

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมบูติกเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 11 แห่ง จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.2 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 45.5 มีสภาพโสด ร้อยละ 57.8 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 49.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.3 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 28.8 มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 66.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัด

เชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โรงแรมบูติกที่เคยเลือกใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่คือ ริมปีง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 31.3 โดยมีการศึกษาข้อมูลของโรงแรมแบบบูติกที่พักรับเทียบเท่ากับโรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาเปรียบเทียบ ร้อยละ 54.8 และไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบ ร้อยละ 45.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรื่องที่คำนึงถึงในการเปรียบเทียบเพื่อเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่คือ ทำเลที่ตั้งตามที่ต้องการ ร้อยละ 34.7 โดยมีการจองห้องพัก ร้อยละ 64.2 และไม่มีการจองห้องพัก ร้อยละ 35.8 วิธีจองห้องพักล่วงหน้าคือ ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 45.9 สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่คือ ชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก ร้อยละ 45.3 และแหล่งข้อมูลที่

ทำให้รู้จักโรงแรมที่พักคือ เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 56.3 การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณาคือ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 49.5 ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคคือ ตนเอง ร้อยละ 49.5 โดยมีความถี่ในการใช้บริการโรงแรมบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่คือ 1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 32.2 และมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติค ในวัน ธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 39.0 และปกติมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติค ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 57.2 วิธีการเดินทางมาคือ รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 55.8 และราคาห้องพักของโรงแรมบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้บริการคือ 1,501-3,000 บาท ร้อยละ 43.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติคในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และค่าธรรมเนียมการให้บริการ (Service charged) สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (Walk-in) (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา มีการให้ส่วนลดเมื่อจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.47) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา (ค่าเฉลี่ย 4.32) และมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา สามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหารและเครื่องดืมถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้

4.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 76 สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
โรงแรมบูติกที่เคยเลือกใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่	ริมปีง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 20.1	ริมปีง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 42.3
การศึกษาข้อมูลของโรงแรมแบบบูติกที่ท่านพักเปรียบเทียบกับโรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่	ไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 57.3	มีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลของโรงแรมแบบบูติกที่พักแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 66.7

ตารางที่ (ต่อ) สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
เรื่องที่คำนึงถึงในการเปรียบเทียบเพื่อเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่	ราคาห้องพักอยู่ในอัตราที่ยอมรับได้ ร้อยละ 30.6	ทำเลที่ตั้งตามที่ต้องการ ร้อยละ 38.1
การจองห้องพักล่วงหน้า	การจองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 62.3	การจองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ, 66.2
วิธีจองห้องพักล่วงหน้า	ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 56.1	ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 36.6
สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักรวมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	ต้องการความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว ร้อยละ 40.2	ชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก ร้อยละ 56.2
แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโรงแรมที่พัก	เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 58.8	สื่อโฆษณา ร้อยละ 52.7
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา	อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 44.7	แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 55.7
ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก	ตนเอง ร้อยละ 56.3	ตนเอง ร้อยละ 42.8
ความถี่ในการใช้บริการโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่	1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 29.6	การใช้บริการแต่ละครั้งห่างกันมากกว่า 1 ปี ร้อยละ 35.3
ปกติมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติกในวันใด	ธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 36.7	ธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 41.3
การเข้าพักในโรงแรมบูติก ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 546.3,	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 58.2
วิธีการเดินทาง	รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 65.3	รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 46.3
ราคาห้องพักของโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ	1,501-3,000 บาท ร้อยละ 41.2	1,501-3,000 บาท ร้อยละ 46.3
วิธีการชำระค่าห้องพักของโรงแรมบูติก	เงินสด ร้อยละ 63.8	เงินสด ร้อยละ 69.7

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 77 สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001บาท ขึ้นไป
โรงแรมบูติกที่เคยเลือกใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่	ริมปิง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 32.2	ริมปิง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 30.0	ริมปิง วิลเลจ (Rimping Village) ร้อยละ 43.8	ยางคำ วิลเลจ (Yaang come) ร้อยละ 42.9
การศึกษาข้อมูลของโรงแรมแบบบูติกที่ท่านพักเปรียบเทียบกับ โรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่	ศึกษาเปรียบเทียบ โรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 55.7	ศึกษาเปรียบเทียบ โรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 55.0	ศึกษาเปรียบเทียบ โรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 71.3	ไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบ โรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 59.0
เรื่องที่กำลังถึงในการเปรียบเทียบเพื่อเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	ลักษณะของห้องพัก บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ต้องการ ร้อยละ 40.6	ราคาห้องพักอยู่ในอัตราที่ยอมรับได้ ร้อยละ 45.5	ทำเลที่ตั้งตามที่ต้องการ ร้อยละ 63.2	ทำเลที่ตั้งตามที่ต้องการ ร้อยละ 39.5
การจองห้องพักล่วงหน้า	จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 53.9	จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 71.0	จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 77.5	จองห้องพักล่วงหน้า ร้อยละ 59.0
วิธีจองห้องพักล่วงหน้า	ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 59.7	ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 33.8	ผ่านเว็บไซต์ของบริษัททัวร์หรือตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 38.7	ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ร้อยละ 59.7

ตารางที่ 77 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001บาทขึ้นไป
สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	ชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก ร้อยละ 41.7	ชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก และต้องการความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว ร้อยละ 42.0	ต้องการสัมผัสบรรยากาศวัฒนธรรมท้องถิ่น ร้อยละ 51.3	ชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก ร้อยละ 48.6
แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโรงแรมที่พัก	สื่อโฆษณา ร้อยละ 54.8	เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 75.0	เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 52.5	เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 50.5
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา	อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 45.2	แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 58.0	แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 51.25	แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 46.7
ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก	ตนเอง ร้อยละ 60.0	ตนเอง ร้อยละ 40.0	บุคคลในครอบครัวและบริษัทหรือที่ทำงานของท่าน ร้อยละ 30.0	คือตนเอง ร้อยละ 62.9
ความถี่ในการใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	การใช้บริการแต่ละครั้งห่างกันมากกว่า 1 ปี ร้อยละ 37.4	1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 34.0	1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 40.0	-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 28.6
ปกติมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติกในวันใด	ช่วงวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 40.0	วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 42.0	วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 42.0	วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 38.1
การเข้าพักในโรงแรมบูติกในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 69.6	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 54.0	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 58.8	เข้าพัก 2 คน ร้อยละ 45.7
วิธีการเดินทาง	รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 59.1	รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 65.0	รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 53.8	เครื่องบิน ร้อยละ 52.4

ตารางที่ 77 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001บาท ขึ้นไป
ราคาห้องพักของ โรงแรมบูติก ใน จังหวัดเชียงใหม่ที่ ใช้บริการ	1,501-3,000 บาท ร้อยละ 47.0	ราคา 1,501-3,000 บาท ร้อยละ 60.0	1,501-3,000 บาท ร้อยละ 33.8	1,501-3,000 บาท ร้อยละ 32.4
วิธีการชำระค่า ห้องพักของ โรงแรมบูติก	เงินสด ร้อยละ 99.1	เงินสด ร้อยละ 81.0	เงินสด ร้อยละ 57.5	บัตรเครดิต ร้อยละ 70.5

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาว
ไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญ
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ
มาก 3 ลำดับแรก คือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.27)
รองลงมา มีการออกแบบตกแต่งภายในห้องพักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีการออกแบบตกแต่ง
อาคารภายนอกสวยงาม และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก
คือความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีการออกแบบ
ตกแต่งภายในห้องพักสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย
4.24)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย และราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย และราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และค่าธรรมเนียมการให้บริการ (Service charged) สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02) และติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวกเช่น โทรศัพท์เดินเข้ามาติดต่อ (walk in) (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวกเช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk in) (ค่าเฉลี่ย 3.96) และทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการปรับราคาลดลงในชว่่นนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.95, 4.00) รองลงมา มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.72) และมีการจัดแพคเกจห้องพักพร้อมบริการอื่นๆ เช่น อาหารเช้า สปา บริการนำเที่ยว ในราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.44, 3.53)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ และพนักงานมีทักษะในสื่อสารดี

เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) และ พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ, พนักงานให้บริการด้านความถูกต้อง, พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.45, 4.45) รองลงมา มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา (ค่าเฉลี่ย 4.32, 4.32) และมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.26)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.18, 4.10) รองลงมา สามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.08) และ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.07, 4.04)

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม และมีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมได้อย่างเหมาะสมและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.58) และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีบริการนำเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของ โรงแรมได้อย่างเหมาะสมและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) และสามารถมองเห็นวิว ทิวทัศน์ที่สวยงามจากห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของ โรงแรมได้อย่างเหมาะสมและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีบริการนำเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมบูติกแห่งอื่น และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมบูติกแห่งอื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.90) และราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือราคาอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.22)

รองลงมา ค่าธรรมเนียมการให้บริการ (service charged) สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.17) และคือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ ต่อต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวกเช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk in) (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งช้อปปิ้ง (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ต่อต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวกเช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk in) (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวกเช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk in) (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ มีระบบจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือมีการให้ส่วนลดเมื่อจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา มีการปรับราคาลดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือมีการปรับราคาลดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) (ค่าเฉลี่ย 3.92, 4.15, 4.0) รองลงมา มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.90, 3.92) และการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.74, 3.70)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.29) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมา พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.75) และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ และ พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.42, 4.48) รองลงมา มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.34) และมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา มีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา มีการตกแต่งสถานที่เน้น

ความเป็นล้านนา (ค่าเฉลี่ย 4.29) และสบู่ แชมพู มีคุณภาพสูง เช่น มีกลิ่นหอม ผลิตจากธรรมชาติแท้ บรรจุกฎข้อออกแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือการเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา สามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือการเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และสามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาการให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหารและเครื่องดื่มถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.24) และสามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือการเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาการให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-service) เช่น บริการรับส่ง-ส่งอาหารและเครื่องดื่มถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และสามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึง ลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีสภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัด เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่โรงแรมบูติคที่ เคยเลือกใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่คือ ริมปีง วิลเลจ (Rimping Village) รองลงมา โรงแรมยู เชียงใหม่ (U Chiangmai Hotel)

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่เลือกใช้ บริการที่โรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ คือชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก รองลงมา ต้องการความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมพักโรงแรมที่ตั้งในเขตเมือง

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่มี ส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติคคือ ตนเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเอง

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการ โรงแรมบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ 1-2 ครั้งต่อปี โดยปกติมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติคในวัน ธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ตามปกติมักจะเข้าพักในโรงแรมบูติค ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ เข้าพัก 2 คน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางมา เชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้งต่อปี

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองห้องพัก ล่วงหน้า โดยติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม และ ราคาห้องพักของ

โรงแรมบูติก ที่ใช้บริการคือ 1,501-3,000 บาท วิธีการชำระค่าห้องพักของโรงแรมบูติกเงินสด สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่พบว่าวิธี ชำระค่าห้องพักเป็นเงินสด เหมือนกัน

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลแหล่งที่รู้จัก จากสื่อโฆษณาแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รองลงมา อินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2550) ที่พบว่าแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7 P's) มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และห้องพัก สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2551) ที่ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือมีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และห้องพัก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เข้าถึง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีระบบจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของ โรงแรมโดยตรง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีการปรับราคาลดลง ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) สอดคล้องกับผลการศึกษารัตนาภรณ์ ถาวร (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือมีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิษุวัต (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิษุวัต (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิษุวัต (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก

เมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาเรียงลำดับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก มีดังนี้

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 15 ลำดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุขภาพ	บุคลากร	4.53	มากที่สุด
2	พนักงานมีทักษะในสื่อสารดี	บุคลากร	4.47	มาก
3	มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น	ลักษณะทางกายภาพ	4.45	มาก
4	พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี	บุคลากร	4.35	มาก
5	พนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	บุคลากร	4.33	มาก
5	พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	บุคลากร	4.33	มาก
6	มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา	ลักษณะทางกายภาพ	4.32	มาก

ตารางที่ 76 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 15 ลำดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
7	พนักงานให้บริการด้านความถูกต้อง	บุคลากร	4.31	มาก
8	พนักงานมีบุคลิกภาพดีแต่งกายสุภาพ	บุคลากร	4.29	มาก
9	มีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว	ลักษณะทางกายภาพ	4.28	มาก
9	มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก	ผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
10	พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	บุคลากร	4.27	มาก
11	มีการออกแบบตกแต่งอาคารภายนอกสวยงาม	ผลิตภัณฑ์	4.23	มาก
12	มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	ผลิตภัณฑ์	4.21	มาก
13	เครื่องแบบของพนักงานเป็นเอกลักษณ์เข้ากับรูปแบบ (Theme) ของโรงแรม	บุคลากร	4.20	มาก
14	สบู่ แชมพู มีคุณภาพสูง เช่น มีกลิ่นหอม ผลิตจากธรรมชาติแท้ บรรจุภัณฑ์ออกแบบสวยงาม	ลักษณะทางกายภาพ	4.19	มาก
14	พนักงานมีการเสนอบริการที่น่าสนใจของโรงแรมให้แก่ลูกค้า	บุคลากร	4.19	มาก
15	อุปกรณ์เครื่องใช้/เฟอร์นิเจอร์ มีความสะอาดและดูใหม่	ลักษณะทางกายภาพ	4.18	มาก

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการมีผลในการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ สูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ รองลงมาพนักงานมีทักษะในสื่อสารดี ซึ่งเป็นปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ดังนั้นโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้อง

มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ มีทักษะในการสื่อสารดี เอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีความชำนาญในการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำดับต่อมาคือมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น ซึ่งเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นปัจจัยที่ต้องพิจารณาให้มีความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อมของโรงแรมให้เป็นธรรมชาติมีความร่มรื่น มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา มีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำดับต่อมาคือมีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นปัจจัยที่ต้องพิจารณาให้มีความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขคือความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก

ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. พบว่าโรงแรมบูติกที่เคยเลือกใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ริมปิง วิลเลจ (Rimping Village)
2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จนถึง 30,000 บาท มีการศึกษาข้อมูลของโรงแรมแบบบูติกที่พักเปรียบเทียบกับโรงแรมบูติกแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 30,001 บาทขึ้นไปไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลโรงแรมบูติกที่พัก และพบว่ากลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จะคำนึงถึงลักษณะของห้องพักบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ต้องการ ส่วนรายได้ 10,001-20,000 บาท จะคำนึงถึงราคาห้องพักอยู่ในอัตราที่ยอมรับได้ และรายได้ 20,001 – 30,000 บาทขึ้นไป จะคำนึงถึงเรื่องทำเลที่ตั้งตามที่ต้องการ
4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกรายได้ ส่วนใหญ่จะจองห้องพักโดยวิธีการจองห้องพักล่วงหน้า คือ ติดต่อโดยตรงกับโรงแรมหรือสำนักงานขายของโรงแรม ยกเว้นกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท วิธีการจองห้องพักล่วงหน้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัททัวร์หรือตัวแทนจำหน่าย
5. พบว่าเพศชายสาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดเพราะต้องการความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว ในขณะที่เพศหญิงสาเหตุที่เลือกใช้บริการ

เพราะชื่นชอบลักษณะการตกแต่งสถานที่และห้องพัก และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่เพราะต้องการสัมผัสบรรยากาศวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. ส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง และทุกกลุ่มรายได้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคด้วยตนเอง ยกเว้นกลุ่มรายได้ 20,000-30,000 บาท การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคคือบุคคลในครอบครัว และบริษัทหรือที่ทำงาน

7. พบว่าเพศชายแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสถานที่พักคือ เพื่อนแนะนำ ส่วนเพศหญิงแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักคือสื่อโฆษณา และการได้รับข้อมูลข่าวสารจากโฆษณา พบว่าเพศชายมากที่สุดคือจากอินเทอร์เน็ต ส่วนเพศหญิงมากที่สุดคือจากแผ่นพับประชาสัมพันธ์

8. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เพศหญิง มีความถี่ในการใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่คือการใช้บริการแต่ละครั้งห่างกันมากกว่า 1 ปี ในขณะที่กลุ่มเพศชายและกลุ่มรายได้ 10,001-30,001 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี

9. กลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท การเข้าพักในโรงแรมบูติคจะเป็นช่วงหยุดเทศกาล ส่วนกลุ่มรายได้ 10,001-30,000 บาท การเข้าพักในโรงแรมบูติคจะเป็นวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ส่วนกลุ่มรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป การเข้าพักในโรงแรมบูติคจะเป็นช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยการเข้าพักส่วนใหญ่จะพัก 2 คน โดยทุกกลุ่มรายได้ราคาพักที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ราคา 1,501-3,000 บาท โดยวิธีการชำระค่าห้องพักกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท-30,000 บาทจะจ่ายเป็นเงินสด ส่วนกลุ่มรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จะจ่ายโดยบัตรเครดิต

9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญด้านความสะดวกบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก เป็นลำดับแรก และพบว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับโรงแรมที่มีความสะดวกบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับโรงแรมมีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) เป็นลำดับแรก

11. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และสุภาพ พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี และพบว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่กลุ่มรายได้อื่นให้ความสำคัญในระดับมาก

11. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า รายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

1. ด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ รองลงมาพนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี พนักงานมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ ดังนั้น โรงแรมควรจะมีการคัดเลือกพนักงานที่บุคลิกภาพเหมาะสมกับงานบริการ โดยเฉพาะเรื่องความเต็มใจในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความอ่อนน้อมสุภาพ และแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เลือกพนักงานที่มีการศึกษามีความรู้ และมีการอบรมพนักงานจนชำนาญก่อนการปฏิบัติงาน ให้เกิดทักษะในการสื่อสาร เพื่อให้บริการถูกต้องตามกระบวนการในการปฏิบัติงาน ควรจะมีการคัดเลือกพนักงานที่บุคลิกภาพเหมาะสมกับงานบริการ เอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความชำนาญในการให้บริการ และสามารถให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน

2. ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น รองลงมา มีการตกแต่งสถานที่เน้นความเป็นล้านนา และมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว ดังนั้น โรงแรมควรมีการเลือกทำเลที่ตั้งที่ไม่อยู่ในแหล่งชุมชนหรือใกล้แหล่งที่มีเสียงดัง เช่น เซค ฟับ ร้านอาหาร คาราโอเกะ ส่วนภายในโรงแรมควรมีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยอย่างเหมาะสมสะดวกสบาย โดยแยกส่วนต่างๆ ของโรงแรมอย่างชัดเจน ได้แก่ ล็อบบี้ ห้องพัก สระว่ายน้ำร้านอาหาร สถานบริการด้านสุขภาพ หากโรงแรมมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีเสียงดังรบกวนโรงแรมควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่และห้องพัก โดยเลือกวัสดุที่สามารถเก็บเสียงได้นอกจากนี้ โรงแรมอาจจะสร้างส่วนที่เป็นมุมเงียบสงบ มีวิวทิวทัศน์สวยงาม มีบริการน้ำชา กาแฟเหมาะสำหรับผู้ใช้บริการบางกลุ่มที่ต้องการความสงบ สามารถนั่งทำงานได้ เช่น ผู้ใช้บริการที่เป็นนักธุรกิจ อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ บรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว ถือเป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติค โรงแรมควรมีการตกแต่งสถานที่โดยเน้นธรรมชาติและสร้างบรรยากาศให้ดูร่มรื่น โดยการตกแต่งสวนหย่อม ปลูกต้นไม้และดอกไม้ อุปกรณ์

เครื่องใช้/เฟอร์นิเจอร์มีความสะอาดและดูใหม่ มีการทำความสะอาด และซ่อมแซมอุปกรณ์ เครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์ให้ดูใหม่อยู่เสมอ ซึ่งสามารถสะท้อนถึงคุณภาพของโรงแรมได้ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบต่างประเทศ เช่น ตะวันตก บาห์ลี จีน ญี่ปุ่น และการตกแต่งสถานที่เป็นแบบผสมผสาน เช่น ความเป็นล้านนาผสมผสานกับ สถาปัตยกรรมต่างประเทศ

3. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และห้องพัก รองลงมาคือมีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ดังนั้น โรงแรมควรดูแลรักษาบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพักให้สะอาด ถูกสุขอนามัย โดยจัดให้มีพนักงานทำความสะอาดดูแล เอาใจใส่ บริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม สม่ำเสมอเนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีการใช้บริการร่วมกัน ควรมีการดูแลรักษาความสะอาดอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าของการบริการที่มอบให้ผู้ให้บริการ ในเรื่องของการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วนให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ดังนั้น โรงแรมควรมีการออกแบบห้องพักให้เป็นสัดส่วน โดยแยกส่วนของห้องพักออกจากส่วนล็อบบี้ ร้านอาหาร สระว่ายน้ำ สถานบริการสุขภาพของโรงแรมอย่างชัดเจน และมีการออกแบบตกแต่งห้องพักให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว โดยคำนึงถึงองค์ประกอบภายในห้องพัก เช่น ขนาดห้องพักได้มาตรฐานไม่เล็กเกินไป จนรู้สึกอึดอัด การจัดวางผังห้องพักได้มาตรฐาน แบ่งส่วนต่างๆ ภายในห้องพักได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ควรมองเห็นวิว ทิวทัศน์ที่สวยงามจากห้องพักได้ นอกจากนี้ควรมีมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยบริเวณโรงแรม โดยจัดพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง บริเวณประตูทางเข้าโรงแรม และภายในโรงแรม เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ หากจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีบริการดูแลสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ในระดับมาก เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้อื่นๆ มีผลในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมแบบบูติครายใหม่ ควรจะพิจารณาถึงความคุ้มค่า หากมีการลงทุนด้านบริการสุขภาพ เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการอาจจะมีน้อย และมีต้นทุนสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาค่าบริการที่สูงขึ้น

4. ด้านราคา

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบ บูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3

ลำดับแรกคือ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสมเหตุสมผล ดังนั้น โรงแรมควรมีการกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้ข้อมูลด้านราคาห้องพักในการเปรียบเทียบกับโรงแรมแห่งอื่นมากที่สุดก่อนการตัดสินใจใช้บริการ และควรกำหนดระดับราคาห้องพักในระดับมาตรฐาน ราคา 1,501 – 3,000 บาท เนื่องจากเป็นระดับราคาห้องพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการมากที่สุด นอกจากนี้ โรงแรมควรมีการกำหนดราคาห้องพักให้หลากหลาย โดยการออกแบบตกแต่งห้องพัก ให้มีรูปแบบ (Theme) หลากหลาย ซึ่งลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักถือเป็นเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ โดยกำหนดราคาห้องพักให้แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการกลุ่มต่างๆ ทั้งกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง – สูง และกลุ่มที่ไม่ได้ทำงานหรือเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท นอกจากนี้ในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมควรสมเหตุสมผล

5. ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง รองลงมาทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว และการติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ ดังนั้น ในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรม ควรตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่พาหนะเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวกหรืออยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ นอกจากนั้นการติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ โรงแรมควรมีการตรวจสอบระบบการใช้งานโทรศัพท์ที่อยู่เป็นประจำ และมีหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ นอกจากนี้ ควรมีป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์อย่างชัดเจนแสดงส่วนต่างๆ ของโรงแรม และมีพนักงานต้อนรับส่วนหน้าพร้อมให้บริการตลอดเวลา เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินเข้ามาติดต่อ โรงแรมควรมีเว็บไซต์ของตนเอง โดยมีการออกแบบใช้ขนาดตัวอักษรและสีที่ง่ายต่อการอ่าน และควรพัฒนาข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะข้อมูลด้านราคาห้องพัก ในแต่ละช่วงเวลาทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยระบุราคาในแต่ละช่วงเวลาอย่างชัดเจน

6. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดเมื่อจองห้องพักล่วงหน้า และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน ดังนั้น โรงแรมควรมีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ซึ่งช่วงดังกล่าวของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ช่วงเดือน

พฤษภาคมถึงกันยายน เนื่องจากเป็นช่วงที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย และมีอัตราการเข้าพักต่ำ นอกจากนี้ ควรมีการจัดแพคเกจห้องพักพร้อมบริการอื่นๆ ในราคาพิเศษให้มากขึ้น เช่น สปา บริการนำเที่ยว และมีการโฆษณาผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้บริการมากขึ้นในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) คือ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเมษายน ความต้องการห้องพักมีมาก โรงแรมสามารถกำหนดราคาห้องพักสูงขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และควรมีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาเมื่อมีการจองและชำระค่าห้องพักล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน โดยอาจจะกำหนดอัตราส่วนลดตามระยะเวลาที่ทำการจองล่วงหน้า และควรมีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาห้องพักเมื่อเข้าพักหลายวัน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเพิ่มจำนวนวันเข้าพักมากขึ้น โดยการให้ส่วนลดห้องพักเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ของช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงวันที่มีอัตราการเข้าพักต่ำเมื่อเทียบกับช่วงวันจันทร์-ศุกร์ หรือวันหยุดเทศกาล

7. ด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง รองลงมา สามารถเห็นรูปถ่ายตัวอย่างของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือก และการให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหารและเครื่องดื่มถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง ดังนั้น โรงแรมควรมีการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในการให้บริการเช็คอิน ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง และฝึกทักษะการทำงานร่วมกันของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า และพนักงานที่ดูแลทำความสะอาดของห้องพัก เพื่อให้การบริการเช็คเอาท์สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง นอกจากนี้โรงแรมอาจขยายเวลาสำหรับการเช็คเอาท์ (Check-out) อย่างช้าสุดไม่เกินเวลา 14.00 น. จากเดิมก่อนเวลา 12.00 น. โดยไม่คิดราคาห้องพักเพิ่มอีก 1 วัน เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการให้รู้สึกแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป ควรมีกระบวนการในการเตรียมห้องพักให้พร้อมก่อนการเข้าพัก โดยจัดให้มีพนักงานที่ดูแลทำความสะอาดและตรวจสอบความเรียบร้อยของห้องพักอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งก่อนที่ผู้ใช้บริการจะเข้าพัก สำหรับห้องพักที่ผู้ใช้บริการมีเด็กทารก โรงแรมอาจจัดเตรียมเตียงเสริมหรือที่นอนสำหรับเด็กทารก พร้อมให้บริการในห้องพักการจองห้องพักจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง นอกจากนี้ โรงแรม โรงแรมควรมีระบบการจองห้องพักที่มีประสิทธิภาพ มีพนักงานรับผิดชอบการจอง ห้องพักที่มีความรู้ ความชำนาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์ สามารถให้บริการได้ทันที เว็บไซต์ของโรงแรม ควรมีการออกแบบระบบการจองห้องพักอย่างรวดเร็วและถูกต้องผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของโรงแรม โดยใช้ระบบการให้บริการ (Web Server) ที่มีประสิทธิภาพ

รวดเร็ว รองรับการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามจากที่ต่างๆ ได้ และใช้โปรแกรมที่มีความถูกต้อง
แม่นยำ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในระดับสูง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ

นอกจากนั้นช่องทางตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ผ่านทางโทรศัพท์และเว็บไซต์
ของตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ โรงแรมควรมีการคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ที่
น่าเชื่อถือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถให้ข้อมูล และแสดงรูปภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกของโรงแรมอย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ ทั้งการติดต่อเองที่
สำนักงานหรือผ่านทางเว็บไซต์ และควรมีการเชื่อมโยงข้อมูลการจองห้องพักกับทางโรงแรมได้

ข้อจำกัดของการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในเดือน
สิงหาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จึงเป็นข้อมูล
ของนักท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอาจจะแตกต่างจากข้อมูลที่รวบรวม
ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบกับช่วงอื่นๆ ได้