

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ถามผู้ใช้บริการที่มาเข้าพักโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ที่มีระดับราคาห้องพักตั้งแต่ 1,000-1,499 บาทต่อคืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 แห่ง แห่งละเท่า ๆ กันโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 288 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลการศึกษาแต่ละปัจจัยในรายละเอียดมีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากสามอันดับแรก คือ ความสะอาดห้องพัก รองลงมาคือ ด้านการมีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และด้านเครื่องอำนวยความสะดวกภายใน

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้องตรงความเป็นจริง และ ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ราคาห้องพัก

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ การคมนาคมสะดวก รองลงมาคือ ไม่อยู่ในซอยลึก และการที่โรงแรมเห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ และ การมีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจลูกค้า

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด รองลงมาคือ ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี และมีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยงประชุม สัมมนา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี และอันดับสามคือความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม และการเข้าพัก สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

**Independent Study Title**      The Marketing Mix Factors Affecting Consumers' Choice  
of Using Mid-Level Hotel Services in Mueang District,  
Chiang Mai Province

**Author**                                Mrs. Pilaiwan Charuroteskulchai

**Degree**                                Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti      Chairperson

Asst. Prof. Orachorn Maneesong      Member

### **Abstract**

The objectives of this independent study were to study the marketing mix factors affecting consumers' choice of using mid-level hotel services in Mueang District, Chiang Mai Province by administering questionnaires with 288 guests who stayed in mid-level hotel services in Mueang District, Chiang Mai Province with room rate between 1,000 – 1,499 baht per night. Samples were randomly collected by convenience sampling method. Data was analyzed using statistical standards such as frequency, percentage, and means. The results were as followed:

The marketing mix factor initially affecting consumers' choice of using mid-level hotel services in Mueang District, Chiang Mai Province was people, followed by place, process, physical evidence and presentation, product, price, and promotion factor.

The product factors which were ranked three most important were room tidiness, 24 - hour security guards, and facilities.

The price factors which were ranked three most important were correct room charging price, room price during festival or weekend, and room price.

The place factors in the first three orders were convenient transportation, not situated in deep, and hotel situated in easily access places.

The promotion factors in the first three orders were special discount for regular customers, discount in non-weekend days, and having hotel brochures.

The people factors in the first three orders were hotel staff having good and reliable human relationship, hotel staff providing equal service to every guest, and hotel staff providing quick service.

The physical evidence and presentation factors in the first three orders were hotel sign easily seen, good atmosphere and modern decoration, and having visibly clear sign to the seminar hall.

The process factors in the first three orders were good security system, friendly hotel staff, and quick service for check-in.