

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสและโรงแรมปางสะหวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลส จำนวน 200 ราย และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำนวน 200 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอไว้ในตารางที่ 1 - 12

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ เสนอไว้ในตารางที่ 13 - 21

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาพัก และราคาห้องพัก

ตอนที่ 3.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ เสนอไว้ในตารางที่ 22 - 28

ตอนที่ 3.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ เสนอไว้ในตารางที่ 29 - 35

ตอนที่ 3.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ เสนอไว้ในตารางที่ 36 - 42

ตอนที่ 3.4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้ เสนอไว้ในตารางที่ 43 - 49

ตอนที่ 3.5 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก เสนอไว้ในตารางที่ 50 - 56

ตอนที่ 3.6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
บริการ ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก เสนอ
ไว้ในตารางที่ 57 - 63

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของ โรงแรม
ปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส เสนอไว้ในตารางที่ 64



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ

เพศ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	85	42.5	126	63.0	211	52.8
หญิง	115	57.5	74	37.0	189	47.2
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.5 และเพศชาย ร้อยละ 42.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.0 และเพศหญิง ร้อยละ 37.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.8 และเพศหญิง ร้อยละ 47.2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามอายุ

อายุ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	46	23.0	50	25.0	96	24.0
25 - 34 ปี	78	39.0	82	41.0	160	40.0
35 - 44 ปี	44	22.0	40	20.0	84	21.0
45 - 54 ปี	26	13.0	18	9.0	44	11.0
55 - 64 ปี	6	3.0	10	5.0	16	4.0
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีอายุ 25 - 34 ปี มากที่สุด ร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 23.0 อายุ 35 - 44 ปี ร้อยละ 22.0 อายุ 45 - 54 ปี ร้อยละ 13.0 และอายุ 55 - 64 ปี ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีอายุ 25 - 34 ปี มากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 25.0 อายุ 35 - 44 ปี ร้อยละ 20.0 อายุ 45 - 54 ปี ร้อยละ 9.0 และอายุ 55 - 64 ปี ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โดยรวมมีอายุ 25 - 34 ปี มากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 24.0 อายุ 35 - 44 ปี ร้อยละ 21.0 อายุ 45 - 54 ปี ร้อยละ 11.0 และอายุ 55 - 64 ปี ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	28	14.0	34	17.0	62	15.5
ข้าราชการ	33	16.5	36	18.0	69	17.2
พนักงานบริษัทเอกชน	97	48.5	90	45.0	187	46.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	7.0	8	4.0	22	5.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	28	14.0	32	16.0	60	15.0
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 16.5 นักเรียน/นักศึกษาและประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 14.0 เท่ากัน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 18.0 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 17.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 16.0 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 17.2 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 15.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 15.0 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	28	14.0	26	13.0	54	13.5
5,001 - 10,000 บาท	63	31.5	60	30.0	123	30.7
10,001 - 15,000 บาท	41	20.5	46	23.0	87	21.8
15,001 - 20,000 บาท	28	14.0	19	9.5	47	11.7
20,001 - 25,000 บาท	26	13.0	29	14.5	55	13.8
25,001 - 50,000 บาท	12	6.0	14	7.0	26	6.5
มากกว่า 50,000 บาท	2	1.0	6	3.0	8	2.0
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 20.5 ไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 14.0 เท่ากัน 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 13.0 25,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 6.0 และมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 23.0 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 14.5 ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 13.0 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 9.5 25,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 7.0 และมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 21.8 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 13.8 ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 13.5 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 11.7 25,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 6.5 และมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	74	37.0	60	30.0	134	33.5
ภาคกลาง	90	45.0	100	50.0	190	47.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	7.0	11	5.5	25	6.3
ภาคตะวันออก	6	3.0	6	3.0	12	3.0
ภาคตะวันตก	4	2.0	8	4.0	12	3.0
ภาคใต้	12	6.0	15	7.5	27	6.7
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ภาคเหนือ ร้อยละ 37.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 7.0 ภาคใต้ ร้อยละ 6.0 ภาคตะวันออก ร้อยละ 3.0 และภาคตะวันตก ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ภาคเหนือ ร้อยละ 30.0 ภาคใต้ ร้อยละ 7.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 5.5 ภาคตะวันตก ร้อยละ 4.0 และภาคตะวันออก ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มากที่สุด ร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ ภาคเหนือ ร้อยละ 33.5 ภาคใต้ ร้อยละ 6.7 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 6.3 ภาคตะวันตกและภาคตะวันออกเท่ากัน ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา จังหวัดเชียงใหม่	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส		รวม	
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	94	47.0	88	44.0	182	45.5
เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า	58	29.0	70	35.0	128	32.0
เพื่อปฏิบัติงานราชการ	32	16.0	27	13.5	59	14.8
เพื่อการศึกษาค้นคว้า	12	6.0	20	10.0	32	8.0
เพื่อประชุมสัมมนา	24	12.0	29	14.5	53	13.2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส 200 ราย, ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส 200 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มากที่สุด ร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ร้อยละ 29.0 เพื่อปฏิบัติงานราชการ ร้อยละ 16.0 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 12.0 และเพื่อการศึกษาค้นคว้า ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ร้อยละ 35.0 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 14.5 เพื่อปฏิบัติงานราชการ ร้อยละ 13.5 และเพื่อการศึกษาค้นคว้า ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มากที่สุด ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ร้อยละ 32.0 เพื่อปฏิบัติงานราชการ ร้อยละ 14.8 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 13.2 และเพื่อการศึกษาค้นคว้า ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	68	34.0	81	40.5	149	37.3
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 – 8 คน	110	55.0	92	46.0	202	50.5
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 9 - 15 คน	14	7.0	20	10.0	34	8.5
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 15 คนขึ้นไป	8	4.0	7	3.5	15	3.7
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 8 คน ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 34.0 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 9 - 15 คน ร้อยละ 7.0 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 15 คนขึ้นไป ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 8 คน มากที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 40.5 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 9 - 15 คน ร้อยละ 10.0 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 15 คนขึ้นไป ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 - 8 คน ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 37.3 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 9 - 15 คน ร้อยละ 8.5 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 15 คนขึ้นไป ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระยะเวลาในการเข้าพัก	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คืน	110	55.0	96	48.0	206	51.5
3 – 5 คืน	84	42.0	92	46.0	176	44.0
6 – 8 คืน	6	3.0	12	6.0	18	4.5
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 - 2 คืน ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ 3 - 5 คืน ร้อยละ 42.0 และ 6 - 8 คืน ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน มากที่สุด ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ 3 - 5 คืน ร้อยละ 46.0 และ 6 - 8 คืน ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ 3 - 5 คืน ร้อยละ 44.0 และ 6 - 8 คืน ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามการจองห้องพักล่วงหน้า

การจองห้องพักล่วงหน้า	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จอง	146	73.0	151	75.5	297	74.2
ไม่ได้จอง	54	27.0	49	24.5	103	25.8
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 73.0 และไม่ได้จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 27.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ส่วนใหญ่จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 75.5 และไม่ได้จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 24.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 74.2 และไม่ได้จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 25.8

ตารางที่ 10 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก (ต่อคืน)

ราคาห้องพัก (ต่อคืน)	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
350 - 500 บาท	84	42.0	135	67.5	219	54.7
501 - 1,000 บาท	104	52.0	52	26.0	156	39.0
1,001 - 1,500 บาท	12	6.0	13	6.5	25	6.3
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

หมายเหตุ : ราคาห้องพักโรงแรมปางวิมานเพลส ประเภทซูพีเรียร์ ราคา 500-750 บาท (ต่อคืน), ดีลักซ์ ราคา 1,200 บาท (ต่อคืน) และสวีท ราคา 2,500 บาท (ต่อคืน)

: ราคาห้องพักโรงแรมปางสะพานเพลส ประเภทซูพีเรียร์ ราคา 350-550 บาท (ต่อคืน) และสวีท ราคา 1,200 บาท (ต่อคืน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่พักห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) ร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ 350 - 500 บาท ร้อยละ 42.0 และ 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ส่วนใหญ่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 26.0 และ 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โดยรวมส่วนใหญ่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 39.0 และ 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามการได้รับข้อมูล

การได้รับข้อมูล	โรงแรม ปางวิมานเพลส		โรงแรม ปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	114	57.0	142	71.0	256	64.0
อินเทอร์เน็ต	74	37.0	54	27.0	128	32.0
ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	24	12.0	26	13.0	50	12.5
นิตยสาร/Free Copy	6	3.0	12	6.0	18	4.5
หนังสือนำเที่ยว	10	5.0	10	5.0	20	5.0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	14	7.0	7	3.5	21	5.3
บริษัทท่องเที่ยว	8	4.0	5	2.5	13	3.2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส 200 ราย, ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ
โรงแรมปางสะพานเพลส 200 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ได้รับข้อมูล
ของโรงแรมจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต
ร้อยละ 37.0 ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ ร้อยละ 12.0 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 7.0
หนังสือนำเที่ยว ร้อยละ 5.0 บริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 4.0 และนิตยสาร/Free Copy ร้อยละ 3.0
ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลของ
โรงแรมจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ ร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 27.0 ใบปลิว
โฆษณา/แผ่นพับ ร้อยละ 13.0 นิตยสาร/Free Copy ร้อยละ 6.0 หนังสือนำเที่ยว ร้อยละ 5.0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 3.5 และบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลของโรงแรมจากญาติหรือ
เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.0 ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ
ร้อยละ 12.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 5.3 หนังสือนำเที่ยว ร้อยละ 5.0
นิตยสาร/Free Copy ร้อยละ 4.5 และบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม

ผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม	โรงแรม ปางวิมานเพลส		โรงแรม ปางสะพานเพลส		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	114	57.0	112	56.0	226	56.5
ผู้ร่วมเดินทาง	42	21.0	36	18.0	78	19.5
บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดการหาให้	28	14.0	30	15.0	58	14.5
บริษัทท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	6	3.0	3	1.5	9	2.3
ญาติ/เพื่อนในจังหวัดเชียงใหม่ จัดเตรียมให้	10	5.0	19	9.5	29	7.2
รวม	200	100.0	200	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่
ตัดสินใจเอง ในการเลือกพักโรงแรม ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 21.0
บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดการหาให้ ร้อยละ 14.0 ญาติ/เพื่อนในจังหวัดจัดเตรียมให้ ร้อยละ 5.0 และ
บริษัทท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ส่วนใหญ่ตัดสินใจเอง
ในการเลือกพักโรงแรม ร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 18.0 บริษัท/ที่ทำงานเป็น
ผู้จัดการหาให้ ร้อยละ 15.0 ญาติ/เพื่อนในจังหวัดจัดเตรียมให้ ร้อยละ 9.5 และบริษัทท่องเที่ยวเป็น
ผู้จัดหาให้ ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโดยรวมส่วนใหญ่ตัดสินใจเอง ในการเลือกพักโรงแรม
ร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 19.5 บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดการหาให้
ร้อยละ 14.5 ญาติ/เพื่อนในจังหวัดจัดเตรียมให้ ร้อยละ 7.2 และบริษัทท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ตารางที่ 13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม	3.60	มาก	3	4.03	มาก	3
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.67	มาก	2	4.04	มาก	2
ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.50	มาก	4	3.78	มาก	5
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม	3.60	มาก	3	3.97	มาก	4
ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม	3.83	มาก	1	4.07	มาก	1
ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม	3.67	มาก	2	3.70	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก		3.93	มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.67) เท่ากัน เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.60) เท่ากันตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและ บริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.07) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ เครื่องหมายการค้าและระดับของ โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับที่
ความหลากหลายของอัตรา ค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.53	มาก	3	3.99	มาก	4
ราคากับคุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	3.61	มาก	2	4.02	มาก	3
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการ ที่ได้รับ	3.79	มาก	1	4.15	มาก	1
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.52	มาก	4	4.05	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	มาก		4.05	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก	3.64	มาก	2	3.90	มาก	3
สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.74	มาก	1	3.91	มาก	2
สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.46	ปานกลาง	3	3.67	มาก	5
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก	3.45	ปานกลาง	4	4.02	มาก	1
มีสถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง และเพียงพอ	3.23	ปานกลาง	5	3.83	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50	มาก		3.86	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.67	มาก	1	3.91	มาก	1
มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.65	มาก	2	3.86	มาก	2
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.32	ปานกลาง	3	3.54	มาก	3
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.12	ปานกลาง	4	3.33	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44	ปานกลาง		3.66	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.65) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.86 และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง	3.83	มาก	4	4.04	มาก	3
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.98	มาก	2	4.18	มาก	1
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	4.01	มาก	1	4.11	มาก	2
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่าง ถูกต้อง	3.60	มาก	5	3.65	มาก	5
พนักงานให้บริการมีความรู้และมี ทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.86	มาก	3	3.98	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	มาก		3.99	มาก	

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.43	ปานกลาง	6	3.73	มาก	6
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.50	มาก	3	3.89	มาก	4
การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.60	มาก	2	3.93	มาก	2
รูปแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ	3.72	มาก	1	3.90	มาก	3
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.49	ปานกลาง	4	3.98	มาก	1
คุณภาพและการออกแบบของเอกสารแบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.47	ปานกลาง	5	3.87	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	มาก		3.88	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ รูปแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.77	มาก	1	4.17	มาก	1
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.55	มาก	5	3.96	มาก	4
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.66	มาก	3	4.08	มาก	2
ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.69	มาก	2	4.03	มาก	3
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.60	มาก	4	3.88	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก		4.02	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียน เข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

สรุปค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส

ลำดับที่	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ย รวม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ยรวม
1	ด้านบุคคล	3.85	ด้านราคา	4.05
2	ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.65	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.02
3	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.65	ด้านบุคคล	3.99
4	ด้านราคา	3.61	ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.93
5	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.53	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.88
6	ด้านการจัดจำหน่าย	3.50	ด้านการจัดจำหน่าย	3.86
7	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยรวม 3.85 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการและ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยรวม 3.65 เท่ากัน ด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวม 3.61 ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยรวม 3.53 ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวม 3.50 และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวม 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวม 4.05 ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยรวม 4.02 ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยรวม 3.99 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ค่าเฉลี่ยรวม 3.93 ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวม 3.86 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวม 3.66

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส

โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก
พนักงานบริการมี บุคลิกภาพดี แต่งกาย สะอาด สุภาพเรียบร้อย	4.01 (มาก)	บุคคล	พนักงานบริการมี อัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	4.18 (มาก)	บุคคล
พนักงานบริการมี อัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.98 (มาก)	บุคคล	ความรวดเร็วในการ ลงทะเบียนเข้าพักและ การคืนห้องพัก	4.17 (มาก)	กระบวนการ ให้บริการ
พนักงานให้บริการมี ความรู้และมีทักษะใน การปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.86 (มาก)	บุคคล	ความคุ้มค่าของเงินที่ จ่ายกับบริการที่ได้รับ	4.15 (มาก)	ราคา
ความสะอาดภายใน ห้องพักและบริเวณ โรงแรม	3.83 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	พนักงานบริการมี บุคลิกภาพดี แต่งกาย สะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.11 (มาก)	บุคคล
พนักงานให้บริการอย่าง รวดเร็วและถูกต้อง	3.83 (มาก)	บุคคล	ความรวดเร็วและ ความถูกต้องแม่นยำ ในการให้บริการของ พนักงาน	4.08 (มาก)	กระบวนการ ให้บริการ
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย กับบริการที่ได้รับ	3.79 (มาก)	ราคา	ความสะอาดภายใน ห้องพักและบริเวณ โรงแรม	4.07 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
ความรวดเร็วในการ ลงทะเบียนเข้าพักและ การคืนห้องพัก	3.77 (มาก)	กระบวนการ ให้บริการ	มีวิธีการชำระเงินที่ หลากหลาย	4.05 (มาก)	ราคา
สามารถจองห้องพักผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต	3.74 (มาก)	การจัด จำหน่าย	สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ห้องพัก	4.04 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส (ต่อ)

โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก
เครื่องแบบพนักงานมี ความสวยงามและ เหมาะสมกับการ ให้บริการ	3.72 (มาก)	การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	พนักงาน ให้บริการอย่าง รวดเร็วและ ถูกต้อง	4.04 (มาก)	บุคคล
ความรวดเร็วในการ แก้ปัญหาของพนักงาน	3.69 (มาก)	กระบวนการ ให้บริการ	เครื่องหมาย การค้าและระดับ ของโรงแรม	4.03 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก คือพนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณ โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.74) เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก คือพนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณ

โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้าย ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส

โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.12 (ปานกลาง)	การส่งเสริม การตลาด	มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.33 (ปานกลาง)	การส่งเสริม การตลาด
มีสถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง และเพียงพอ	3.23 (ปานกลาง)	การ จัดจำหน่าย	มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.54 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.32 (ปานกลาง)	การส่งเสริม การตลาด	พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	3.65 (มาก)	บุคคล
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.43 (ปานกลาง)	การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.67 (มาก)	การ จัดจำหน่าย
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก	3.45 (ปานกลาง)	การ จัดจำหน่าย	ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม	3.70 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.46 (ปานกลาง)	การ จัดจำหน่าย	สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.73 (มาก)	การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้าย ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส (ต่อ)

โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (ระดับความ พึงพอใจ)	ปัจจัยหลัก
คุณภาพและการ ออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ของ โรงแรม	3.47 (ปานกลาง)	การสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	ความหลากหลายและ คุณภาพของอาหาร และเครื่องดื่ม	3.78 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความทันสมัยและเพียงพอต่อ ความต้องการ	3.49 (ปานกลาง)	การสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.83 (มาก)	การ จัดจำหน่าย
การตกแต่งภายใน โรงแรมมีความเป็น เอกลักษณ์และสวยงาม	3.50 (มาก)	การสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	มีการโฆษณาผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต	3.86 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด
ความหลากหลายและ คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	3.51 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	คุณภาพและการ ออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ของ โรงแรม	3.87 (มาก)	การสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้าย คือมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.12) มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.32) สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.43) สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.45) สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.47) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้าย คือมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.54) พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.65) สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.70) สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.86) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาพัก และราคาห้องพัก

ตอนที่ 3.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 22 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและระดับของ โรงแรม	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)
ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)
ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.78) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.67) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.64) เท่ากัน ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.87) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.09) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.04) เท่ากัน ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.04) เท่ากัน เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความหลากหลายของ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.99) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)	3.89 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.19 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสวรรค์เพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.65 (มาก)	3.69 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.83 และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	4.24 (มาก)	4.07 (มาก)
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	3.99 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.75 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.95) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.07) เท่ากัน พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย (3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.52 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.41 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์ม หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) เท่ากัน ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	เพศ			
	ชาย (n = 85)	หญิง (n = 115)	ชาย (n = 126)	หญิง (n = 74)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	4.21 (มาก)	4.09 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	4.13 (มาก)	3.99 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความรวดเร็วในการ

แก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และความเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 29 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	3.64 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.55 (มาก)	3.88 (มาก)	4.14 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)
ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.41 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.54 (มาก)
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 29 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะพานเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)	3.66 (มาก)	3.81 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)	3.79 (มาก)	4.06 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.67) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.94) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.66) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.59) เท่ากัน และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.84) และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.14) เท่ากัน ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.11) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.08) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.96) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.86) เท่ากัน เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.64) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 30 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการ ห้องพักที่ให้เลือก	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	3.75 (มาก)
ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.43 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	3.82 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	3.86 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มและมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) เท่ากัน ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มและความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือกและราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.96) เท่ากัน ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.86) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.57 (มาก)
สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)	3.36 (มาก)
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก	3.41 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	4.10 (มาก)	3.99 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.15 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสะดวกและหลากหลาย

ของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.03) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) เท่ากัน ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีสถานที่จอดรถ กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)	4.34 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.54 (มาก)	3.78 (มาก)	3.52 (มาก)	3.66 (มาก)	4.12 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.17 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.92 (มาก)	3.68 (มาก)	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

(ค่าเฉลี่ย 3.80) เท่ากัน มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.10) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.46) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเอง	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	4.38 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	4.30 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	3.97 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและพนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.94) เท่ากัน และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.30) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง และพนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี

แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.12) เท่ากัน พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96) และพนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.37 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.08 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.64 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	4.12 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.75 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ	3.72 (มาก)	3.82 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)	4.14 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.12 (มาก)	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์ม หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและ คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.39) เท่ากันตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงามและอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) เท่ากัน เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและ

เพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) เท่ากัน และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.90) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตกแต่งภายใน โรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพและการออกแบบของเอกสารแบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของ โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.80) เท่ากัน ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส				โรงแรมปางสะหวันเพลส			
	อายุ							
	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 46)	25 - 34 ปี (n = 78)	35 - 44 ปี (n = 44)	45 ปีขึ้นไป (n = 32)	ต่ำกว่า 25 ปี (n = 50)	25 - 34 ปี (n = 82)	35 - 44 ปี (n = 40)	45 ปีขึ้นไป (n = 28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	3.86 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.71 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	4.22 (มาก)	4.02 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงานและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50) เท่ากัน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงานและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) เท่ากัน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

อายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

อายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพักและความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) เท่ากัน ตามลำดับ

ตอนที่ 3.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 36 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและ ระดับของโรงแรม	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	4.26 (มาก)	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	4.15 (มาก)	3.78 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
ความหลากหลายและ คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	3.57 (มาก)	3.73 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 36 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความหลากหลายของสิ่ง อำนวยความสะดวกและ บริการภายในโรงแรม	3.57 (มาก)	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะอาดภายใน ห้องพักและบริเวณ โรงแรม	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัย ภายในโรงแรม	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.79) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.88) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.88) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) เท่ากัน สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.64) เท่ากัน ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.43) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องหมายการค้าและ

ระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.26) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.03) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.14) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.11) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะพานเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตรา ค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.43 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ราคากับคุณภาพของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย กับบริการที่ได้รับ	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	4.35 (มาก)	3.97 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่ หลากหลาย	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.51 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	4.19 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) เท่ากัน และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.71) เท่ากัน ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.15) เท่ากัน และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) เท่ากัน ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและ หลากหลายของการจอง ห้องพัก	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	4.06 (มาก)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต	3.61 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)	4.24 (มาก)	3.58 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)
สามารถจองห้องพักและ ชำระค่าบริการผ่านบริษัท ตัวแทน	3.54 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	3.58 (มาก)	3.77 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สามารถหาโรงแรมได้ง่าย และไปมาสะดวก	3.32 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)

	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.14 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 38 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.61) สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.64) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.61) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.57) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.57) เท่ากันตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) เท่ากัน สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และสามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	4.18 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	3.54 (มาก)	3.85 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	4.18 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.50 (มาก)	3.81 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายตาม ฤดูกาล	3.32 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิ ประโยชน์แก่สมาชิก	3.18 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.71) เท่ากัน มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.54) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.18) เท่ากัน มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.35) เท่ากัน

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.50) เท่ากัน มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของ โรงแรมปางวิमानเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิमानเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.64 (มาก)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัย ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและ เป็นกันเอง	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานบริการมี บุคลิกภาพดี แต่งกาย สะอาด สุภาพเรียบร้อย	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	3.89 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษ ได้อย่างถูกต้อง	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 40 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานให้บริการมี ความรู้และมีทักษะในการ ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	4.38 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)	4.18 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.89) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง และพนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.07) เท่ากัน พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.89) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม

แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.19) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.25) เท่ากัน พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และพนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) เท่ากัน และพนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ					นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)					
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้าง โรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะ	3.21 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)
การตกแต่งภายในโรงแรมมี ความเป็นเอกลักษณ์และ สวยงาม	3.39 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมี ความเป็นเอกลักษณ์และ สวยงาม	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความ สวยงามและเหมาะสมกับการ ให้บริการ	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	4.06 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	4.38 (มาก)	3.94 (มาก)

ตารางที่ 41 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะพานเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.36 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.18 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	4.38 (มาก)	3.88 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.52 (มาก)	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.82) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.73) และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) และสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.47) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.09) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.94) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.88) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เท่ากัน การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.88) เท่ากัน ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม

(ค่าเฉลี่ย 3.88) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.84) เท่ากันตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของ โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส					โรงแรมปางสะหวันเพลส				
	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 28)	ข้าราชการ (n = 33)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 97)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 14)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 28)	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 34)	ข้าราชการ (n = 36)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 90)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 8)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n = 32)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความรวดเร็วในการลงทะเบียน เข้าพักและการคืนห้องพัก	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการ อาหารและเครื่องดื่ม	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.21 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)	4.25 (มาก)	3.84 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้อง แม่นยำในการให้บริการของ พนักงาน	3.46 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	4.09 (มาก)	4.38 (มาก)	4.09 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา ของพนักงาน	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้อง ในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	4.13 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.69 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	4.35 (มาก)	3.95 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.54) และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.43) เท่ากัน และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.64) เท่ากัน และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.50) เท่ากัน ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 43 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส
จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและระดับของ โรงแรม	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)	4.14 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
ความหลากหลายและคุณภาพของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการภายใน โรงแรม	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)
ความสะอาดภายในห้องพักและ บริเวณโรงแรม	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.20 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยภายใน โรงแรม	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.73) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.79) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.67) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.08) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสวรรค์เพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.20) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรมและความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายใน

โรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.14) เท่ากัน และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.49 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	4.16 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.76 (มาก)	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและหลากหลาย ของการจองห้องพัก	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	4.04 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	3.72 (มาก)	4.08 (มาก)
สามารถจองห้องพักและชำระ ค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.44 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)	3.86 (มาก)
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและ ไปมาสะดวก	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	4.27 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสะดวกและหลากหลายของการ

จองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.58) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.27) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 46 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	4.16 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.26 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และมีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.70) เท่ากัน มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.28) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามรายได้

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)	4.28 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.39 (มาก)
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	3.87 (มาก)	4.01 (มาก)	4.33 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.31 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)
พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.86) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องและพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) เท่ากัน ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.96) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องและพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 48 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามรายได้

	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ						
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้าง โรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะ	3.41 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.94 (มาก)
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความ เป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.42 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมีความ เป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.44 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	4.18 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงาม และเหมาะสมกับการให้บริการ	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	4.29 (มาก)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความทันสมัยและเพียงพอต่อ ความต้องการ	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	4.16 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของ เอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ ต่างๆ ของ โรงแรม	3.45 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงามและคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.80) เท่ากัน ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และ

สวยงามและอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) เท่ากัน การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.18) และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามรายได้

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 91)	10,001 - 20,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 40)	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 86)	10,001 - 20,000 บาท (n = 65)	มากกว่า 20,001 บาท (n = 49)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	4.31 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.78 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.08 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	4.27 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.62) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงานและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) เท่ากัน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.5 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาพัก

ตารางที่ 50 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและระดับของ โรงแรม	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.66 (มาก)	3.89 (มาก)
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม	3.53 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)
ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณ โรงแรม	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม	3.60 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.79) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.88) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสวรรค์เพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 51 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.49 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)
ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.55) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) เท่ากันตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.72) และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และสามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.11) สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 53 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.96 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.30 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะพานเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	3.88 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)	4.11 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.94 (มาก)	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงาน

บริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 55 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.45 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	4.06 (มาก)	3.90 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.45 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.60) และ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 56 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามระยะเวลาพัก

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส		โรงแรมปางสะหวันเพลส	
	ระยะเวลาพัก			
	1 - 2 คืน (n = 110)	3 คืนขึ้นไป (n = 90)	1 - 2 คืน (n = 96)	3 คืนขึ้นไป (n = 104)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)	4.02 (มาก)	3.89 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)	4.15 (มาก)	4.01 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน และความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) เท่ากันตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และความเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่มีระยะเวลาพัก 1 - 2 คืน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และความเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ระยะเวลาพัก 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามราคาห้องพัก

ตารางที่ 57 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส
จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เครื่องหมายการค้าและระดับของ โรงแรม	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)
สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)	3.69 (มาก)
ความหลากหลายและคุณภาพของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)	3.62 (มาก)
ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการภายใน โรงแรม	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะอาดภายในห้องพักและ บริเวณโรงแรม	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)	3.62 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยภายใน โรงแรม	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)	3.59 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.80) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม และความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.08) เท่ากัน ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.10) สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.07) และเครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.10) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) เท่ากัน ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.00) เครื่องหมายการค้าและระดับของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 58 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคา ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านราคา	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของอัตรา ค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)
ราคากับคุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการ ที่ได้รับ	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	3.97 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.60) และความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสวรรค์เพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก และราคากับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 59 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของ โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านการจัดจำหน่าย	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกและหลากหลายของ การจองห้องพัก	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.69 (มาก)
สามารถจองห้องพักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	4.17 (มาก)	3.84 (มาก)	4.10 (มาก)	3.85 (มาก)
สามารถจองห้องพักและชำระ ค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.85 (มาก)
สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไป มาสะดวก	3.46 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ	3.27 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความสะดวกและหลากหลาย

ของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.57) สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน และสามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38) เท่ากัน ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.10) สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และสามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสะดวกและหลากหลายของการจองห้องพัก และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 60 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านการส่งเสริมการตลาด	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	4.33 (มาก)	3.86 (มาก)	4.13 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)	4.15 (มาก)	3.85 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายตาม ฤดูกาล	3.26 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์ แก่สมาชิก	3.14 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.61 (มาก)	3.84 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 4.08 เท่ากัน) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 61 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านบุคคล	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.98 (มาก)	3.54 (มาก)
พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้ม แย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	3.62 (มาก)
พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่ง กายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่าง ถูกต้อง	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)	4.08 (มาก)	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)
พนักงานให้บริการมีความรู้และมี ทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.95) และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.84) เท่ากัน ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) เท่ากัน พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.16) และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) เท่ากัน ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.69) พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.62) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง และพนักงานให้บริการมีความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.54) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 62 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะพานเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	3.36 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)
การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)
การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)	3.69 (มาก)
เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)	3.77 (มาก)
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)
คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม	3.54 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.54) เท่ากัน และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และการตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.83) เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และคุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์มหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) เท่ากัน การตกแต่งภายในโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม และการตกแต่งภายในห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.69) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 63 ตารางเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จำแนกตามราคาห้องพัก

ด้านกระบวนการให้บริการ	โรงแรมปางวิมานเพลส			โรงแรมปางสะหวันเพลส		
	ราคาห้องพัก					
	350 - 500 บาท (n = 84)	501 - 1,000 บาท (n = 104)	1,001 - 1,500 บาท (n = 12)	350 - 500 บาท (n = 135)	501 - 1,000 บาท (n = 52)	1,001 - 1,500 บาท (n = 13)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	3.85 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.48 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)
ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	3.69 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	4.05 (มาก)	4.01 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะพานเพลส ที่พักห้องพักราคา 350 - 500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และความเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ห้องพักราคา 501 - 1,000 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และความเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน ตามลำดับ

ห้องพักราคา 1,001 - 1,500 บาท (ต่อคืน) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความเร็วในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และ โรงแรมปางสะพานเพลส จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 64 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของ
โรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะพานเพลส จำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้บริการ

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ	โรงแรม ปางวิมานเพลส		โรงแรม ปางสะพานเพลส	
		จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
ไม่ได้รับความสะอาดสบายเมื่อมาใช้บริการ	กระบวนการ ให้บริการ	9 (4.5)	7	20 (10.0)	4
สถานที่ตั้งของโรงแรมหายากและไม่สะดวกในการมาใช้บริการ	การ จัดจำหน่าย	57 (28.5)	2	26 (13.0)	3
การติดต่อลงทะเบียนเข้าพัก และการคืนห้องพักต้องคอยนาน	กระบวนการ ให้บริการ	23 (11.5)	4	36 (18.0)	2
พนักงานใช้คำพูดที่ไม่สุภาพ หรือเข้าใจยาก	บุคคล	3 (1.5)	10	6 (3.0)	8
พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจในงานที่ให้บริการ	บุคคล	4 (2.0)	9	4 (2.0)	9
พนักงานขาดความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	บุคคล	7 (3.5)	8	11 (5.5)	7
พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือ หรือแก้ปัญหา	บุคคล	10 (5.0)	6	13 (6.5)	6
พนักงานพูดคุยกัน หรือคุยโทรศัพท์ส่วนตัวขณะปฏิบัติงาน ให้บริการ	บุคคล	15 (7.5)	5	16 (8.0)	5
สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ทันสมัย ไม่สามารถให้บริการได้ดี	การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	38 (19.0)	3	26 (13.0)	3
อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักไม่ทันสมัย หรือไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการ	การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	96 (48.0)	1	109 (54.5)	1

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่พบปัญหาในเรื่องอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักไม่ทันสมัย หรือไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของโรงแรมหายากและไม่สะดวกในการมาใช้บริการ ร้อยละ 28.5 และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ทันสมัย ไม่สามารถให้บริการได้ดี ร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส ส่วนใหญ่พบปัญหาในเรื่องอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักไม่ทันสมัย หรือไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ การติดต่อลงทะเบียนเข้าพัก และการคืนห้องพักต้องคอยนาน ร้อยละ 18.0 สถานที่ตั้งของโรงแรมหายากและไม่สะดวกในการมาใช้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ทันสมัย ไม่สามารถให้บริการได้ดีเท่ากัน ร้อยละ 13.0 ตามลำดับ