

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมระดับกลุ่ม 3 ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 288 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาสามารถสรุปผลในแต่ละส่วนได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 288 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศหญิงเป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี มากที่สุด เป็นจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาได้แก่อายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน อายุ 41-50 ปี จำนวน 47 คน อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 16.3 2.4 ตามลำดับการศึกษาชั้นสูงสุด ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาได้แก่ ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 79 คน มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช.จำนวน 55 คนปริญญาโท จำนวน 14 คน ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 12 คน ปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 9.1 4.9 4.2 1.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน เป็นจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาได้แก่ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ส่วนอาชีพรับราชการ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 10.8 10.4 9.3 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท มากที่สุดจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาได้แก่ผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท และผู้มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ 5.6 ตามลำดับ มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ โสด

จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 ส่วนหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.71 รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 และ จังหวัดลำพูน มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

1.2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการโรงแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มากที่สุดจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาได้แก่ เพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 57 คน เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า จำนวน 56 คนเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.8 19.4 ตามลำดับ เพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 33 คน เพื่อการศึกษาค้นคว้า จำนวน 25 คน เพื่อปฏิบัติงานราชการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 8.7 5.6 ตามลำดับ มีการใช้บริการโรงแรม 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุด เป็นจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาได้แก่ มีการใช้บริการโรงแรม 3-4 ครั้ง 5-6 ครั้งต่อปี 6 ครั้งต่อปีขึ้นไป จำนวน 77 คน 47 คน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 16.4 10.4 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คนมากที่สุดจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาได้แก่เดินทางมาคนเดียว จำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 32.3 ส่วนการเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คนขึ้นไปและเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 5-6 คนมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 40 คนและ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และ 13.2 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดย รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาได้แก่เดินทางมาโดยเครื่องบิน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ส่วนการเดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง โดยรถยนต์เช่า/รถตู้เช่า รถไฟ มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 38 35 28 คิดเป็นร้อยละ 13.2 12.1 9.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมเป็นเวลา 1-2 คืนและ 3-4 คืน มากในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 123 คน และ 113 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 และ 39.2 รองลงมาได้แก่เข้าพักโรงแรมเป็นเวลา 5-6 คืน และ 7 คืนขึ้นไปจำนวน 35 คนและ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และ 5.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ได้เคยใช้บริการที่โรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์มากที่สุด มีจำนวน 127 คนคิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาได้แก่โรงแรมรอยัลล้านนา มีจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 34.7 โรงแรมลานนาพาเลซ มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 โรงแรมเพชรงาม มีจำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 32.3 โรงแรมเชียงใหม่การ์เด็น มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 โรงแรมบีพี เชียงใหม่ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 โรงแรมปาล์มสปริง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 โรงแรมคุ้มน้ำผึ้งมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 โรงแรมดาวทาว์นอินน์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 โรงแรมพรพิงค์ทาวเวอร์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

โรงแรมลานนาวิวมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 โรงแรมสุรวงศ์ ซินิทิ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 โรงแรมสตาร์ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 โรงแรมอมิตี กรีนฮิลล์มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 โรงแรมยูเรเชีย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 โรงแรมริเวอร์วิวลอคด์จมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการห้องพักของโรงแรมระดับกลุ่ม 3 เพราะคุณภาพเหมาะสมกับความต้องการมากที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมาได้แก่ โกลด์แห่งชุมชน จำนวน 55 คนราคาไม่แพง จำนวน 48 คน ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 16.7 16.3 ส่วนเบิกได้ จำนวน 27 คน มีการให้บริการครบเช่น ห้องประชุม จำนวน 24 คน งบประมาณมีจำกัด จำนวน 23 คน ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 9.4 8.3 8.0 ตามลำดับ โดยจะเลือกห้องพักแบบเตียงเดี่ยวมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาได้แก่เตียงคู่ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 ส่วนห้องพักแบบห้องสูทและห้องพักแบบคอนเนค ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 24 คนและ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ 7.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ของ ห้องพักล่วงหน้ามากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาได้แก่ ไม่จองห้องพัก จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสะอาด ห้องพักเป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านการมี พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และอันดับสาม คือปัจจัยด้านเครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.57

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง และ ราคาห้องพัก ช่วงเทศกาลหรือวันหยุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 อันดับสองคือราคาห้องพัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อันดับสามคือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การคมนาคมสะดวกมากเป็นอันดับแรกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 การที่โรงแรมเห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ มากเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาได้แก่ การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การมีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันมากเป็นอันดับแรกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 พนักงานมีกรีธา วาจา สุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัดมากเป็นอันดับแรกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาได้แก่ ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะดวกและสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และมีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75

เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาถูกค้าภายในโรงแรมมากเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม และ การเข้าพัก (Check In) สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับที่แรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.57 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ตามลำดับ ซึ่งค่าเฉลี่ยรวมของทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการของโรงแรม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.02

เมื่อพิจารณาปัญหาต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา คือด้านภายในห้องพักค่อนข้างแคบ เป็นอันดับแรก(3.13) รองลงมาได้แก่ปัญหาด้าน ไม่มีของใช้ในห้องพัก เช่น แปรงสีฟัน ไดรเป่าผม (3.07) และปัญหาด้านเป็น โรงแรมไม่มีชื่อเสียง เพิ่งเปิดให้บริการ(3.02) ตามลำดับ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ ห้องพักร่วงเทศกาลหรือวันหยุด มีราคาสูง (3.64) รองลงมาได้แก่ค่าบริการซัก-อบ-รีด ราคาสูง (3.55) และคิดราคาห้องพัก ไม่ถูกต้อง ไม่ตรงตามความเป็นจริงบ่อยครั้ง (3.45) ตามลำดับ

ปัญหาด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสถานที่อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.90

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ การคมนาคมไม่สะดวก (2.99) รองลงมาได้แก่สถานที่จอดรถไม่สะดวก (2.94) ไม่ติดถนนใหญ่ และสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงแรมเป็นชุมชนแออัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (2.93) ตามลำดับ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ(3.19) รองลงมาได้แก่ ไม่มีการให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.16) และ โรงแรมไม่มีเอกสารแนะนำติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (3.09) ตามลำดับ

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากร อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.96

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ พนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วและทันใจ (3.02) รองลงมาได้แก่ พนักงานมีกริยา วาจา ไม่สุภาพ สื่อสารเข้าใจยาก (3.00) พนักงานไม่มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่น่าเชื่อถือ ไม่น่าไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (2.93) ตามลำดับ

ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ ลานจอดรถไม่สามารถจอดรถได้เพียงพอ (2.98) รองลงมาได้แก่ แพนกค้อนรับส่วนหน้าไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัย (2.94) และ ค้านหน้าโรงแรมไม่มีป้ายชื่อโรงแรมให้เห็นเด่นชัด (2.92) ตามลำดับ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้าน กระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับแรกคือ ไม่มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม

(3.20) รองลงมาได้แก่ พนักงานไม่มีการประสานงานที่ดี ระหว่างแผนก (3.17) และการบริการคืนห้องพักไม่รวดเร็ว(3.15) ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบว่า ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29 รองลงมาได้แก่ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.02 ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 2.99 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 2.97 ปัญหาด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวม 2.96 ปัญหาด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 2.90 ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 ตามลำดับ ซึ่งค่าเฉลี่ยรวมของการพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง สามารถสรุปรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 82

ตารางที่ 82 แสดงปัญหาที่พบในการใช้บริการของโรงแรม ระดับกลุ่ม 3

ปัญหาที่พบ	อันดับหนึ่ง	อันดับสอง	อันดับสาม
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.02, ปานกลาง)	ภายในห้องพักค่อนข้างแคบ (ค่าเฉลี่ย 3.13, ปานกลาง)	ไม่มีของใช้ในห้องพัก เช่น แปรงสีฟัน ใ้รเข้าผม (ค่าเฉลี่ย 3.07, ปานกลาง)	เป็นโรงแรมไม่มีชื่อเสียง เพิ่ง เปิดให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.02, ปานกลาง)
ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.29, ปานกลาง)	ห้องพักช่วงเทศกาลหรือ วันหยุด มีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.64, ปานกลาง)	ค่าบริการซัก-อบ-รีด ราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.55, ปานกลาง)	คิดราคาห้องพักไม่ถูกต้อง ไม่ ตรงความเป็นจริงบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.45, ปานกลาง)
ปัญหาด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.90, ปานกลาง)	การคมนาคมไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.99, ปานกลาง)	สถานที่จอดรถไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.94, ปานกลาง)	ไม่คิดถนนใหญ่ และ สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงแรมเป็นชุมชนแออัด (ค่าเฉลี่ย 2.93, ปานกลาง)
ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.97, ปานกลาง)	โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.19, ปานกลาง)	ไม่มีการให้ส่วนลดในวัน ธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุด สัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และ อาทิตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.16, ปานกลาง)	โรงแรมไม่มีเอกสารแนะนำ ติดต่อกับลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.09, ปานกลาง)
ปัญหาด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 2.96, ปานกลาง)	พนักงาน ไม่สามารถ ให้บริการที่รวดเร็วและทันใจ (ค่าเฉลี่ย 3.02, ปานกลาง)	พนักงานมีกริยาวางา ไม่ สุภาพ สื่อสารเข้าใจยาก (ค่าเฉลี่ย 3.00, ปานกลาง)	พนักงานไม่มีความรู้ ความ เข้าใจในการให้บริการ และ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่น่าเชื่อถือ ไม่น่า ไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 2.93, ปานกลาง)
ปัญหาด้านการสร้างและการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.86, ปานกลาง)	ลานจอดรถไม่สามารถจอด รถได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.98, ปานกลาง)	แผนกต้อนรับส่วนหน้าไม่มี เครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.94, ปานกลาง)	ด้านหน้าโรงแรมไม่มีป้ายชื่อ โรงแรมให้เห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 2.92, ปานกลาง)
ปัญหาด้านกระบวนการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.99, ปานกลาง)	ไม่มีความสะดวกรวดเร็วใน การติดต่อสอบถาม (ค่าเฉลี่ย 3.20, ปานกลาง)	พนักงานไม่มีการ ประสานงานที่ดี ระหว่าง แผนก (ค่าเฉลี่ย 3.17, ปานกลาง)	การบริการคืนห้องพักไม่ รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.15, ปานกลาง)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.63) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสะดวกของห้องพักมากเป็นอันดับแรก (4.30) อันดับสอง เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรทัศน์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.28) อันดับสาม พนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.26) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.57) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสะดวกของห้องพักมากเป็นอันดับแรก (4.41) อันดับสอง พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.30)อันดับสาม เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรทัศน์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.24)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.58) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง เป็นอันดับแรก (3.94) อันดับสอง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.92) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.82) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.55) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง และราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด เป็นอันดับแรก (3.89)อันดับสอง ราคาห้องพัก (3.76) อันดับสาม ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (3.70)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.84) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องเห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย เป็นอันดับแรก

(4.03) อันดับสองคิดถนนใหญ่ (3.99) อันดับสาม ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (3.97) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.82) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการคมนาคมสะดวก เป็นอันดับแรก (4.16)อันดับสองไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (3.99) อันดับสาม ที่จอดรถเพียงพอ (3.92)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.56) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.77) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.67)อันดับสาม การให้ส่วนลดค่าห้องพักแก่กรุปทัวร์ (3.61) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.52) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.80) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.62)อันดับสาม มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม (3.57)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.98) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้เป็นอันดับแรก (4.09) อันดับสอง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน(4.06) อันดับสาม พนักงานมีกิริยา วาจา สุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย (3.95) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.07) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก (4.21) อันดับสอง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้(4.18) อันดับสาม พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (4.03)

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.64) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัดเป็นอันดับแรก (3.99) อันดับสองภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (3.88) อันดับสาม มีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา (3.71) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.80) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัด มากเป็นอันดับแรก (4.06) อันดับสองภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (4.02) อันดับสาม มีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา (4.01)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.70) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของ ไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (3.93) อันดับสองพนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.88) อันดับสาม ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม (3.83) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.81) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (4.13) อันดับสองพนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (4.04) อันดับสาม การเข้าพัก (Check In) สะดวกรวดเร็ว (3.95)

จากการศึกษาด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 โดยเพศชาย จำนวน 155 คน มีค่าเฉลี่ย 3.98 และเพศหญิง จำนวน 133 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 อันดับสอง ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยเพศชายจำนวน 155 คน มีค่าเฉลี่ย 3.84 และเพศหญิงจำนวน 133 คน มีค่าเฉลี่ย 3.82 อันดับสาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 โดยเพศชายจำนวน 155 คน มีค่าเฉลี่ย 3.70 และเพศหญิงจำนวน 133 คน มีค่าเฉลี่ย 3.81

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสะดวกของห้องพักเป็นอันดับแรก (4.48) อันดับสองได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.41) อันดับสามได้แก่ เครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (4.27) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.63) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ และพนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เป็นอันดับแรก (4.25) อันดับสองได้แก่ ความสะดวกห้องพัก(4.24) อันดับสามได้แก่ มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้ชัดเจน(4.05) ผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง ความสะดวกห้องพัก เป็นอันดับแรก (4.30) อันดับสองได้แก่ ขนาดของห้องพัก และเครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.26) อันดับสามได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.06)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.53) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริงเป็นอันดับแรก (4.02) อันดับสองได้แก่ ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.97) อันดับสามได้แก่ ราคาห้องพัก (3.87) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.61) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด เป็นอันดับแรก (3.91) อันดับสองได้แก่ การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (3.87) อันดับสามได้แก่ ราคาห้องพัก (3.75) ผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง และราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด เป็นอันดับแรก (3.76) อันดับสองได้แก่ ราคาห้องพัก (3.70) อันดับสามได้แก่ ราคาห้องประชุม/ห้องจัดเลี้ยง (3.70)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับ

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.83) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องไม่อยู่ในชอยลิก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว เป็นอันดับแรก (4.05)อันดับสองเห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย (4.02)อันดับสาม ที่จอดรถเพียงพอ (3.99) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.81) โดยให้ความสำคัญต่อไม่อยู่ในชอยลิก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว เป็นอันดับแรก (3.97) อันดับสอง ที่จอดรถเพียงพอ (3.96)อันดับสาม สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงแรมไม่อยู่ในชุมชนแออัด(3.94) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก(3.80) โดยให้ความสำคัญในเรื่องเห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย เป็นอันดับแรก(4.02) อันดับสอง ติดถนนใหญ่ (3.94) อันดับสาม การคมนาคมสะดวก(3.89)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.81) อันดับสอง มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม (3.72) อันดับสาม การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.66)ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (3.46)โดยให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำเป็นอันดับแรก (3.70) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.58)อันดับสาม โฆษณา ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ทิว วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต(3.51)และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.58) โดยให้ความสำคัญในเรื่องโรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.89) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.78)อันดับสาม ให้ส่วนลดค่าห้องพักกรณีพิเศษสำหรับข้าราชการ(3.72)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.18) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก (4.25) อันดับสอง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (4.23)

อันดับสาม พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (4.19) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.92) โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ เป็นอันดับแรก (4.07) อันดับสอง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (4.06) อันดับสาม พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (3.87) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.84) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ เป็นอันดับแรก (4.04) อันดับสอง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (3.98) อันดับสาม พนักงานมีกริยา วาจา สุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย (3.80)

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.76) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นอันดับแรก (4.15) อันดับสอง ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (4.09) อันดับสาม สภาพตึกดูใหม่ได้รับการดูแลอย่างดี (3.93) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม เป็นอันดับแรก (3.94) อันดับสอง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัด 3.92 อันดับสาม มีป้ายบอกทาง ไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา (3.73) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยให้ความสำคัญในเรื่องมีป้ายบอกทาง ไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา เป็นอันดับแรก (4.37) อันดับสอง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัด (3.93) อันดับสาม ลานจอดรถสามารถจอดรถได้ไม่ต่ำกว่า 100 คัน (3.85)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.86) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดีเป็นอันดับแรก (4.15) อันดับสอง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหาย

ไม่มีผู้ให้บริการเดินทูลูกค้าภายในโรงแรม (4.13) อันดับสาม ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม(4.06) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้ให้บริการเดินทูลูกค้าภายในโรงแรมเป็นอันดับแรก (3.96) อันดับสอง การเข้าพัก (Check In) สะดวกรวดเร็ว (3.81) อันดับสาม พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.80) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยให้ความสำคัญในเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้ให้บริการเดินทูลูกค้าภายในโรงแรมเป็นอันดับแรก (3.87) อันดับสอง จองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (Internet) (3.83) อันดับสาม พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.78)

จากการศึกษาด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรวมทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีจำนวน 128 คนมีค่าเฉลี่ย 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน มีค่าเฉลี่ย 3.84 อันดับสอง ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีจำนวน 128 คนมีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน มีค่าเฉลี่ย 3.81 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน มีค่าเฉลี่ย 3.80 อันดับสาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีจำนวน 128 คนมีค่าเฉลี่ย 3.86 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน มีค่าเฉลี่ย 3.68 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน มีค่าเฉลี่ย 3.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกอาชีพ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดห้องพักเป็นอันดับแรก (4.31) อันดับสอง เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรทัศน์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.29) อันดับสาม พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.27) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.70) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดห้องพัก เป็นอันดับแรก (4.29) อันดับสอง เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรทัศน์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.28) อันดับสาม พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.15) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดห้องพัก เป็นอันดับแรก (4.47) อันดับสอง พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.44) อันดับสาม มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้ชัดเจน (4.31)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.55) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้องตรงความเป็นจริง เป็นอันดับแรก (3.97) อันดับสอง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.90) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.74) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.50) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด เป็นอันดับแรก (3.86) อันดับสอง การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง

(3.80) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.77) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.66) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง เป็นอันดับแรก (3.98) อันดับสอง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.97) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.88)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.77) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ที่จอดรถเพียงพอเป็นอันดับแรก (4.00) อันดับสอง ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (3.98) อันดับสาม สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงแรมไม่อยู่ในชุมชนแออัด (3.92) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.81) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ติดถนนใหญ่ เป็นอันดับแรก (3.98) อันดับสอง ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (3.97) อันดับสาม เห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย (3.92) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.89) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง เห็นเด่นชัด หาโรงแรมได้ง่าย เป็นอันดับแรก (4.09) อันดับสอง การคมนาคมสะดวก ติดถนนใหญ่ และไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน(3.99)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.51) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.74) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.67) อันดับสาม มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม (3.57) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง(3.48) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.69) อันดับสอง มีนุฟเฟ็ด นานาชาติมีเอกลักษณ์บริการในราคาพิเศษ (3.61) อันดับสาม การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.59) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมี

ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.93) อันดับสอง มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม (3.72) อันดับสาม การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.69)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.02) โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก (4.10) อันดับสอง พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (3.98) อันดับสาม พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ (3.95) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.80) โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ เป็นอันดับแรก (4.03) อันดับสอง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (4.00) อันดับสาม พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (3.72) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.27) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก (4.30) อันดับสอง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (4.28) อันดับสาม พนักงานมีกิริยา วาจา สุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย (4.27)

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นอันดับแรก (4.07) อันดับสอง ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (3.93) อันดับสาม มีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา (3.80) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.56) โดย ให้ความสำคัญในเรื่อง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นอันดับแรก (3.83) อันดับสอง ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (3.75) อันดับสาม ลานจอดรถสามารถจอดรถได้ไม่ต่ำกว่า 100 คัน (3.59) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน การสร้างและ

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.92) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา เป็นอันดับแรก (4.24) อันดับสอง คำนหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด (4.18) อันดับสาม ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (4.16)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.71) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม เป็นอันดับแรก (3.92) อันดับสอง พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.91) อันดับสาม มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม (3.86) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.59) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (3.96) อันดับสอง พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.80) อันดับสาม การคืนห้องพัก (Check out) สายหรือป้าย ๆ ได้ (3.69) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.98) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (4.28) อันดับสอง พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี และ การเข้าพัก (Check In) สะดวกรวดเร็ว ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (4.16)

จากการศึกษาด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรวมทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 105 คนมีค่าเฉลี่ย 4.02 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 คน มีค่าเฉลี่ย 3.80 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 88 คน มีค่าเฉลี่ย 4.27 อันดับสอง ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 105 คนมีค่าเฉลี่ย 3.77 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 95 คน มีค่าเฉลี่ย 3.81 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 88 คน มีค่าเฉลี่ย 3.89 อันดับสาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 105 คนมีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 คน มีค่าเฉลี่ย 3.59 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 88 คน มีค่าเฉลี่ย 3.98

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามรายได้

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะอาดห้องพัก เป็นอันดับแรก (4.39) อันดับสอง พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (4.38) อันดับสาม มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้ชัดเจน (4.25) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความสะอาดห้องพัก เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ และ พนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เป็นอันดับแรก (4.33) อันดับสอง มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้ชัดเจน (4.11) อันดับสาม ขนาดของห้องพัก (4.06) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความสะอาดห้องพัก เป็นอันดับแรก (4.36) อันดับสอง เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์/ตู้เย็น ฯลฯ (4.23) อันดับสาม ขนาดของห้องพัก (4.22)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง เป็นอันดับแรก (3.96) อันดับสอง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.93) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.86) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.50) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง เป็นอันดับแรก (3.86) อันดับสอง ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (3.80) อันดับสาม ราคาห้องพัก (3.72) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.73) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด เป็นอันดับแรก (4.06) อันดับสอง การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (3.96) อันดับสาม ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (3.84)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.80) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว เป็นอันดับแรก (4.06) อันดับสอง อยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือย่านธุรกิจ (3.97) อันดับสาม สภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงแรมไม่อยู่ในชุมชนแออัด (3.97) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.83) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านติดถนนใหญ่ เป็นอันดับแรก (3.98) อันดับสอง ที่จอดรถเพียงพอ (3.95) อันดับสาม การคมนาคมสะดวก 3.93) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.82) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเห็นเด่นชัดหาโรงแรมได้ง่าย เป็นอันดับแรก (4.01) อันดับสอง ติดถนนใหญ่ (4.00) อันดับสาม ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (3.99)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.92) อันดับสอง การให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.84) อันดับสาม มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับ โรงแรม (3.74) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.50) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.73) อันดับสอง การ

ให้ส่วนลดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ สุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ (3.59) อันดับสาม การให้ส่วนลดค่าห้องพักแก่กรุ๊ปทัวร์ (3.58) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เป็นอันดับแรก (3.70) อันดับสอง มีบุฟเฟ่ต์นานาชาติมื้อกลางวันบริการในราคาพิเศษ และ มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.61)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.24) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า เป็นอันดับแรก (4.26) อันดับสอง พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการให้บริการ และ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (4.25) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก (4.08) อันดับสอง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (4.04) อันดับสาม พนักงานมีกริยา วาจา สุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย (3.77) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.96) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมี มนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ เป็นอันดับแรก (4.13) อันดับสอง พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (4.07) อันดับสาม พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจลูกค้า (3.96)

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นอันดับแรก (4.17) อันดับสอง สถาปัตยกรรมใหม่ได้รับการดูแลอย่างดี (4.06) อันดับสาม ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะอาดและสวยงาม (4.03) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.72) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา เป็นอันดับแรก (3.99) อันดับสอง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด (3.95) อันดับสาม ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะดวกและสวยงาม (3.94) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นอันดับแรก (3.96) อันดับสอง มีป้ายบอกทางไปยังห้องจัดเลี้ยง ประชุม สัมมนา และ ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย เน้นความสะดวกและสวยงาม ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.81)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.90) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี เป็นอันดับแรก (4.21) อันดับสอง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม (4.13) อันดับสาม ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม (4.10) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (3.91) อันดับสอง พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.80) อันดับสาม การเข้าพัก (Check In) ความสะดวกรวดเร็ว (3.78) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม มีค่าเฉลี่ยรวมของการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.76) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหายไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม เป็นอันดับแรก (4.07) อันดับสอง การเข้าพัก (Check In) ความสะดวกรวดเร็ว (3.87) อันดับสาม พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี (3.86)

จากการศึกษาด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ของผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรวมทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 96 คนมีค่าเฉลี่ย 4.24 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 123 คน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 69 คน มีค่าเฉลี่ย 3.96 อันดับสอง ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 96 คนมีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 123 คน มีค่าเฉลี่ย 3.83 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปจำนวน 69 คน มีค่าเฉลี่ย 3.82 อันดับสาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 96คนมีค่าเฉลี่ย 3.90 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 123 คน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปจำนวน 69 คน มีค่าเฉลี่ย 3.76 สามารถสรุปรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 83

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 83 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ของโรงแรมระดับกลุ่ม 3 สัมพันธ์กับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		อายุ		อาชีพ		รายได้				
	ชาย จำนวน=155	หญิง จำนวน=133	<30 ปี จำนวน=128	31-40 ปี จำนวน=106	>41 ปี จำนวน=54	เดกชน จำนวน=105	ส่วนตัว จำนวน=95	อื่น ๆ จำนวน=88	<10,000 บาท จำนวน=96	10,000-20,000 บาท จำนวน=123	>20,000 บาท จำนวน=69
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของห้องพัก (มาก=4.30)	ความสะอาดของห้องพัก (มาก=4.41)	ความสะอาดของห้องพัก (มาก=4.48)	เครื่องอำนวยความสะดวก สะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์ ตู้เย็น ฯลฯ และรถป. อุบลรักษา ความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง (มาก=4.25)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.30)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.31)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.29)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.47)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.39)	เครื่องอำนวยความสะดวกภายใน เช่น โทรศัพท์/โทรทัศน์ ตู้เย็น ฯลฯ และรถป. อุบลรักษา ความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (มาก=4.33)	ความสะอาดห้องพัก (มาก=4.36)
ปัจจัยด้านราคา	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=3.94)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง และราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือ (มาก=3.89)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=4.02)	ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (มาก=3.91)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง และราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (มาก=3.76)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=3.97)	ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (มาก=3.86)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=3.98)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=3.96)	การคิดราคาห้องพัก เช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริง (มาก=3.86)	ราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (มาก=4.06)
ปัจจัยด้านสถานที่	เห็นเด่นชัดหาโรงแรมได้ง่าย (มาก=4.03)	การคมนาคมสะดวก (มาก=4.16)	ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (มาก=4.05)	ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (มาก=3.97)	เห็นเด่นชัดหาโรงแรมได้ง่าย (มาก=4.02)	ที่จอดรถเพียงพอ (มาก=4.00)	ติดถนนใหญ่ (มาก=3.98)	เห็นเด่นชัดหาโรงแรมได้ง่าย (มาก=4.09)	ไม่อยู่ในซอยลึก ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (มาก=4.06)	ติดถนนใหญ่ (มาก=3.98)	เห็นเด่นชัดหาโรงแรมได้ง่าย (มาก=4.01)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้เดินทางมาใช้บริการ โรงแรมระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรกโดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545, 106) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สนินาถ ดันตราพล (2546, 45) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากเฉพาะปัจจัยด้านสถานที่

ในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของห้องพักมากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545, 32) กล่าวว่าชื่อเสียงของ โรงแรมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรกในเรื่องภายในห้องพักคับแคบ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการคิดราคาห้องพักเช่น ถูกต้อง ตรงความเป็นจริงและการคิดราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด มากเป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545, 33) กล่าวว่า ราคาห้องพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สนินาถ ดันตราพล (2546, 45) กล่าวว่าราคาคู่ค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับ

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง ห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดมีราคาสูง

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การคมนาคมสะดวกมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545, 25) กล่าวว่า การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับผลการศึกษา

ของ สินีนาถ คันตราพล (2546, 45) กล่าวว่า ความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมมากที่สุด

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง การคมนาคมไม่สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545,31) กล่าวว่า ญาติหรือเพื่อนแนะนำให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง โรงแรมไม่มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545,27) กล่าวว่า พนักงานต้องเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้องให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง พนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อ โรงแรมเห็นเด่นชัดมากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545,32) กล่าวว่า ป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง ลานจอดรถไม่สามารถจอดรถได้เพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีไม่มีของสูญหาย มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545,27) กล่าวว่า สามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก

ในรายละเอียดของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ มีดังนี้

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรกในเรื่อง ไม่มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการเลือกใช้บริการโรงแรม อันดับแรกคือ ปัญหาปัจจัยด้านราคา และทุกปัญหาของปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งหมดซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545, ๑) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ ด้านการบริการหรือบุคคล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านวัสดุสื่อสาร ด้านสัญลักษณ์และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุดทั้งหมด

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และ อายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี รายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท สถานภาพสมรส มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวนผู้ร่วมเดินทางโดยจะเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน มีวิธีการเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน มีการจองห้องพักล่วงหน้า และมีการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี

ในรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ เรื่องความสะอาดของห้องพัก การคิดราคาห้องพักถูกต้องตรงความเป็นจริงและราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุด การคมนาคมสะดวก โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ของไม่สูญหาย ไม่มีผู้หญิงบริการเดินหาลูกค้าภายในโรงแรม ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ เรื่องดีสไก้เรค ราคาค่าบริการห้องออกกำลังกาย การจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต การมีเว็บไซต์ พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการให้บริการ มีสนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกายดูแลอย่างดีใช้งานได้

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ในรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละปัญหาที่ผู้สอบถามพบมากเป็นอันดับแรกคือ เรื่องภายในห้องพักค่อนข้างแคบ ห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดมีราคาสูง การคมนาคมไม่สะดวก โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ พนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ลานจอดรถไม่สามารถจอดรถได้เพียงพอ ไม่มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเป็นอันดับสุดท้ายของแต่ละปัญหาได้แก่ เรื่องโรงแรมไม่มีสระว่ายน้ำ ไม่รับชำระด้วยบัตรเครดิต ไม่มีการรับจองห้องพักทางโทรศัพท์ ไม่มีบุฟเฟต์มื้อกลางวันบริการ ในราคาพิเศษ พนักงานบริการลูกค้าทุกคนไม่เท่าเทียมกัน ไม่มีสนามเด็กเล่น ไม่มีบริการนวดแผนโบราณ นวดแผนไทย

ปัญหาปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากเป็นอันดับแรก คือ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ โรงแรม การนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีและเหมาะสมมาเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้เดินทางมาใช้บริการ โรงแรม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม ให้มากและปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสรรหาพนักงานที่มีใจรักในงานการให้บริการซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการเช่น พนักงานต้องมีกริยาวาจาสุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย บริการที่รวดเร็วทันใจ มีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้และที่สำคัญต้องบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเน้นการใช้การรับฟัง คำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ ควรมีการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้บริการซึ่งจะทำให้รับทราบข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุง การบริการให้ดีขึ้น รวมถึงการตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานที่ให้บริการด้วย เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ประกอบการจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่ให้การสนับสนุนพนักงานและให้รางวัลสำหรับการให้บริการที่ดี โดยการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานอยู่เสมอ อาจกระทำโดยการมีกล่องรับความคิดเห็นจากพนักงานหรือออกแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของพนักงานและในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางมาใช้บริการ โรงแรมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ควรมีการจัดจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อสามารถให้บริการแก่ผู้เดินทางมาใช้บริการได้อย่างทั่วถึงอีกประการหนึ่งด้วย

2. ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการควรจัดการเกี่ยวกับเรื่องการคมนาคมสะดวกรวดเร็วคล่องตัวในการเดินทางมาใช้บริการเช่น มีแผนที่พร้อมรายละเอียดแฟกซ์ ไปให้ผู้ที่จะเดินทางมาใช้บริการเพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งสถานที่ตั้งของ โรงแรม เป็นการศึกษาเส้นทางก่อนการเดินทางและเพื่อให้ทราบว่าทางโรงแรมมีสถานที่จอดรถที่สะดวก สถานจอดรถสามารถรองรับรถผู้มาใช้บริการได้ 100 คัน เป็นต้น กรณีเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว หากเดินทางมาโดยเครื่องบิน รถโดยสารประจำทาง เช่น รถทัวร์ รถไฟ ทางโรงแรมควรเรียนให้ผู้ที่จะเดินทางมาใช้บริการทราบว่า โรงแรม

มีรถบริการรับ-ส่งเพื่ออำนวยความสะดวกให้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการจองห้องพักรถทาง
ทางโทรศัพท์ส่วนการจองห้องพักด้วยระบบการส่งจองทางอินเทอร์เน็ต ยังไม่เป็นที่นิยมเพราะยังมี
ความล่าช้าต้องมีการปรับปรุงให้มีความพร้อมและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ควรนำกลยุทธ์ด้านสถาน
บริการมาใช้เพราะผู้ใช้บริการต้องการมาเพื่อพักผ่อน โดยจะต้องจัดให้โรงแรมมีความสะอาดตา ดู
เป็นระเบียบเรียบร้อย คู่อโถง โปร่งสบาย สร้างบรรยากาศที่ทันสมัย ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสบาย
ผ่อนคลายความตึงเครียด ในสถานบริการโรงแรมควรจัดให้เป็นสัดส่วน สภาพแวดล้อมรอบ ๆ
โรงแรมหากอยู่ในชอยลิ่ง ไม่ควรให้เปลี่ยวควรจัดให้มีไฟฟ้าเพิ่มความสว่างตลอดแนวเส้นทาง
จนถึงอาคารโรงแรม เพื่อความสะดวกในการเดินทางของผู้มาใช้บริการ โรงแรม

3. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการโรงแรมควรมีการบริการที่มีความ
ปลอดภัย เช่น มีผู้เซฟสำหรับเก็บของมีค่าในระหว่างการเข้าพัก พนักงานสามารถไว้วางใจได้ ควรมี
การประสานงานกันระหว่างแผนก ควรอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ในเรื่องของ
การจองห้องพักและการคืนห้องพัก ควรมีการกำหนดการใช้เวลาในทุกขั้นตอนหรือกระบวนการ
ให้ชัดเจน เช่น ไม่ควรให้ลูกค้ารอนานเกิน 5 นาที สำหรับการบริการทุกประเภทยกเว้นห้องอาหาร
เนื่องจากมีกรรมวิธีในการประกอบอาหารซึ่งต้องใช้เวลา อาจกำหนดเวลาในการรอ 15 นาที
ส่งเสริมการจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต เช่น ถ้าจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะได้รับส่วนลด
พิเศษ 15% จากราคาปกติ พนักงานต้องมีอัธยาศัยไมตรีดี ยิ้มแย้ม เป็นกันเอง มีความรู้ดีเกี่ยวกับ
บริการ เวลาแขกเข้าพักควรมีน้ำดื่ม ไว้อวยบริการ (Welcome Drink) มีรถผู้บริการรับ-ส่งผู้เดินทาง
มาใช้บริการจากสนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่งผู้โดยสารมายังโรงแรม โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางมาใช้บริการ

4. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการโรงแรมควร
จัดทำป้ายชื่อโรงแรมให้มีตัวอักษรเป็นภาษาไทยตัวใหญ่ อาจมีตัวอักษรชื่อโรงแรมเป็น
ภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่างของชื่อภาษาไทยก็ได้ เพื่อให้ผู้เดินทางมาใช้บริการเห็นได้ชัดเจนใน
ระยะไกล ส่วนภายในอาคารควรมีป้ายบอกทางไปยังห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง ห้องอาหาร ห้องคา
ราโอเกะ หรือป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในอาคาร โรงแรมและภายนอกอาคาร โรงแรม
อย่างชัดเจนด้วยเช่นกัน ภายในอาคารโรงแรมควรมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยเน้นความสะอาด
และสวยงาม สภาพดีทั้งหลังภายนอกอาคารควรมีการดูแลเอาใจใส่อย่าให้มีรอยแตก รอยร้าวตาม
ผนังตึก ฝ้า เพดาน ผู้ประกอบการอาจจัดให้มีสนามเด็กเล่นในพื้นที่ว่างบริเวณโรงแรมตามความ
เหมาะสม เพื่อเวลาผู้เดินทางมาใช้บริการมีผู้ติดตามที่เป็นเด็กจะได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
และมีกิจกรรมทำไม่เป็นที่รบกวนแขกหรือผู้มาใช้บริการท่านอื่น หรือผู้ประกอบการอาจสร้าง
สนามกีฬา เช่น สนามเทนนิส เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้ออกกำลังกายบ้าง ทั้งนี้แล้วแต่ความ

เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ สถานที่จอดรถ ควรมีการแก้ปัญหาในเรื่องสถานที่จอดรถไม่สะดวก ควรจัดช่องทางการจราจรเดินรถให้แก่ผู้เดินทางมาใช้บริการ สำหรับทางเข้าและทางออกควรมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน จัดระเบียบการจอดรถด้านหน้าอาคาร โรงแรมให้รถจอดได้มากที่สุดไม่ชิดกันจนเปิดรถไม่ได้และก็ไม่ห่างกันจนเปลืองเนื้อที่การจอด เช่น ตีเส้นขาวบริเวณลานจอดรถเพื่อจัดช่องจอดรถให้พอดีและเป็นระเบียบ ตัวอาคาร โรงแรมควรตั้งให้เห็นเด่นชัดด้วยตัวอักษรที่ใหญ่สามารถมองเห็นได้ในระยะไกล ไม่ควรให้มีป้ายผ้าหรือคั้นไม้มาบัง ควรมีการตกแต่งสวนหย่อม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ บริเวณด้านข้างของโรงแรมหรือเกาะกลาง หรือภายในตัวอาคาร โรงแรม โรงแรมควรมีความทันสมัยเพื่อสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการในยุคปัจจุบัน มีความหลากหลายของห้องพักให้เลือกใช้บริการ การตกแต่ง โรงแรมให้เข้ากับบรรยากาศเทศกาล เป็นสิ่งที่ควรกระทำ เพื่อให้ผู้เดินทางมาใช้บริการเกิดความประทับใจในสถานที่ทุกครั้งที่มาพักโรงแรม

5. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการทุกโรงแรมตระหนักกันอยู่แล้วว่างานบริการคือหัวใจของโรงแรม ดังนั้น ควรสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เดินทางมาใช้บริการทุกด้าน การรักษาความสะอาดของห้องพักต้องมาเป็นอันดับหนึ่งเสมอเพราะผู้เดินทางมาใช้บริการส่วนใหญ่มักพักผ่อนตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไป ดังนั้นห้องพักควรจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อยโดยมอบหมายให้แผนกดูแลห้องพักได้แก่ หัวหน้าแม่บ้านหมั้นคอยตรวจเช็คดูแลถูกรอบ เน้นทุกซอกทุกมุม ไม่ว่าจะเป็เตียงนอน ที่นอน ปลอกหมอน ผ้าปู ผ้าคลุมเตียง ต้องจัดให้เรียบร้อยก่อนผู้มาใช้บริการกลับเข้ามาห้องน้ำต้องสะอาดและเสวยชยะ ต้องไม่เห็น กลิ่นเหม็นอับต้องไม่มี นอกจากนี้ของใช้ในห้องพักต้องมีครบเช่น แปรงสีฟัน โครีเป่าผม หมวกคลุมผมอาบน้ำ ฯลฯ เครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ ทีวี ตู้เย็น โต๊ะเก้าอี้ ส่วนภายนอกห้องพักก็ต้องดูแลด้วยเช่นกัน เช่นควรจัดพนักงานรักษาความปลอดภัย ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีการจดเลขทะเบียนรถทุกประเภท ทุกคันที่เข้า-ออกโรงแรม มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นชัดเจนเช่น ถังดับเพลิงและวิธีการนำไปใช้ยามฉุกเฉิน มีป้ายบอกทางหนีไฟติดไว้ที่ประตูห้องพักด้านในทุกห้อง เป็นต้น โรงแรมควรมีห้องต่าง ๆ ไว้คอยบริการนอกเหนือจากห้องพักเช่น ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา ห้องออกกำลังกาย ห้องฟิตเนส สปา ห้องคาราโอเกะ ร้านกีฟร้อป เป็นต้น

6. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรมีมาตรฐานในการกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ควรคิดราคาที่เหมาะสมด้วยการคิดราคาห้องพักต้องถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง โดยเฉพาะแคชเชียร์ส่วนหน้า มีส่วนสำคัญเช่นกัน ต้องเป็นผู้ที่มีความละเอียดรอบคอบและมีความแม่นยำเรื่องตัวเลข และต้องเป็นผู้ที่สามารถประสานงานกับทุกฝ่ายเช่น ห้องพัก ห้องอาหาร เพราะอาจมีค่าใช้จ่ายค้างชำระแล้วไม่ได้แจ้งคอนผู้ให้บริการคืนห้องพัก หรือเกิดกรณีลูกค้าต่อว่าในเรื่องการคิดเงินค่าห้องเช่า ข้อผิดพลาด

ล่าช้า ทำให้เกิดปัญหาเหล่านี้ไม่ควรเกิดขึ้นบ่อย ๆ เพราะจะมีผลกระทบต่อรายได้ของ โรงแรม โดยตรง ธุรกิจการบริการโรงแรมความต้องการจะมีไม่สม่ำเสมอตามฤดูกาลท่องเที่ยวเช่น ช่วง ปลายปีหรือต้นปีห้องพักจะเต็ม ส่วนช่วงกลางปีผู้มาใช้บริการจะน้อย ปัญหาด้านราคาห้องพักช่วง เทศกาลหรือวันหยุด มีราคาสูง สาเหตุของการที่ห้องพักมีราคาสูงช่วงเทศกาลหรือวันหยุดนั้นเป็น เพราะปริมาณความต้องการซื้อมีมากกว่าปริมาณความต้องการขาย หรืออาจกล่าวได้ว่าช่วงเทศกาล หรือวันหยุดนั้น มีผู้มาใช้บริการ โรงแรมมากเกินกว่าที่โรงแรมจะจัดหาที่พักให้เพียงพอต่อความ ต้องการได้ ราคาจึงต้องปรับสูงขึ้นเพื่อให้เกิดความสมดุลกับช่วงที่ไม่ใช่เทศกาลหรือวันหยุดราคา จะถูกปรับลงต่ำมาก ดังนั้นผู้บริหาร โรงแรมจึงจำเป็นต้องนำกลยุทธ์การตั้งราคาให้แตกต่างกันเพื่อ ปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอคือการตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อมาก และตั้งราคาต่ำ ในช่วงที่ความต้องการซื้อลดลง การใช้กลยุทธ์ลดราคาห้องพักก็ยังคงใช้อยู่แต่ควรเพิ่มการให้ ส่วนลดพิเศษแก่ผู้มาใช้บริการมากขึ้น เช่น ลดราคาห้องพักพิเศษในช่วงปลายเดือนและควรมีการตั้ง ราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งอื่น มีการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดกรณีพิเศษ สำหรับการพักเป็นเวลานานหลายคืนติดกัน มีบัตรสมาชิกและบัตรส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้ บริการ โรงแรมเป็นประจำหลายครั้งต่อปี หรือใช้กลยุทธ์ราคากระตุ้นให้มาใช้บริการเป็นกลุ่มใหญ่ มากขึ้น เช่น พัก 3 คืนจ่าย 2 คืน แดมอาหารเช้าฟรี 2 ท่านต่อห้อง ภายในห้องพักมีกาแฟสามารถชง ต้มฟรีได้ตลอดเวลาของการเข้าพัก เป็นต้น

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้ บริการประจำ ผู้ประกอบการโรงแรมควรจัดทำบัตรสมาชิก โดยการให้ส่วนลดพิเศษครั้งราคาจากราคาค่าห้องพักคิดในวันธรรมดาที่ไม่ใช่วันหยุดสุดสัปดาห์ นอกเหนือไปจาก วันศุกร์ เสาร์ และ อาทิตย์ สิทธิพิเศษนี้มอบให้แก่สมาชิกผู้เดินทางมาใช้บริการประจำเพื่อเป็นการรักษาคูกค้าเอาไว้ อยู่กับเราตลอดไป นอกจากนี้สมาชิกบางรายอาจ เดินทางมาจากต่างจังหวัดและมาพักทุกอาทิตย์ บางรายมาพักเป็นรายเดือน การได้รับสิทธิพิเศษนี้เองจะทำให้สมาชิกผู้เดินทางมาใช้บริการรู้สึก ประทับใจ บอกต่อ และกลับมาใช้บริการอีกใน โอกาสต่อไป นอกจากนี้โรงแรมควรมีเอกสาร แนะนำ มีจดหมายเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ข่าวคราวความคืบหน้าในด้านการบริการ การ์ดอวยพรวันเกิดในการติดต่อกับผู้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ แม้ผู้เดินทางมาใช้บริการจะเป็นลูกค้าครั้งแรกใน การมาใช้บริการก็ตาม นอกจากนี้ควรมีการโฆษณา ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ทิว วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้มาใช้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้สะดวกขึ้น เป็นต้น ควรมีกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เช่น ร่วมรายการกับสื่อวิทยุ เปิดสปอต โฆษณาว่าโรงแรมมีจัดรายการอาหารบุฟเฟต์ 3 มื้อ พิเศษเพียงมื้อละ 59 บาท อาหารเช้าจัดแบบ อาหารฝรั่งแต่มีอาหารไทยเสริมคือ ข้าวผัด ข้าวต้มหมู ปลา ไข่ เวลา 6.30-10.00 น. อาหารกลางวัน

จัดแบบบุฟเฟ่ต์นานาชาติ เวลา 11.00-14.00 น. และอาหารเย็นเป็นบุฟเฟ่ต์เสต็ก เวลา 17.00-20.00 น. ตอบคำถามเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพถูกรับปรุงอาหารฟรี2 ที่ หรือมาจัดเลี้ยง 20 ท่านฟรีเค้ก 1 ปอนด์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังคงต้องเอาใจใส่ในการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่เดินทางมาใช้บริการห้องพัก หรือลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และในทุกปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการโรงแรมทั้งสิ้น เพื่อให้ผู้ที่เดินทางมาใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดี และเกิดความประทับใจ ในบริการ ไม่เกิดความรู้สึกว่าตนเองถูกเอารัดเอาเปรียบจากการมาใช้บริการและมีความรู้สึกต้องการที่จะกลับมาใช้บริการ โรงแรมอีกในโอกาสต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved