

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลการเข้าในโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ (ตารางที่ 1-14)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 15-24)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และภูมิภาค (ตารางที่ 25-54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	113	56.5
หญิง	87	43.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 56.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 43.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	7	3.5
20-29 ปี	66	33.0
30-39 ปี	55	27.5
40-49 ปี	39	19.5
49 ปีขึ้นไป	33	16.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 33.0 รองลงมาอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 27.5 และอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 19.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	77	38.5
สมรส	109	54.5
หย่าร้าง/หม้าย	14	7.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นโสด ร้อยละ 38.5 และหย่าร้าง/หม้าย ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	38	19.0
ปริญญาตรี	122	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	40	20.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษاپริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 61.0 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	32.0
พนักงานบริษัทเอกชน	69	34.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	43	21.5
นักเรียน/นักศึกษา	13	6.5
ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน	11	5.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.5 รองลงมาข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ร้อยละ 30.0 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	5.0
5,000-10,000 บาท	33	16.5
10,001-15,000 บาท	57	28.5
15,001-20,000 บาท	45	22.5
15,001-20,000 บาท	32	16.0
20,001-25,000 บาท	23	11.5
25,001-30,000 บาท	0	0.0
30,001 บาทขึ้นไป	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 28.5 รองลงมา 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 22.5 และ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาคที่เป็นภูมิลำเนา

ภูมิภาคที่เป็นภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	89	44.5
ภาคตะวันออก	19	9.5
ภาคตะวันตก	6	3.0
ภาคใต้	21	10.5
ภาคเหนือ	65	32.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิภาคที่เป็นภูมิลำเนาคือ ภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 44.5 รองลงมาภาคเหนือ ร้อยละ 32.5 และภาคใต้ ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาเชียงใหม่ ในครั้งนี้

ผู้ร่วมเดินทางมาเชียงใหม่ในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	40	20.0
มากับครอบครัว	57	28.5
มากับเพื่อนร่วมงาน	72	36.0
มากับคูรัก	27	13.5
อื่นๆ	4	2.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มากับคณะอาจารย์ (2 ราย) มากับเพื่อนเรียน (2 ราย)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ร่วมเดินทางมาเชียงใหม่ในครั้งนี้มากที่สุดคือมากับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 36.0 รองลงมา มากับครอบครัว ร้อยละ 28.5 และมาคนเดียว ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเดือนที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

ช่วงเดือนที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มกราคม-มีนาคม	51	25.5
เมษายน-มิถุนายน	22	11.0
กรกฎาคม-กันยายน	6	3.0
ตุลาคม-ธันวาคม	24	12.0
ไม่แน่นอน	94	47.0
อื่นๆ	3	1.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเดือนที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่คือไม่แน่นอนมากที่สุด ร้อยละ 47.0 รองลงมาเดือนมกราคม-มีนาคม ร้อยละ 25.5 และเดือนตุลาคม-ธันวาคม ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าพักในโรงแรมกิลินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ในครั้งนี้

ประสบการณ์ในการเข้าพักในโรงแรมกิลินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	97	48.5
ครั้งที่ 2	60	30.0
ครั้งที่ 3	22	11.0
ครั้งที่ 4	3	1.5
มากกว่า 4 ครั้ง	18	9.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการเข้าพักในโรงแรมกสิณเลิศ รีสอร์ท เชียงใหม่ในครั้งนี้นี้มากที่สุดคือ ครั้งแรก ร้อยละ 48.5 รองลงมา ครั้งที่ 2 ร้อยละ 30.0 และครั้งที่ 3 ร้อยละ 11.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เข้าพักในโรงแรมกสิณเลิศ รีสอร์ท เชียงใหม่ ในครั้งนี้นี้

ระยะเวลาที่เข้าพักในโรงแรมกสิณเลิศ รีสอร์ท เชียงใหม่ในครั้งนี้นี้	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	47	23.5
2-3 คืน	122	61.0
4-5 คืน	24	12.0
5 คืนขึ้นไป	7	3.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาที่เข้าพักในโรงแรมกสิณเลิศ รีสอร์ท เชียงใหม่ ในครั้งนี้นี้ คือ 2-3 คืน ร้อยละ 61.0 รองลงมา 1 คืน ร้อยละ 23.5 และ 4-5 คืนร้อยละ 12.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมกรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่

การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมกรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนการท่องเที่ยว	14	7.0
คนรู้จักแนะนำ	90	45.0
แผ่นพับ	21	10.5
ป้ายโฆษณา	13	6.5
อินเทอร์เน็ต	56	28.0
หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร	10	5.0
เดินทางผ่าน	29	14.5
คนในหน่วยงานราชการแนะนำ	52	26.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมกรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่จากคนรู้จักแนะนำมากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมา อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.0 และ คนในหน่วยงานราชการแนะนำ ร้อยละ 26.0



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาห้องพักต่อคืนที่พัก โรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่

ราคาห้องพักต่อคืนที่พักโรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	26	13.0
1,000-1,200 บาท	146	73.0
2,001-3,000 บาท	23	11.5
3,001-4,000 บาท	5	2.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ราคาห้องพักต่อคืนที่พักโรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ คือ 1,000-1,200 บาท ร้อยละ 73.0 รองลงมา ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 13.0 และ 2,001-3,000 บาท ร้อยละ 11.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ใช้บริการของ โรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ที่ใช้บริการ

การบริการที่ใช้บริการของโรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
รถรับ-ส่ง	62	31.0
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	150	75.0
อินเทอร์เน็ต-โทรศัพท์ระหว่างประเทศ	52	26.0
สระว่ายน้ำ	61	30.5
บริการนำเที่ยว	26	13.0
ซัก อบ รีด	70	35.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการของโรงแรมกสินเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 75.0 รองลงมาบริการซัก อบ รีด ร้อยละ 35.0 และบริการรถรับ-ส่ง ร้อยละ 31.0

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค  
รีสอร์ท เชียงใหม่

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของ โรงแรมมีความ น่าเชื่อถือ	0 (0.0)	108 (54.0)	92 (46.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	6
ขนาดของห้องพักมีความ เหมาะสม	0 (0.0)	138 (69.0)	62 (31.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	3
ขนาดของเตียง และที่นอนมี ความเหมาะสม	23 (11.5)	85 (42.5)	92 (46.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	4
มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำ น้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิ้ลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้ เสื้อผ้า เป็นต้น	29 (14.5)	130 (65.0)	41 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	1
ห้องน้ำในห้องพักสะอาด	20 (10.0)	133 (66.5)	47 (23.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	2
มีความปลอดภัยทรัพย์สินใน ห้องพัก	0 (0.0)	87 (43.5)	113 (56.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)	7
มีความปลอดภัยของรถที่จอด ไว้	0 (0.0)	113 (56.5)	87 (43.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.57 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.67 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบ ครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ ห้องน้ำในห้องพักระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 3.87) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม(ค่าเฉลี่ย 3.69)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาค่าห้องพักที่เหมาะสม	25 (12.5)	72 (36.0)	103 (51.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	5
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานี รถไฟ สนามบิน มีความ เหมาะสม	0 (0.0)	46 (23.0)	154 (77.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.23 (ปานกลาง)	6
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล	15 (7.5)	118 (59.0)	67 (33.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	3
ราคาค่าบริการซักรีด	0 (0.0)	8 (4.0)	177 (88.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	2.97 (ปานกลาง)	7
ราคาจ้างห้องพักล่วงหน้ามี ราคาให้เลือกตามระยะเวลา การจอง	29 (14.5)	112 (56.0)	59 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	2
บริการรับบัตรเครดิตในการ ชำระเงิน	29 (14.5)	132 (66.0)	39 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	1
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	29 (14.5)	117 (58.5)	21 (10.5)	33 (16.5)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.58 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.95)  
รองลงมาคือ ราคาค่าจ้างห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.85)  
และราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านสถานที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ป้ายชื่อของ โรงแรม มองเห็น ได้ชัดเจน	0 (0.0)	93 (46.5)	107 (53.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปานกลาง)	10
การจราจรไม่ติดขัด	75 (37.5)	92 (46.0)	18 (9.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	5
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	49 (24.5)	61 (30.5)	72 (36.0)	18 (9.0)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	8
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนาม กีฬา 700 ปี	159 (79.5)	26 (13.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72 (มากที่สุด)	1
ใกล้สถานีตำรวจ/สถาน พยาบาล	49 (24.5)	128 (64.0)	23 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	6
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดิน ทางเข้าถึง	87 (43.5)	65 (32.5)	48 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	3
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบาย	115 (57.5)	70 (35.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
สะดวกในการติดต่อจอง ห้องพักทางโทรศัพท์	55 (27.5)	127 (63.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)	4
สะดวกในการติดต่อจอง ห้องพักทางเว็บไซต์/อีเมล	34 (17.0)	151 (75.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	7
สามารถมองเห็นวิวโดยสุเทพ ได้จากภายในห้องพัก	28 (14.0)	65 (32.5)	92 (46.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.53 (มาก)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.07 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.50) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำ นิตยสารการท่องเที่ยว ฯลฯ	0 (0.0)	72 (36.0)	128 (64.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)	4
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	21 (10.5)	118 (59.0)	61 (30.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	2
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	8 (4.0)	21 (10.5)	131 (65.5)	40 (20.0)	0 (0.0)	2.99 (ปานกลาง)	5
มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	0 (0.0)	165 (82.5)	35 (17.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	1
มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	25 (12.5)	85 (42.5)	90 (45.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.53 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้อง ตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และ การกล่าวคำอำลา	0 (0.0)	153 (76.5)	47 (23.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	3
มีกิริยาจาจ่าอ่อนน้อม สุภาพ อ่อนโยน	0 (0.0)	159 (79.5)	41 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	2
มีความกระตือรือร้น และความ ใส่ใจในการให้บริการ	8 (4.0)	120 (60.0)	51 (25.5)	21 (10.5)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	8
มีการชี้แจง แนะนำ หรือให้ ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่าง ชัดเจน	0 (0.0)	120 (60.0)	80 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	7
มีการให้บริการด้วยความ รวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้	25 (12.5)	95 (47.5)	80 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	4
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่ วางใจได้	0 (0.0)	159 (79.5)	26 (13.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	5
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความ เท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	23 (11.5)	133 (66.5)	44 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	1
มีการแสดงออกถึงความ รับผิดชอบ เมื่อเกิดความ ผิดพลาดในการให้บริการ	0 (0.0)	138 (69.0)	62 (31.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	6
พนักงานมีจำนวนเพียงพอใน การให้บริการ	0 (0.0)	69 (34.5)	84 (42.0)	47 (23.5)	0 (0.0)	3.11 (ปานกลาง)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.65 (มาก)</b>	



จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือมีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ มีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.77)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บรรยากาศเงียบสงบเป็น ส่วนตัว	68 (34.0)	111 (55.5)	21 (10.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	1
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรมมีต้นไม้ สะอาด และเป็นระเบียบ	20 (10.0)	121 (60.5)	59 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	7
การออกแบบตกแต่งห้องพัก สวยงาม	35 (17.5)	97 (48.5)	68 (34.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	6
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ให้บริการห้องพักที่ ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็น ต้น	0 (0.0)	120 (60.0)	65 (32.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.53 (มาก)	9
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ธรรมชาติ	49 (24.5)	110 (55.0)	41 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	4
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	20 (10.0)	84 (42.0)	70 (35.0)	26 (13.0)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)	11
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัว	20 (10.0)	56 (28.0)	106 (53.0)	18 (9.0)	0 (0.0)	3.39 (ปานกลาง)	12
บรรยากาศภายในห้องพัก อบอุ่น รู้สึกปลอดภัย	0 (0.0)	115 (57.5)	70 (35.0)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.50 (มาก)	10
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และภายในห้องพักสะอาด	35 (17.5)	92 (46.0)	73 (36.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	7
แสงสว่างบริเวณทางเดิน มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0.0)	49 (24.5)	151 (75.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.25 (ปานกลาง)	14
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วน ต่างๆของโรงแรมชัดเจน	0 (0.0)	23 (11.5)	177 (88.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.12 (ปานกลาง)	15
การแต่งกายของพนักงาน สะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	0 (0.0)	90 (45.0)	95 (47.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.38 (ปานกลาง)	13
มีการออกแบบตกแต่งอาคาร ภายนอกสวยงาม	35 (17.5)	157 (78.5)	8 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	3

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอย ของโรงแรมได้อย่างเหมาะสม สะดวกสบาย	18 (9.0)	41 (20.5)	141 (70.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.39 (ปานกลาง)	12
การตกแต่งที่มีความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัว	46 (23.0)	97 (48.5)	57 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	5
มีการออกแบบห้องพักเป็น สัดส่วนให้ความรู้สึกเป็น ส่วนตัว	62 (31.0)	115 (57.5)	23 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	2
ความสว่างของแสงไฟฟ้า ภายในห้องพักมีความ เหมาะสม	0 (0.0)	146 (73.0)	39 (19.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.69 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้บริการรวดเร็วและ สะดวกไม่ต้องรอนาน	2 (1.0)	10 (5.0)	157 (78.5)	22 (11.0)	9 (4.5)	2.87 (ปานกลาง)	5
มีขั้นตอน เงื่อนไขในการเข้า พักไม่ยุ่งยาก	0 (0.0)	116 (58.0)	69 (34.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	3
การให้ความช่วยเหลือเมื่อ ลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ	20 (10.0)	75 (37.5)	105 (52.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	2
มีระบบการทำงาน การ ให้บริการที่ได้มาตรฐาน	20 (10.0)	31 (15.5)	116 (58.0)	33 (16.5)	0 (0.0)	3.19 (ปานกลาง)	4
คิดราคาค่าบริการถูกต้อง ครบถ้วน	21 (10.5)	114 (57.0)	65 (32.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.39 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ  
พึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรกคือคิดราคาค่าบริการ  
ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ  
(ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีขั้นตอน เงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 22 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
ผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	3
ราคา	3.58	มาก	5
สถานที่	4.07	มาก	1
การส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก	6
บุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	3.65	มาก	4
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.69	มาก	2
กระบวนการให้บริการ	3.39	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 23 แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาด 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	สถานที่	4.72	มากที่สุด	1
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	สถานที่	4.50	มากที่สุด	2
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	สถานที่	4.24	มาก	3
มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วน ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.20	มาก	4
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เข้าถึง	สถานที่	4.20	มาก	4
สะดวกในการติดต่อจองห้องพัก ทางโทรศัพท์	สถานที่	4.19	มาก	5
มีการออกแบบตกแต่งอาคาร ภายนอกสวยงาม	การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.14	มาก	6
การจราจรไม่ติดขัด	สถานที่	4.14	มาก	6
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	สถานที่	4.13	มาก	7
สะดวกในการติดต่อจองห้องพัก ทางเว็บไซต์/อีเมลล์	สถานที่	4.10	มาก	8
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิด ธรรมชาติ	การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.04	มาก	9
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระ เงิน	ราคา	3.95	มาก	10
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	3.95	มาก	10

ตารางที่ 24 แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดพึงพอใจน้อยที่สุด 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่
การให้บริการรวดเร็วและ สะดวกไม่ต้องรอนาน	กระบวนการ ให้บริการ	2.87	ปานกลาง	1
ราคาค่าบริการซักกรีต	ราคา	2.97	ปานกลาง	2
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	การส่งเสริมการตลาด	2.99	ปานกลาง	3
พนักงานมีจำนวนเพียงพอใน การให้บริการ	บุคลากร	3.11	ปานกลาง	4
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วน ต่างๆของ โรงแรมชัดเจน	การสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.12	ปานกลาง	5
มีระบบการทำงาน การ ให้บริการที่ได้มาตรฐาน	กระบวนการ ให้บริการ	3.19	ปานกลาง	6
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานี รถไฟ สนามบินมีความ เหมาะสม	ราคา	3.23	ปานกลาง	7
แสงสว่างบริเวณทางเดิน มองเห็น ได้ชัดเจน	การสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.25	ปานกลาง	8
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำ ฯลฯ	การส่งเสริมการตลาด	3.36	ปานกลาง	9
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	การสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.38	ปานกลาง	10



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และภูมิภาค

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้านักท่องเที่ยวส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของ โรงแรมมีความน่าเชื่อถือ	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)
ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น	3.99 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)
ห้องน้ำในห้องพักสะอาด	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	3.87 (มาก)
มีความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก



ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ผู้เสิร์ฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ผู้เสิร์ฟ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาห้องพักที่เหมาะสม	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานีรถไฟ สนามบินมีความเหมาะสม	3.19 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)
ราคาค่าบริการซักรีด	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง	3.95 (มาก)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	3.78 (มาก)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.78) และราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของโรงแรม มองเห็นได้ชัดเจน	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การจราจรไม่ติดขัด	4.23 (มาก)	4.01 (มาก)	4.14 (มาก)
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	4.76 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	4.56 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
สะดวกในการติดต่อจองห้องพักทางโทรศัพท์	4.23 (มาก)	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)
สะดวกในการติดต่อจองห้องพักทางเว็บไซต์/อีเมลล์	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)	4.10 (มาก)
สามารถมองเห็นวิวคอยสุเทพได้จากภายในห้องพัก	3.56 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.11 (มาก)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และการจราจรไม่ติดขัดและสะดวกในการติดต่อของห้องพักรถทางโทรศัพท์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.43) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.18)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ	3.38 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	3.01 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการปรับลดราคาลงในชว่รงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือการลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีการปรับลดราคาลงในชว่รงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการปรับลดราคาลงในชว่รงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือการลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีการปรับลดราคาลงในชว่รงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)
มีกริยาวางจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการให้บริการ	3.49 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างชัดเจน	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	3.82 (มาก)	3.99 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.03 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ มีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.79)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรมรวมถึง มีต้นไม้สะอาด และเป็นระเบียบ	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกแบบตกแต่งห้องพักสวยงาม	3.74 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการห้องพักที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	3.55 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.38 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.34 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในห้องพักอบอุ่น รู้สึกปลอดภัย	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและภายในห้องพักสะอาด	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)
แสงสว่างบริเวณทางเดินมองเห็นได้ชัดเจน	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วนต่างๆของโรงแรมชัดเจน	3.09 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	3.42 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมได้อย่างเหมาะสม สะดวก สบาย	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)



ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสว่างของแสงไฟฟ้าภายในห้องพักมีความเหมาะสม	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความ  
พึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว  
(ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีการออกแบบ  
ตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมี  
ความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ  
มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีการออกแบบห้องพักเป็น  
สัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการรวดเร็วและสะดวกไม่ต้องรอนาน	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	3.59 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)
มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ได้มาตรฐาน	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
คิรราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิรราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิรราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ตารางที่ 32 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านราคา	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)
ด้านสถานที่	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)
ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	3.61 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.37 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

### 3.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของ โรงแรมมีความน่าเชื่อถือ	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	3.69 (มาก)	3.52 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.69 (มาก)
ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	4.04 (มาก)	3.66 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)
ห้องน้ำในห้องพักระบาย	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
มีความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดซา-กาแพ ผู้เสื่อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ มีห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดซา-กาแพ ผู้เสื่อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ ห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ขนาดของเตียงและที่นอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดซา-กาแพ ผู้เสื่อผ้า เป็นต้น และห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงคือขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.81) และขนาดของเตียงและที่นอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดซา-กาแพ ผู้เสื่อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) และห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาห้องพักที่เหมาะสม	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.84 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานีรถไฟ สนามบินมีความเหมาะสม	3.31 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรม สมเหตุสมผล	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)
ราคาค่าบริการซักรีด	2.97 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ราคาค่าของห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้ เลือกตามระยะเวลาการจอง	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)	4.17 (มาก)	3.85 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)	3.95 (มาก)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	3.66 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	4.25 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.46 (ปานกลาง)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือราคาค่าของห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.91) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.77)



ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือราคาห้องพักห้องพักรวมหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.68) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ราคาห้องพักห้องพักรวมหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และราคาห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และราคาห้องพักห้องพักรวมหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของโรงแรม มองเห็นได้ชัดเจน	3.48 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
การจราจรไม่ติดขัด	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.72 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.08 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	4.61 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	4.39 (มาก)	4.38 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางโทรศัพท์	4.22 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.46 (มาก)	4.19 (มาก)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางเว็บไซต์/อีเมล	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
สามารถมองเห็นวิวโดยสุเทพได้จากภายในห้องพัก	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>4.34 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)



จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.39) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.60) และสะดวกในการติดต่อของห้องพักทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี และมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.96) รองลงมาคือการจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 4.63) และใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือนำเที่ยว ฯลฯ	3.41 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	3.80 (มาก)
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีแผนพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.72 (มาก)	3.51 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผนพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือการลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือการลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีการปรับลดราคารองในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการปรับลดราคารองในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีการปรับลดราคารองในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)
มีกริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการให้บริการ	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.95 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.19 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.46 (ปานกลาง)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพ อื่นๆที่มีความพึงพอใจ  
ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม  
ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่า  
เทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา  
(ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ  
มาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่  
เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา และมีกิริยา  
วาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ มี  
การแสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือก  
ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือมีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย  
3.95) และมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา และมีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพ  
อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัย  
ย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน และมีความ  
ซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือมีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม  
ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย  
3.58)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.44 (มาก)	4.13 (มาก)	4.24 (มาก)
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรมมี ต้นไม้สะอาด และเป็นระเบียบ	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกแบบตกแต่งห้องพักสวยงาม	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ ของห้องพักที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.53 (มาก)
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	4.04 (มาก)
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และ วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.39 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในห้องพักอบอุ่น รู้สึก ปลอดภัย	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและภายใน ห้องพักสะอาด	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)
แสงสว่างบริเวณทางเดินมองเห็นได้ ชัดเจน	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วนต่างๆ ของ โรงแรมชัดเจน	3.19 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	3.27 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอก สวยงาม	4.11 (มาก)	4.16 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรม ได้อย่างเหมาะสม สะดวก สบาย	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)



ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)
ความสว่างของแสงไฟฟ้าภายในห้องพักมี ความเหมาะสม	3.59 (มาก)	3.54 (มาก)	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.10)



ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.14) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
การให้บริการรวดเร็วและสะดวกไม่ต้องรอนาน	2.91 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.58 (มาก)
มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ได้มาตรฐาน	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>	<b>3.34</b> (ปานกลาง)	<b>3.33</b> (ปานกลาง)	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และว่างงาน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก ไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านราคา	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)
ด้านสถานที่	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	4.34 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)
ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ ให้บริการ	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.69 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.34 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (13 ราย) ว่างาน (11 ราย)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.98)ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.81)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 3.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของ โรงแรมมีความน่าเชื่อถือ	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)
ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำนํ้าอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)
ห้องน้ำในห้องพักสะอาด	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)
มีความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้	3.74 (มาก)	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.88) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ชื่อเสียงของโรงแรมมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) และห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.67)



ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาห้องพักที่เหมาะสม	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานีรถไฟ สนามบินมีความเหมาะสม	3.16 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรม สมเหตุสมผล	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)
ราคาค่าบริการซักรีด	3.02 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือก ตามระยะเวลาการจอง	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ มีความพึงพอใจ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย  
3.84) รองลงมาคือ ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.74)  
และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาห้องพักห้องพักรวมหน้ามีราคาให้เลือกตาม ระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และบริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของโรงแรม มองเห็นได้ ชัดเจน	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การจราจรไม่ติดขัด	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	3.89 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.65 (มาก)	4.05 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	4.77 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	4.21 (มาก)	4.32 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เข้าถึง	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	4.53 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทาง โทรศัพท์	4.05 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.19 (มาก)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทาง เว็บไซต์/อีเมล	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)
สามารถมองเห็นวิวคอยสุเทพได้จาก ภายในห้องพัก	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.11 (มาก)</b>	<b>4.14 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือมีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.85) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.60) และสะดวกในการติดต่อจองห้องพักทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำ ฯลฯ	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่ พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือ นอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.65 (มาก)	3.98 (มาก)	3.53 (มาก)	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	3.19 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอก ฤดูกาลท่องเที่ยว	3.51 (มาก)	3.89 (มาก)	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกมีความ  
พึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึง  
พอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใน  
จังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พัก  
ประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.65) และมีการปรับลดราคาลง  
ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ มีการปรับลดราคารง ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ ปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับ แขกที่พักประจำไม่ต้องการตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีการปรับลด ราคารงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีการปรับลดราคารงในช่วงนอก ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.71)



ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ ให้บริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการ กล่าวคำอำลา	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)
มีกริยาจากอ่อนน้อม สุภาพ อ่อนโยน	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความกระตือรือร้น และความใส่ ใจในการให้บริการ	3.81 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูล ที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจ ได้	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่า เทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการแสดงออกถึงความ รับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาด ในการให้บริการ	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ	3.09 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>



จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกรายได้มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย  
3.91) รองลงมาคือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการยิ้มแย้ม การ  
ต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา และมีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ เท่ากัน  
(ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือก  
ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือมีกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีการ  
ยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา  
(ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.82)  
และมิกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน และมีความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการ  
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือก  
ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ มีการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย  
3.82) และมิกิริยาวาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	4.35 (มาก)	4.14 (มาก)	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรม ร่มรื่น มีต้นไม้สะอาด และเป็น ระเบียบ	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกแบบตกแต่งห้องพักสวย งาม	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	4.07 (มาก)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ให้บริการของห้องพักที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียง ธรรมชาติ	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และ วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในห้องพักอบอุ่น รู้สึกปลอดภัย	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและ ภายในห้องพักสะอาด	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)
แสงสว่างบริเวณทางเดินมองเห็น ได้ชัดเจน	3.30 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วนต่างๆ ของโรงแรมชัดเจน	3.07 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	3.63 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีการออกแบบตกแต่งอาคาร ภายนอกสวยงาม	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของ โรงแรมได้อย่างเหมาะสม สะดวก สบาย	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	4.02 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วน ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	4.07 (มาก)	4.35 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสว่างของแสงไฟฟ้าภายใน ห้องพักมีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.35)  
รองลงมาคือ มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีการออกแบบตกแต่ง  
อาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึก  
เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย  
4.19) และมีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.22) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการรวดเร็วและสะดวกไม่ ต้องรอนาน	2.86 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ ยุ่งยาก	3.58 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้า ประสบปัญหาต่างๆ	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ได้ มาตรฐาน	3.47 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน	3.72 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.48 (ปานกลาง)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>	<b>3.36 (ปานกลาง)</b>	<b>3.32 (ปานกลาง)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือคิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือคิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ และ มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้เท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 48 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	3.58 (มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.48 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและ



นำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.62)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



### 3.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของโรงแรมมีความน่าเชื่อถือ	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)
ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)
ห้องน้ำในห้องพักระบายอากาศ	4.03 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
มีความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้	3.76 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องน้ำในห้องพัก

สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ ห้องน้ำในห้องพักระยะ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79) และห้องน้ำในห้องพักระยะ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาห้องพักที่เหมาะสม	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานีรถไฟ สนามบินมีความเหมาะสม	3.21 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)
ราคาค่าบริการซักรีด	3.03 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ ราคาห้องพักห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.84) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ ราคาห้องพักห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านสถานที่	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของโรงแรม มองเห็นได้ชัดเจน	3.47 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
การจราจรไม่ติดขัด	4.21 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.52 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	4.79 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	4.55 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางโทรศัพท์	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางเว็บไซต์/อีเมล	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)
สามารถมองเห็นวิวโดยสุเทพได้จากภายในห้องพัก	3.76 (มาก)	3.53 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.11 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.55) และการจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง สะดวกในการติดต่อของห้องพักรักษาตัว (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.57) และสะดวกในการติดต่อของห้องพักรักษาตัว (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ	3.32 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำไม่ ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	3.13 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.49 (ปานกลาง)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับ  
การศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ระดับ  
การศึกษิปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึง  
พอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผ่นพับ  
สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การลด  
ราคาห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย  
3.66) และมีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.55)



ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ มีแผนพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีการปรับลดราคาลงในช่วงนอก ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมใน ระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผนพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับ แขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีการปรับลด ราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)
มีกริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการให้บริการ	3.79 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนได้อย่างชัดเจน	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ มีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือ มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา มีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	4.37 (มาก)	4.18 (มาก)	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรมร่มรื่น มีต้นไม้สะอาด และเป็นระเบียบ	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกแบบตกแต่งห้องพักสวยงาม	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการของห้องพักที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	3.68 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.58 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในห้องพักอบอุ่น รู้สึกปลอดภัย	3.66 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและภายในห้องพักสะอาด	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
แสงสว่างบริเวณทางเดินมองเห็นได้ชัดเจน	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วนต่างๆ ของโรงแรมชัดเจน	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	3.61 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของ โรงแรมได้อย่างเหมาะสม สะดวก สบาย	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

ตารางที่ 54 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	4.03 (มาก)	4.22 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสว่างของแสงไฟฟ้าภายในห้องพักมีความเหมาะสม	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.26) และมีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการรวดเร็วและสะดวกไม่ต้องรอนาน	2.97 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ	3.84 (มาก)	3.55 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ได้มาตรฐาน	3.50 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.35 (ปานกลาง)</b>	<b>3.33 (ปานกลาง)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือคิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)



ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิตราค่าค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 56 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านราคา	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.58 (มาก)
ด้านสถานที่	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)
ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.69 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.54 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66)

### 3.5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำแนกตามภูมิภาค

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค

ด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของ โรงแรม มีความน่าเชื่อถือ	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)
ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม	3.83 (มาก)	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชากาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	4.37 (มาก)	3.78 (มาก)	3.94 (มาก)
ห้องน้ำในห้องพักระบายอากาศ	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)
มีความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ ขนาดของเตียง และที่นอนมีความเหมาะสม และห้องน้ำในห้องพัก สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.84) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ ห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.93) และขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือห้องน้ำในห้องพักสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ชุดชา-กาแฟ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีความปลอดภัยของรถที่จอดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามภูมิภาค

ด้านราคา	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาห้องพักที่เหมาะสม	3.61 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าบริการ รับ-ส่ง สถานีรถไฟ สนามบินมีความเหมาะสม	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)	3.96 (มาก)	3.55 (มาก)	3.74 (มาก)
ราคาค่าบริการซักรีด	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ราคาค่าจองห้องพักล่วงหน้ามีราคา ให้เลือกตามระยะเวลาการจอง	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)
มีป้ายราคาแสดงชัดเจน	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)	4.15 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.49 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาห้องพักห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ ราคาห้องพักห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 4.26) และมีป้ายราคาแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาห้องพักห้องพักล่วงหน้ามีราคาให้เลือกตามระยะเวลาการจอง (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และราคาห้องพักที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ จำแนกตามภูมิภาค

ด้านสถานที่	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อของโรงแรม มองเห็นได้ชัดเจน	3.39 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.47
การจราจรไม่ติดขัด	4.10 (มาก)	4.37 (มาก)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.53 (มาก)	4.21 (มาก)	4.30 (มาก)	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี	4.73 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ใกล้สถานีตำรวจ/สถานพยาบาล	4.04 (มาก)	4.42 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	3.85 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	4.53 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางโทรศัพท์	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)	4.02 (มาก)	4.19 (มาก)
สะดวกในการติดต่อของห้องพักทางเว็บไซต์/อีเมล	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)
สามารถมองเห็นวิวโดยสุเทพได้จากภายในห้องพัก	3.39 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.14 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>



จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.53) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.58) และใกล้สถานีตำรวจสถานพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และสะดวกในการติดต่อของห้องพักทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสนามกีฬา 700 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ	3.25 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	3.57 (มาก)	3.80 (มาก)
มีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	2.98 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.49 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.47 (ปานกลาง)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.49 (ปานกลาง)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง และภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำไม่ต้องตามเทศกาล หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามภูมิภาค

ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา	3.78 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)
มีกริยาจาจ่าอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความกระตือรือร้น และความใส่ใจในการให้บริการ	3.67 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างชัดเจน	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	4.19 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.06 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือก  
ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.78)  
และมีกิริยาวางอ่อนนุ่ม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย  
มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ  
(ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ มีกิริยาวางอ่อนนุ่ม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีความ  
ซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือก  
ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ มีการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย  
3.89) และมีกิริยาวางอ่อนนุ่ม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมี  
ความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีกิริยาวางอ่อนนุ่ม สุภาพอ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.83)  
รองลงมาคือ มีการยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอำลา (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีความซื่อสัตย์  
สุจริต เป็นที่วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามภูมิภาค

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)
การตกแต่งบริเวณรอบๆ โรงแรมร่มรื่น มีต้นไม้สะอาด และเป็นระเบียบ	3.76 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกแบบตกแต่งห้องพักสวยงาม	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการห้องพักที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	3.52 (มาก)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ	3.91 (มาก)	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
การตกแต่งบ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.47 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในห้องพักอบอุ่น รู้สึกปลอดภัย	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและภายในห้องพักสะอาด	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)
แสงสว่างบริเวณทางเดินมองเห็นได้ชัดเจน	3.17 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกทางเดินไปในส่วนต่างๆ ของโรงแรมชัดเจน	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	3.37 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม	4.13 (ปานกลาง)	4.16 (ปานกลาง)	4.00 (ปานกลาง)	4.18 (ปานกลาง)	4.14 (ปานกลาง)
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมได้อย่างเหมาะสม สะดวกสบาย	3.37 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)



ตารางที่ 62 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามภูมิภาค

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันตก- ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	4.02 (มาก)	3.79 (มาก)	3.59 (มาก)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วน ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	4.19 (มาก)	4.37 (มาก)	4.37 (มาก)	4.08 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสว่างของแสงไฟฟ้าภายใน ห้องพักมีความเหมาะสม	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.34)  
รองลงมาคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีการ  
ออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย  
มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว  
(ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ(ค่าเฉลี่ย 4.26) และ มีการ  
ออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก  
ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีการออกแบบห้องพักเป็นส่วนให้ความรู้สึก  
เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ มีความสวยงาม เรียบง่าย ใกล้ชิดธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย  
4.26) และบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.08)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามภูมิภาค

ด้านกระบวนการให้บริการ	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการรวดเร็วและสะดวกไม่ต้องรอนาน	2.87 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)
การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ได้มาตรฐาน	3.28 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	4.22 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>	<b>3.39 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาค มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิดราคาค่าบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คิตราค่าค่าบริการรถต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และมีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีขั้นตอนเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ คิตราค่าค่าบริการรถต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.57)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 64 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ภูมิภาค				
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก-ภาคใต้	ภาคเหนือ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
ด้านราคา	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)	3.49 (มาก)	3.58 (มาก)
ด้านสถานที่	4.03 (มาก)	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.39 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาจากรวมภูมิภาคภาคกลาง มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคตะวันตก-ภาคใต้ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามภาคเหนือ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved