเป็นต้น	การส่งเสริมการตลาด	4.58 (มากที่สุด)	3
พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	บุคลากร	4.55 (มากที่สุด)	4

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดง ค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัย 10 อันดับแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลัก ด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.54 (มากที่สุด)	5
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	ราคา	4.54 (มากที่สุด)	5
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง	การจัด จำหน่าย	4.51 (มากที่สุด)	6
การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและ ภายนอกอาคาร โรงแรม	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	4.51 (มากที่สุด)	6
มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ	การจัด จำหน่าย	4.48 (มาก)	7
มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน	การส่งเสริม การตลาด	4.45 (มาก)	8
มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือผ้าเย็น เป็นต้น	กระบวนการ ให้บริการ	4.44 (มาก)	9
ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาล วันหยุด	ราคา	4.41 (มาก)	10
การจองห้องพักในช่องทางการจัดจำหน่ายที่ เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง	การจัด จำหน่าย	4.41 (มาก)	10

14. ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการโรงแรม 10 อันดับแรก

ตารางที่ 74 แสดงปัญหา 10 อันดับแรกในการใช้บริการโรงแรมของพนักงานขาย

ปัญหา	ปัจจัยหลัก	อันดับที่
โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ	การส่งเสริมการตลาด	1
การคืนห้องพัก (Check out) ตรงเวลา ไม่ยืดหยุ่นให้กับลูกค้า	กระบวนการให้บริการ	2
ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่สะอาด และไม่สวยงาม	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3
มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด	ราคา	4
ห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอน ผ้าห่ม ไม่สะอาด	ผลิตภัณฑ์	5
ที่จอดรถคับแคบและไม่เพียงพอ	สถานที่	6
พนักงานตอบปัญหาไม่ชัดเจน	บุคลากร	7
การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ที่ล่าช้าไม่ทันใจ	กระบวนการให้บริการ	8
ไม่มีส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน	ราคา	9
การจัดการที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	10

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ โรงแรม การนำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และเหมาะสมมาเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าพนักงานขายที่เดินทางมาใช้บริการ โรงแรม โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมให้มากขึ้นพร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของห้องพักรวมถึงเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม สะอาด เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุด สำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรมอบให้แผนกดูแลห้องพัก เอาใจใส่ในทุกๆ ขั้นตอนการทำความสะอาด ทั้งความสะอาดในส่วนของคุณเครื่องนอน พื้นที่ภายในห้อง ในห้องน้ำ และระเบียง โดยเน้นในเรื่องความสะอาดเป็นอย่างยิ่ง พร้อมทั้งนี้ทางโรงแรมควรทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ในเรื่องความสะอาดของห้องพัก โดยการทำป้ายโฆษณาหน้าโรงแรม ว่า คุณภาพความสะอาดเปรียบเสมือน โรงแรมระดับ 5 ดาว เป็นต้น เพื่อบอกถึงความสะอาดที่ลูกค้าต้องการ และออกกฎระเบียบสำหรับแผนกทำความสะอาดว่า หากลูกค้าประเมินความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการและพบว่า ห้องพักและอุปกรณ์ในห้องไม่สะอาดต่ำกว่า 80% ทางโรงแรมควรมีบทลงโทษตามความเหมาะสม

ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรกำหนดราคาให้อยู่ในช่วง 300-500 บาทซึ่งเป็นราคาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งผู้บริหาร โรงแรม ควรพิจารณาในเรื่องความคุ้มค่าของลูกค้าเป็นหลัก นั่นก็คือ ความเหมาะสมและคู่คี่ ของสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สบู่ แชมพู ชุดเครื่องนอน และบรรยากาศภายในห้อง เหมาะสมเพียงใดกับ ราคาห้องพัก

นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง การชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีผลในระดับมากที่สุดเช่นกัน ดังนั้น โรงแรมใด ที่ยังไม่มีระบบการชำระด้วยบัตรเครดิต ควรจัดหาเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว หรือถ้าโรงแรมใดมีแล้ว ควรจะทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้โดยการติดป้ายโฆษณาและเขียนข้อความไว้ด้านล่าง เช่น โรงแรมนี้

สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ ฟรีค่าธรรมเนียม ซึ่งจะเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าที่ต้องการใช้บัตรเครดิตเข้ามาพักเพิ่มมากขึ้น

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องมีการขึ้นราคาห้องพัก ในช่วงเทศกาลซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทางโรงแรมส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะเป็นการลดความต้องการซื้อ (DeMarketing) ในช่วงเทศกาล ทำให้ทางโรงแรมไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงการขึ้นราคาได้ ดังนั้นทางโรงแรมอาจใช้วิธีการให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า ที่มาพักประจำ โดยให้สิทธิในการพักในราคาเดิมสำหรับคืนแรก ส่วนคืนที่สองเป็นต้นไป จำเป็นที่จะต้องคิดในราคาใหม่ หรืออาจจะให้ส่วนลดพิเศษ 10 % เป็นต้น สำหรับประเด็นปัญหาในเรื่องไม่มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่เข้าพักหลายวันนั้น

นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในเรื่องไม่มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่เข้าพักหลายวัน ดังนี้ทางโรงแรมอาจมอบลดสำหรับผู้ที่เข้าพักเป็นระยะเวลานาน เช่น เมื่อทำการจองห้องพักอย่างน้อย 3-5 คืนลดราคาคืนที่ 3 ลด 20% พักคืนที่ 4 ลด 30% และพักคืนที่ 5 ลด 40% เป็นต้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ ในการเลือกทำเลที่ตั้งของ โรงแรม ที่มองเห็นได้เด่นชัดและง่ายต่อการเดินทาง เข้าถึง ซึ่งอาจตั้งอยู่ติดกับถนนใหญ่ หรือไม่ไกลจนเกินไป แต่สำหรับผู้ประกอบการรายเดิมนั้นอาจทำการติดป้ายชื่อโรงแรมให้เห็นเด่นชัดมากขึ้น มีป้ายแสดงทางเข้า-ออก หรือเส้นทางในการไปถึงโรงแรมอย่างชัดเจน และมองเห็นได้ง่าย

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องที่มีจอร์รถักแคบและไม่เพียงพอ นั้นทางโรงแรมควรจัดสรร ที่มีจอร์รถักไว้ให้เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถรองรับปริมาณรถได้ไม่ต่ำกว่า 50 คันเนื่องจากพนักงานขายเกือบทุกคนมีรถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง หรือถ้าหากโรงแรมใดมีพื้นที่จอร์รถักน้อยนั้น อาจทำการเช่าสถานที่จอร์รถักในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติม โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลอย่างใกล้ชิด เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อรับรางวัลเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรใช้กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration) โดยการกระตุ้นให้ลูกค้าเดิมเข้ามาพักบริการเป็นประจำและบ่อยขึ้น ซึ่งอาจทำการ ทำบัตรสะสมแต้มในการเข้าพัก เช่น การเข้าพัก 10

คืน แกรมฟรี 1 คืน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้ารายเดียวกัน สามารถแนะนำเพื่อน หรือคนรู้จักให้เข้ามาพักได้ โดยให้แจ้งชื่อลูกค้าสมาชิกก่อน โดยระบบจะทำการบันทึกไว้ และมอบสิทธิพิเศษนอนฟรี 1 คืนเมื่อครบ 10 ครั้งในภายหลัง

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาประจำนั้น แต่เนื่องจากระดับราคาของโรงแรมเป็นระดับราคาที่ค่อนข้างถูกอยู่แล้ว จึงไม่สมควรที่จะทำการลดราคา เพราะอาจจะเกิดผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ ทั้งนี้ทางโรงแรมควรหาวิธีเพื่อหลีกเลี่ยงการลดราคาดังกล่าว โดยอาจใช้บัตรสะสมแต้ม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจนำมาประยุกต์ใช้ในลักษณะของการพักวันนี้รับแต้ม 1 แต้มครั้งต่อไป เมื่อมาเข้าพักจะได้รับสิทธิพิเศษในการล้างรถฟรี 1 ครั้ง เพราะรถยนต์เป็นพาหนะที่สำคัญและจำเป็นสำหรับพนักงานขาย

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรเริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักในงานด้านการบริการ พร้อมทั้งทำการฝึกอบรมทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญมากขึ้นในการให้บริการลูกค้า โดยโรงแรมควรทำการทดสอบพนักงานอยู่เป็นประจำ เพื่อทำให้เกิดทักษะที่ดียิ่งขึ้น

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องพนักงานตอบปัญหาไม่ชัดเจน นั้นทางโรงแรมควรอบรมพนักงานให้มีความรู้มากขึ้น เพราะถ้าหากพนักงานมีความรู้มากขึ้นแล้วย่อมส่งผลให้ การตอบปัญหากับลูกค้าจะทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยพนักงานควรถูกอบรมในเรื่องระบบการทำงานทั้งหมดภายในโรงแรม ราคาห้องพัก กฎเกณฑ์ต่างๆ รวมถึงกรณีเกิดปัญหาขึ้นภายในโรงแรม ควรจะประสานงานส่วนไหนเพื่อความรวดเร็ว เพื่อรู้ระบบการทำงานอย่างแท้จริง เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตอบปัญหาและให้บริการลูกค้า สุดท้ายควรฝึกให้มีทักษะการสื่อสารที่ดี เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบ โดยการจัดการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้วยความอบอุ่น โดยการบริการน้ำดื่ม น้ำหวาน (Welcome Drink) ผ้าเย็น พร้อมยกกระเป๋าให้ เมื่อลูกค้าเดินทางมาถึง

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องการคืนห้องพักตรงเวลา ไม่ยืดหยุ่นให้กับลูกค้านั้นทางโรงแรมควรยืดหยุ่นเวลาให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสมไม่เกินครึ่งชั่วโมง เป็นต้น

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดการที่จอตลอดเป็นระเบียบ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัยหรือเจ้าหน้าที่จัดการที่จอตลอดโดยเฉพาะ อย่างน้อย 1 คน คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพัก

นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร โรงแรมมีผลในระดับมากที่สุดเช่นกัน ดังนั้นทางโรงแรมควรจัดเวรแม่บ้านและมีตารางทำความสะอาดในช่วงเวลาที่เหมาะสมทั้งภายในอาคาร และภายนอกอาคาร เป็นต้น

ส่วนประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในปัจจัยเรื่องภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม นั้นทางโรงแรมควรเน้นในด้านความสะอาด และการสร้างบรรยากาศที่ดี โดยการจุดเทียนหอม พร้อมทั้งการเปิดเพลงบรรเลงเบาๆบริเวณล็อบบี้ และการตกแต่งภายในพร้อมทั้ง วัสดุ อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ อย่างมีสไตล์เพื่อสร้างความโดดเด่น ให้ลูกค้าเกิดการจดจำได้ เช่น โมเดิร์นสไตล์ หรือ ล้านนาสไตล์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับโรงแรมทั้ง 2 ประเภท

1) โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา

โรงแรมควรเน้นในเรื่องของความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม ให้มีความสะอาด โดยมอบหน้าที่ให้แผนกทำความสะอาดดูแลเป็นพิเศษ และระบบป้องกันอัคคีภัย ซึ่งควรมีการแสดงให้เห็นได้เด่นชัด ซึ่งอาจจะอยู่บริเวณมุมใด มุมหนึ่งของชั้นนั้นๆ หรือภายในห้องพักก็ตาม พร้อมทั้งควรมีแผนผังสำหรับบอกถึงตำแหน่งดังกล่าว ให้ลูกค้าได้รับรู้ การกำหนดราคา ควรเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการและไม่ควรเกิน 500 บาทต่อคืน ซึ่งเป็นระดับราคาที่กลุ่มลูกค้าพนักงานขาย ยอมรับได้ และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ เพื่อความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น รวมถึงการแสดงราคาห้องพักควรมีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนมีป้ายตั้งไว้ที่บริเวณแผนกบริการส่วนหน้า (Front Office) หรือมีเพิ่มในเรื่องราคา ค่าใช้จ่าย แสดงไว้สำหรับให้ลูกค้าเปิดดูก่อนการตัดสินใจ ใช้บริการ ซึ่งในการขอเอกสารทางการเงิน ทางโรงแรมควรอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นพิเศษ ด้วยความรวดเร็ว รวมถึงการคิดราคาห้องพัก

และบริการต่างๆเมื่อลูกค้าทำการเช็คเอาท์ (Check Out) ควรมีความรอบคอบในการคำนวณค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาดในภายหลัง

สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ควรจัดหาสถานที่ ด้วยความเหมาะสมควรตั้งติดถนนใหญ่ สามารถเดินทางเข้า-ออก โรงแรมได้สะดวกไม่เปลี่ยวไม่น่ากลัว หรือผู้ประกอบการรายเดิมควรมีป้ายบอกทางไปโรงแรมที่เห็นเด่นชัด มากขึ้นทางโรงแรมควรมีเอกสารแผ่นพับ ที่แนะนำเกี่ยวกับโรงแรม ห้องพักต่างๆ ควรที่จะมีไว้สำหรับลูกค้าสัญจร ไปมา เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจและติดต่อในภายหลัง และมีการทำบัตรสะสมเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งเป็นอีกวิธีในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ

ด้านพนักงานทางโรงแรมควรจัดฝึกอบรม และสนใจในการทำงานให้มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ รวมถึงการให้บริการในทุกๆด้าน ด้วยความรวดเร็ว และมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น เพื่อแสดงถึงความชำนาญในการให้บริการลูกค้า ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยไมตรีดี บริการด้วยความเป็นมิตร เมื่อลูกค้าเข้ามาถึง

การจองห้องพักจากช่องทางต่างๆ กระบวนการจองห้องพักจากช่องทางต่างๆ ควรมีความรวดเร็ว ทุกช่องทางไม่ควรให้ลูกค้ารอนานเกิน 5 นาที

- 1) ช่องทางอินเทอร์เน็ต ควรมีเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย ระบบหรือขั้นตอนในการจองห้องพักไม่ควรมากจนเกินไป และควรมีแต่ขั้นตอนสำคัญเพียงเท่านั้น
- 2) ทางโทรศัพท์ พนักงานควรมีรูปแบบในการสอบถามความต้องการเข้าพักของลูกค้า ที่ตายตัว เพื่อความรวดเร็วมากขึ้น และกระทำด้วยความรวดเร็ว
- 3) ลูกค้าทำการจอง ณ แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) พนักงานควรกระทำการจองห้องพักด้วยความรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ

สุดท้ายในการจัดการที่จอดรถอย่างเป็นระเบียบ ควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัย หรือเจ้าหน้าที่จัดการที่จอดรถโดยเฉพาะ อย่างน้อย 1 คน คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพัก

2) โรงแรมต่างๆไปโดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา

ผู้ประกอบการทางด้านโรงแรมควรดูแลเอาใจใส่เรื่องความสะอาดของห้องพัก รวมทั้งชุดเครื่องนอนเป็นพิเศษ โดยหัวหน้าแผนกทำความสะอาดควรมีการตรวจเช็คความสะอาดของห้องพักและการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆให้เป็นไปตามมาตรฐาน โรงแรมได้วางไว้และควรมีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการจัดทำห้องพัก ตั้งแต่การทำเตียง และควรที่จะทำความสะอาดทุกวันถึงแม้จะไม่มีแขกเข้าพักก็ตาม มีการดูแลความสะอาดห้องน้ำไม่ให้มีกลิ่นอับ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆในห้องพักต้องมีคุณภาพและการมีปรับเปลี่ยน ทำความสะอาดอยู่เสมอ อาทิ

เช่น แชมพู สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ผ้าขนหนู ผ้าเช็ดตัว ต้องมีคุณภาพ ไม่แพ้ง่าย อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ มีการจัดวางเรียงไว้ในบริเวณที่แขกสามารถมองเห็นได้สะดวกและสามารถหยิบได้ง่าย และในห้องพักต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในห้องพักเช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่นครบตามความต้องการของลูกค้าและเหมาะสมกับราคาห้องพัก นอกจากนี้โรงแรมต้องดูแลความสะดวกบริเวณรอบๆโรงแรม ไม่ให้มีเศษขยะ และควรมีการจัดช่อดอกไม้ตามทางเดินในโรงแรมเพื่อความสวยงามและสดชื่น ซึ่งหัวหน้าแผนกทำความสะอาดหรือหัวหน้าแม่บ้านควรออกมาตรวจความเรียบร้อยทุกชั่วโมง โรงแรมควรที่จะมีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าที่มาใช้บริการ สถานที่ตั้งของโรงแรมควรที่จะตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางได้สะดวก

สำหรับจองห้องพัก ทางโรงแรมควรที่จัดช่องทางการจองห้องพักไว้ในหลายรูปแบบเพื่อความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น การโทรศัพท์เข้ามาที่โรงแรมโดยติดต่อกับพนักงานสำรองห้องพักโดยตรง แล้วแจ้งรายละเอียดของห้องพักที่ต้องการ ราคาของห้องและวันเวลาที่ต้องการเข้าพัก หรืออาจจะสามารถจองได้ทางเว็บไซต์ของ โรงแรม ซึ่งรายละเอียดในเว็บไซต์จะบอกถึงลักษณะห้อง ราคา เมื่อลูกค้าสามารถจองและระบุวันการเข้าพักได้ ซึ่งทางโรงแรมอาจจะให้ชำระเงินภายใน 1 วันหลังจากทำการจองห้องพักหรือสามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ หรือการจองห้องพักโดยการส่ง E-mail แสดงความต้องการมายังพนักงานสำรองห้องพักของโรงแรม เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการติดต่อจองห้องพักเอง

ป้ายโรงแรมควรต้องอยู่ในบริเวณที่เห็นได้เด่นชัด ไม่ควรที่จะมีต้นไม้เสาไฟฟ้า มาบัง อาจจะมีการขึ้นป้ายโรงแรมให้สูงเพื่อที่จะสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล และโรงแรมควรจะจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมให้ร่มรื่น รู้สึกถึงบรรยากาศที่สบายเวลาแขกเข้ามาเข้าพัก โดยอาจมีการปลูกต้นไม้ จัดสวน หรือบริเวณที่นั่งเล่นสำหรับให้แขกได้นั่งพักผ่อน ทั้งนี้ที่ตั้งของโรงแรมควรที่จะตั้งในย่านธุรกิจ ศูนย์การค้าเพื่อสะดวกต่อการทำธุระของลูกค้า รวมถึงที่จอดรถในโรงแรมต้องมีเพียงพอและเหมาะสมจำนวนห้องพักเนื่องจากพนักงานขายส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถส่วนตัว และควรมีพนักงานคอยให้ความสะดวกในการจอดรถ เพื่อความเป็นระเบียบ

ทางโรงแรมอาจจะมีการจัดทำสมุดสะสมแต้มสำหรับลูกค้าที่เข้าพักเช่น เข้าพัก 7 คืนฟรี 1 คืนเพื่อให้ทำลูกค้ากลับมาพักที่โรงแรมอีก ทางโรงแรมต้องมีการแจ้งรายละเอียด ราคา โปรโมชันต่างๆ แก่พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมซึ่งต้องเป็นคนที่พบปะกับลูกค้า ซึ่งอาจจะมีการประชุมเพื่อฟังแผนงานต่างๆ ในช่วงที่โรงแรมจัดขึ้น พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ มีการฝึกอบรมพนักงานก่อนที่จะมาให้บริการทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ พนักงานทุกคนต้องมีความชำนาญในการให้บริการ สามารถที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและรวดเร็ว ฝึก

พนักงานโดยสมมุติเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นบ่อยๆ หรืออาจจะเหตุการณ์ที่เสี่ยงอันตรายมากๆ เพื่อให้พนักงานได้ลองแก้ไขปัญหา ถ้าหากเกิดขึ้นจริงก็จะสามารถทำได้ พร้อมทั้งพนักงานทุกคนต้องยิ้มแย้มแจ่มใส มีคุณสมบัติของการบริการที่ดี ทำให้ลูกค้าที่เข้าพักสัมผัสถึงความเต็มใจในการบริการ ตั้งแต่ขับรถเข้ามาในโรงแรม มีพนักงานอำนวยความสะดวกในการจอดรถ เปิดประตูยกกระเป๋า เช็คอิน มีที่สำหรับนั่งรอระหว่างทำการเช็คอิน มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น โดยบริการน้ำดื่ม น้ำหวาน ผ้าเย็น ให้แก่ลูกค้าเพื่อลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทางและยังทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกรอคอยในรถ

กระบวนการจองห้องพักควรมีขั้นตอนที่กระชับ รวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งควรมีการฝึกฝนให้พนักงานมีความชำนาญเป็นประจำ ทางโรงแรมควรนำโปรแกรมทางการจัดการโรงแรมเข้ามาช่วย เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดในการจองห้องพัก โดยโปรแกรมดังกล่าวจะบอกถึงรายละเอียดของห้องพักที่มีลูกค้าเข้าพักอยู่ หรือมีการจองไว้ วัน เวลา จำนวนห้องพักที่ว่าง ซึ่งเป็นการลดขั้นตอนและเวลาการจองห้องพักได้มาก พร้อมทั้งลดความผิดพลาดได้ด้วย

ส่วนการจองผ่านเว็บไซต์ เว็บไซต์ควรเข้าใจง่าย มีขั้นตอนการจองที่ชัดเจนไม่ยุ่งยาก พร้อมทั้งมีการส่ง E-mail Confirm การจองห้องพักอัตโนมัติจากเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นหลักฐานในการเข้าพักและชำระเงิน ทางโรงแรมควรมีพนักงานให้บริการในปริมาณที่เหมาะสม อาจจะประมาณจากจำนวนห้องพัก หรือช่วงที่แขกเข้าพัก อย่างช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวควรมีพนักงานคอยให้บริการในจำนวนที่มากกว่าปกติ เป็นต้น