

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ทำธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน เคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 2-3 ครั้ง ระยะเวลาที่พักอาศัยแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ 2-3 วัน นิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ราคาของที่พักต่อห้องต่อคืนที่ใช้บริการไม่เกิน 500 บาท ทราบข้อมูลที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จากการมีบุคคลแนะนำ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การปรับลดราคาห้องพักลงในชว้นนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ

พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ควรมีที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอ ควรอัปเดตข้อมูลทาง Website ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมใช้งาน และควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความ

สะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีบริการอาหารเช้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ สถานที่พักรที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว และ ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ สถานที่พักรที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ และ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และการมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรีตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้อย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคี่มให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคี่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และการทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คุณี รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รองลงมาคือ การมีเคเบิ้ลทีวีเพื่อการรับชม และ ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีบริการอาหารเช้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาที่พักรมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย และ สถานที่พักรที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่พักรที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น และ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ ความใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก รองลงมาคือ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี และ โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม รองลงมาคือ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร และ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี รองลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบริการอาหารเข้ารองลงมาคือ ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก และ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก และ ความสะอาดของห้องพัก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ และ ราคาที่พักมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ ราคาที่พักมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก และความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก รองลงมาคือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว และ ความใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ ความใกล้ชิดแหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ และ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ และ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก และ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ การมี

เว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และการประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ รองลงมาคือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และการโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องเค็มให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก รองลงมาคือ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพัก สำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น รองลงมาคือ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง และ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) และ ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี และ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) รองลงมาคือ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม รองลงมาคือ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร และ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี รองลงมาคือ ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ ความสะอาดของห้องพักตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก และ จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น และ การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม และความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก และ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ ความใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องที่ และ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย รองลงมาคือ สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว และ การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก และ การปรับลดราคาห้องพัก ลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การปรับลดราคาห้องพักลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) รองลงมาคือ การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี และ การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ รองลงมาคือ การปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และการโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว รองลงมาคือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ และการประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น และ พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และ ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง รองลงมาคือ การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มให้บริการพร้อม เป็นต้น และ การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น รองลงมาคือ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี และ ป้ายชื่อที่พนักที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย คู่มือ ร่องลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) และ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ร่องลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby) และ ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ร่องลงมาคือ บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม และ อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรรณเกษม วสันตวิบูลย์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติค ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัย

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิมุต์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องพัก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะอาดของห้องพัก

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ ราคาที่พักที่มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิมุต์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาห้องพักที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลใน

การเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ อัตราค่าห้องพัก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การคิดราคาห้องพัก เช่นถูกต้องตรงความเป็นจริง

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิภูวด (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีระบบจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางเข้าถึง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง และ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การคมนาคมสะดวกไม่อยู่ในซอยลึก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณเกษม วสันตวิภูวด (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การทำบัตรสมาชิกให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้เป็นบัตรส่วนลดพิเศษเมื่อเข้ามาใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ พนักงานที่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรรณวิญญู (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานที่มีมารยาทที่ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์น่าเชื่อถือไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรรณวิญญู (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) ที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ มีระบบรักษาความปลอดภัย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรรณวิญญู (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ บรรยากาศที่เงียบสงบ เป็นส่วนตัว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553) ซึ่งพบว่า

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพันธ์ โพธิ์หิรัญ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความมิดชิดและปลอดภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบด้านข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 23.75 มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เพียงร้อยละ 7.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 33.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 75.00 โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือท่องเที่ยว/พักผ่อน และเยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 66.50 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 78.25 ระยะเวลาที่พักอาศัยแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มากกว่า 5 วันขึ้นไปมีเพียง ร้อยละ 6.25 ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 50.75 ราคาของที่พักต่อห้องต่อคืนที่ใช้บริการ ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 92.75 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จากการมีบุคคลแนะนำ ร้อยละ 64.00

5.3.2 ข้อค้นพบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่มากที่สุด และให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับ ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังตารางที่ 5.1 -5.7

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย	ด้านสถานที่	4.10	มาก
2	พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของหรือชำระเงินเกิน เป็นต้น	ด้านบุคลากร	4.10	มาก
3	การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.98	มาก
4	บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.96	มาก
5	ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคี่มให้บริการพร้อม เป็นต้น	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.96	มาก
6	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	ด้านบุคลากร	3.95	มาก
7	ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.94	มาก

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
8	ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.94	มาก
9	รูปแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.93	มาก
10	การจองห้องพักที่สามารถทำได้ อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.91	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น และการมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	การมีสระว่ายน้ำ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.39	น้อย
2	การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย	ด้านผลิตภัณฑ์	2.47	น้อย
3	การมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	2.68	ปานกลาง
4	การออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.68	ปานกลาง
5	ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	2.87	ปานกลาง
6	การมีบริการซักอบรีด	ด้านผลิตภัณฑ์	3.02	ปานกลาง
7	การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.03	ปานกลาง
8	การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.04	ปานกลาง
9	การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.04	ปานกลาง
10	การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีต่อ ปัจจัยย่อยส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอ จอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีสระว่ายน้ำ การมีฟิตเนส หรือ บริเวณเพื่อการออกกำลังกาย และการมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์ทางส่วนประสมทางการตลาดบริการ สำหรับผู้ประกอบการที่พักแรมในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ความสะอาดของห้องพัก ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการดูแลความสะอาดภายในห้องพัก โดยเริ่มจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีคุณภาพ ผสมกับการอบรมแม่บ้านผู้ดูแลความสะอาดให้มีความรู้เรื่องการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ทำความสะอาดในห้องพัก การเทคนิคการผสมน้ำยาทำความสะอาด การใช้วัสดุอุปกรณ์แม่บ้านต่างๆ ความเข้าใจการใช้ยาทำความสะอาดพื้นผิวต่างๆ ภายในห้อง และอาคารโดยทั่วไป เช่น การขจัดคราบตะกรันน้ำ คราบเหลือง คราบสี คราบหินปูน รวมถึงการดูแลพื้นผิวต่างๆ เช่น งานสแตนเลส โครเมียม วอลเปเปอร์ งานเฟอร์นิเจอร์ ไม้กระดาน พื้นแกรนิต เป็นต้น ซึ่งการดูแลรักษาเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องพัก เช่น ตู้เสื้อผ้า ตู้เย็น ที่วียเป็นอย่างดีนั้น ถือเป็นพื้นฐานของการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

นอกจากนั้น ยังควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักอย่างครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เเคเบิ้ลทีวี เนื่องจากถือเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากรองลงมา ห้องพักควรได้รับการตกแต่งอย่างสวยงาม เรียบง่าย แต่มีรสนิยม มีการจัดแสงไฟในห้องพักที่ให้ความสว่างเพียงพอ มีการออกแบบที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว โดยคำนึงถึงองค์ประกอบภายในห้องพัก เช่น ขนาดห้องพักที่ได้มาตรฐานไม่เล็กเกินไปจนรู้สึกอึดอัด การจัดวางผังห้องพักที่ได้มาตรฐาน แบ่งพื้นที่ต่างๆ ภายในห้องพักได้อย่างเหมาะสม หากเป็นไปได้ ควรจัดให้ผู้พักสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามจากห้องพักได้ ในส่วนของที่นอนต้องมีความสบาย ไม่แข็งหรือนุ่มเกินไป เครื่องปรับอากาศในห้องพักควรได้รับการดูแลไม่ให้มีเสียงดังรบกวน และปรับให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสมตามอุณหภูมิมาตรฐานที่ 25 องศา ในห้องอาบน้ำควรมีเครื่องทำน้ำอุ่น ผ้าขนหนู และ ผ้าเช็ดเท้าที่สะอาดไว้บริการ

ในส่วน of พื้นที่ให้บริการอื่นๆ เช่น การมีบริการอาหารเช้า การมีห้องอาหารเพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง จากการศึกษา ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการที่พักแรมจึงควรให้ความสำคัญในจุดนี้ และรักษาคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานของห้องพัก หากเป็นที่พักขนาดย่อมและยังไม่มีในส่วน of ห้องอาหาร ควรจัดให้มีบริการเสริม เช่น การสั่งอาหารจากร้านมาให้แขกได้รับประทาน หรือจัดให้มีมุมของว่างและเครื่องดื่มเล็กๆ น้อยๆ เป็นต้น และควรจัดให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าสามารถให้บริการด้านการท่องเที่ยวได้ในเบื้องต้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เพศชายให้ความสำคัญในปัจจัยด้านชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม การมีเคเบิลทีวีในระดับมาก แต่เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง ดังนั้น หากผู้ประกอบการรายใดพบว่า ที่พักแรมของตนมีกลุ่มลูกค้าเพศชายน้อย อาจจะพิจารณาปรับปรุงปัจจัยย่อยในด้านชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม การมีเคเบิลทีวี เพิ่มมากขึ้น เช่น มีการติดตั้งเคเบิลทีวีทุกห้อง และมีการนำเสนอผ่านช่องทางการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ จากข้อมูลปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้บริการ การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น รวมถึงการมีผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น ดังนั้น หากผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น หรือ อายุต่ำกว่า 21 ปี ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวเป็นพิเศษด้วย เช่น ให้บริการ Free WiFi เป็นต้น

และจากข้อมูลการจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น และการมีบริการซักอบรีด ในระดับน้อย ดังนั้น หากผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะกลุ่มนี้จึงไม่จำเป็นต้องมีบริการเสริมด้านการดูแลสุขภาพ รวมถึงการมีบริการซักอบรีดไว้ให้บริการ ซึ่งจะเป็นการประหยัดต้นทุนจากการดำเนินงาน ของกิจการอีกด้วย

ปัจจัยด้านราคา

การตั้งราคาที่พักรู้มีความเหมาะสม และการมีห้องพักให้เลือกได้ในหลายระดับราคานั้น ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านราคาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงต้องกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการและกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักที่มีราคาค่าบริการต่อคืนต่อห้องที่ไม่เกิน 500 บาท ผู้ประกอบการที่ตั้งราคาสูงกว่าระดับดังกล่าวจึงจำเป็นต้องนำเสนอคุณภาพของการให้บริการที่เหมาะสมหรืออยู่เหนือความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากมีห้องพักหลากหลายขนาดหรือรูปแบบ ควรตั้งระดับราคาให้เลือกได้อย่างหลากหลาย เช่น ห้องพักเตียงเดี่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มากคนเดียว ราคา 399 บาท เป็นต้น หรืออาจนำเสนอทางเลือกห้องพักราคาประหยัด ที่ตัดบริการบางประเภทออก เช่น ห้องพักมาตรฐานราคาประหยัดแต่ไม่รวมอาหารเช้า 499 บาท เป็นต้น

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการที่พักควรใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามฤดูกาล (Seasonal Pricing) เพื่อกระตุ้นยอดขายในเวลาที่ลูกค้ามีการต้องการบริการน้อย โดยใช้ราคาที่ถูกลงเป็นแรงจูงใจ เช่น การกำหนดราคาช่วง Low Season ให้ต่ำกว่าช่วง High Season อย่างเห็นได้ชัด หรือแม้กระทั่งการตั้งราคาห้องพักพิเศษในแต่ละช่วงวันในสัปดาห์ เช่น ลดราคาพิเศษเฉพาะวันจันทร์ถึงพฤหัสบดี เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (กว่าร้อยละ 50.75) นิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จึงควรกำหนดราคาพิเศษในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักน้อย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้ามาใช้บริการ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญในปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ในระดับมาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น หรือ อายุต่ำกว่า 21 ปี ต้องคำนึงถึงการกำหนดอัตราค่าบริการในด้านดังกล่าวด้วย อาจกำหนดโดยการเปรียบเทียบกับที่พักแรมบริเวณใกล้เคียง แล้วนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดราคาที่เหมาะสมต่อไป

ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ถือเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดจากทุกปัจจัย ผู้ประกอบการที่พักแรมหรือผู้ที่มีความสนใจจะสร้างที่พักแรมจึงต้องให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัยด้วยเหตุนี้เอง ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงต้องคำนึงถึงการเลือกสถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย มีรั้ว

รอบขอบชิด เส้นทางคมนาคมที่เข้าไปยังที่พักมีแสงสว่าง ไม่มีดหรือเปลี่ยว นอกจากนั้น ยังต้องคำนึงถึงสถานที่พักที่มีความสงบ ความเป็นส่วนตัว เนื่องจากถือเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญรองลงมา และจากการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กว่า ร้อยละ 50.25 เดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพักผ่อน สถานที่จึงควรมีความสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวนจากชุมชน หรือกลิ่นรบกวนจากพื้นที่การเกษตรปศุสัตว์ ในขณะเดียวกัน ควรเลือกที่ตั้งอยู่ในทำเลที่พาหนะเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวก และอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ด้วยตนเอง

ในส่วน of พื้นที่จอดรถ ทางที่พักควรจัดสรรพื้นที่ให้มีความกว้างขวาง สะดวก และเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวในการจอดรถ โดยจัดให้มีพนักงานดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถด้วย นอกจากนั้น ยังควรให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการติดต่อสถานที่พักแรมทางโทรศัพท์ โทรสาร (FAX) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการติดต่อผ่านเว็บไซต์และอีเมล เพื่อเปิดช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อเพื่อสอบถามหรือจองห้องพักได้สะดวกยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัยย่อยด้านสถานที่ กลุ่มลูกค้าที่อายุมากกว่า 21 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น ในระดับมาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ต้องการจะสร้างที่พักแรมแห่งใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุมากกว่า 21 ปีขึ้นไปนั้น ปัจจัยย่อยด้านนี้ควรนำมาเป็นหนึ่งในเกณฑ์ตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งที่พักแรมด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการที่พักแรมที่ยังไม่มีเว็บไซต์ของที่พักแรมอย่างเป็นทางการ จึงควรเร่งพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักแรม โดยมีการออกแบบที่ใช้ขนาดตัวอักษรและสีที่ง่ายต่อการอ่าน และควรพัฒนาข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะข้อมูลด้านราคาห้องพักในแต่ละช่วงเวลาทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยระบุราคาในแต่ละช่วงเวลาอย่างชัดเจน และอาจพิจารณาใช้ช่องทางสื่อสังคม Social Media เช่น Facebook หรือ Twitter ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ที่พักแรม ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ได้ผลดีและมีต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบกิจการที่พักแรมอาจลงมือเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองหรือจัดให้มีพนักงานผู้รับผิดชอบคอยป้อนข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว ซึ่งจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ชื่อของสถานที่พักแรมปรากฏอยู่บนฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลดีในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้เครื่องมือสืบค้น (Search Engine) ในการค้นหาสถานที่พักในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

โดยนักการตลาดจะใช้คำสืบค้นสำคัญ (Keywords) ในการทำ Search Engine Optimization ซึ่งเป็นการปรับปรุงหรือปรับแต่งหน้าเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ในหน้าผลการค้นหาของ Search Engine ซึ่งตัวอย่างของคำสำคัญในที่นี้ อันได้แก่ “ที่พัก” “จอมทอง” ควรเป็นคำที่เว็บไซต์ของที่พักแรมควรเน้นย้ำและให้ความสำคัญ

ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดด้วยการปรับลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงควรมีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายน เนื่องจากเป็นช่วงที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย และมีอัตราการเข้าพักต่ำ หรืออาจมีการจัดแพคเกจห้องพัก พร้อมบริการอื่นๆ ในราคาพิเศษให้มากขึ้น เช่น บริการนวดแผนไทย สปา บริการนำเที่ยว โดยทำการการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ของที่พักแรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้บริการมากขึ้นในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาจำนวนห้องพักเกินความต้องการ (Over Supply) ส่วนในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) คือ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเมษายน ความต้องการห้องพักมีมาก ที่พักแรมจึงสามารถกำหนดราคาห้องพักให้สูงขึ้นเล็กน้อย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความต้องการห้องพักเกินจำนวนห้องพักที่ให้บริการ (Excess Demand) หรือการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาเมื่อมีการจองและชำระค่าห้องพักล่วงหน้ามาเป็นระยะเวลานาน โดยอาจจะกำหนดอัตราส่วนลดตามระยะเวลาที่ทำการจองล่วงหน้า เช่น ที่พักแรมเปิดห้องพักบางส่วนให้นักท่องเที่ยวจองล่วงหน้าในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (พฤษภาคมถึงกันยายน) เพื่อเข้าใช้บริการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ตุลาคมถึงเมษายน) แต่คิดราคาห้องพักในอัตรานอกฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 64 ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผ่านการแนะนำของบุคคลอื่น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากนั้นมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความเป็นที่รู้จักของสถานที่ที่พักแรม ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญโดยการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักเกิด “การบอกต่อ” ด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเก่าที่แนะนำลูกค้าใหม่ 10% หรือการจัดทำบัตรสมาชิกหรือบัตรสะสมแต้มเพื่อเก็บจำนวนคืนที่เข้าพักเพื่อให้ผู้เข้าพักเก่าแนะนำให้ผู้พักรายอื่นมาช่วยใช้บริการเพื่อสะสมแต้มเพื่อให้ได้สิทธิพิเศษ เช่น พัก 10 คืน แลก 1 คืน เป็นต้น นอกจากนี้ ทางที่พักแรมควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวผู้เข้าพัก โดยการเอาใจใส่ผู้เข้าพักอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เข้าพัก เกิดความ

ประทับใจ และเกิดการเข้ามาพักซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสถานผู้เข้าพักเก่าและเพิ่มผู้เข้าพักใหม่ ด้วยการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับผู้เข้าพัก โดยมุ่งรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างที่พักแรมกับผู้เข้าพัก ทางที่พักแรมจึงควรจัดทำฐานข้อมูลผู้เข้าพัก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้เข้าพักแต่ละราย ซึ่งข้อมูลที่ได้ นอกจากจะนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการบริหารระบบลูกค้าสัมพันธ์ต่อไปได้ เช่น เพื่อส่งจดหมายข่าวหรืออีเมลเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ของทางที่พักแรมไปยังผู้เข้าพัก การส่งการ์ด หรือ E-Card ในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่นวันเกิด หรือวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการในระดับมาก อาจเนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ หากผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น หรือ อายุต่ำกว่า 21 ปี ควรมีเว็บไซต์รองรับอย่างเป็นทางการด้วย และควรนำเว็บไซต์ดังกล่าวโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media เช่น Facebook Twitter เป็นต้น ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ที่พักแรม

ปัจจัยด้านบุคลากร

พนักงานต้อนรับของที่พักแรม ถือว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการ และถือเป็นจุดแรกและจุดสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักจะได้พบเมื่อเข้ามาและออกจากที่พักแรม ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงต้องให้ความสำคัญ โดยในการคัดสรรบุคลากรจะต้องระบุลักษณะบุคลากรแต่ละแผนกงานและลักษณะการทำงาน เช่น พนักงานต้อนรับส่วนหน้าจะต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ซึ่งนอกจากรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูเรียบร้อย แลดูสะอาดสะอ้านแล้ว ยังต้องมีการแสดงออกและการปฏิบัติต่อผู้เข้าพักด้วยมารยาทที่งดงาม มีทัศนคติที่ดี มีความกระตือรือร้นในการช่วยผู้อื่น มีความเคารพและให้บริการผู้เข้าพักทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีวินัยและความตรงต่อเวลา ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีทักษะในการสื่อสารได้ดี พูดจาชัดถ้อยชัดคำ มีไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจากแผนกบริการส่วนหน้าโดยเฉพาะบริเวณเคาน์เตอร์ต้อนรับจะเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาติดต่ออยู่เสมอ นักท่องเที่ยวบางรายอาจจะมีปัญหาหรือคำร้องเรียนพิเศษ พนักงานบริการส่วนหน้าจะต้องใช้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิผล และยังคงคอยฝึกความรู้ความสามารถในการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะในการให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในท้องที่ และทางผู้บริหารยังต้องจัดให้มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และจัดให้มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

สำหรับพนักงานทำความสะอาดห้องพัคนั้นต้องมีกิริยามารยาทที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ผู้ประกอบการต้องสรรหาพนักงานที่มีใจรักในงานทั้งด้านการบริการและงานด้านอนามัย มีความอดทน และความขยันหมั่นเพียร ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การอบรม และการจูงใจ โดยผู้บริหาร เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าพักได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผู้ประกอบการควรสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนประสิทธิภาพของการทำงาน รวมถึงสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีของพนักงาน เช่นการจัดบริเวณพักผ่อน หรือบริเวณสันทนการให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม มีการตอบสนองโดยการให้รางวัลแก่พนักงานที่ให้บริการดีหรือมีผลงานโดดเด่น โดยผู้ประกอบการสามารถสำรวจได้ผ่านการรับฟังข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของผู้เข้าพัก โดยอาจจัดทำแบบสอบถามวางไว้ในห้องพักรู้อย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังควรมีการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานอยู่เสมอ โดยจัดให้มีกล่องหรือสมุดรับความคิดเห็นจากพนักงานเพื่อสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เมื่อผู้เข้าพักเกิดความพึงพอใจ และประทับใจพนักงานผู้ให้บริการ ผู้เข้าพักก็จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

นอกจากนั้น จากการศึกษาพบว่า การที่พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น พนักงานทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ทางแผนกบุคคลของสถานที่พักรแรมจึงต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากร ต้องมีการตรวจสอบประวัติและลักษณะของบุคลากร โดยเฉพาะทุกครั้ง อีกทั้งยังต้องหมั่นให้การอบรมเพื่อปลูกฝังจริยธรรมและจรรยาบรรณของพนักงานผู้บริการทุกคน ให้มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ไม่ละเมิดทรัพย์สินและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น โดยผู้บริหารต้องแสดงแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงาน รวมถึงการออกกฎข้อบังคับและบทลงโทษทางวินัยต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีให้ความสำคัญในปัจจัยด้านพนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคั้มให้บริการพร้อม ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักรแรมจึงต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในส่วนนี้ด้วยการหมั่นตรวจสอบห้องพักด้วยตนเอง แม้จะเป็นช่วงที่ไม่มี

นักท่องเที่ยวเข้าพักมากนักก็ตาม แต่ห้องพักต้องมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้เสมอ เช่น การตรวจสอบน้ำ-ไฟ การตรวจสอบข้าวของเครื่องใช้ว่ายังทำงานได้ดีหรือไม่ เช่น เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ โทรศัพท์ รวมถึงเตียงนอน หมอน ผ้าห่ม หากมีการปูเตียงไว้เป็นเวลานาน จำเป็นต้องมีการพลิกตรวจดูว่ามีคราบสกปรก ผุ่น หรือแมลงเข้าไปอาศัยอยู่หรือไม่เสมอ ผ้าขนหนูและผ้าเช็ดเท้า หากไม่มีผู้เข้าพักควรเก็บพับไว้ในตู้อย่างเรียบร้อย ในบริเวณห้องพัก ควรมีการเช็ดถูและปิดกวาดหยากไย่ ห้องน้ำควรได้รับการจัดพื้นคราบตะกรันต่างๆ และฉีดพ่นน้ำยาดับกลิ่นหากมีความจำเป็น เพื่อคงสภาพห้องพักที่พร้อมแก่การให้บริการเอาไว้อยู่เสมอ

ในส่วนของการให้บริการส่วนหน้า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกในการจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ควรมีระบบการจองห้องพักที่มีประสิทธิภาพ จัดให้มีพนักงานรับผิดชอบการจองห้องพักที่มีความรู้ ความชำนาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์ สามารถให้บริการได้ทันที รวมถึงการจองผ่านเว็บไซต์ของที่พักแรม ควรมีการออกแบบระบบการจองห้องพักอย่างรวดเร็วและถูกต้องผ่านทางหน้าเว็บไซต์ โดยใช้ระบบการให้บริการ Web Server ที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว รองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวผู้สนใจจากที่ต่างๆ ได้ และใช้โปรแกรมที่มีความถูกต้องแม่นยำ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในระดับสูง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ในส่วนของช่องทางตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ผ่านทางโทรศัพท์และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ ที่พักแรมควรมีการคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัททัวร์ที่น่าเชื่อถือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถให้ข้อมูล และแสดงรูปภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมอย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ ทั้งการติดต่อเองที่สำนักงานหรือผ่านทางเว็บไซต์ และควรมีการเชื่อมโยงข้อมูลการจองห้องพักกับทางที่พักแรมได้อย่างแม่นยำ

ในการเช็กอินและเช็กเอาท์ ควรออกแบบขั้นตอนและเงื่อนไขในการเข้าพักไม่ให้ยุ่งยากจนเกินไป เช่น ผู้เข้าพักสามารถแสดงเพียงบัตรประจำตัวประชาชน และทะเบียนยานพาหนะ เพื่อการเช็กอิน เป็นต้น ในส่วนขั้นตอนการคืนห้องพักก็ไม่ควรล่าช้า เช่น เมื่อผู้เข้าพักมีการแจ้งเช็กเอาท์ พนักงานต้องรีบดำเนินการตรวจสอบสภาพห้องพักโดยเร็ว และดำเนินการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอย่างเป็นระบบ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหารใน ตู้เย็น และ ค่าชำรุดของอุปกรณ์ในห้องพักหากเกิดการชำรุดขึ้นเช่น แก้วน้ำแตก หรือผ้าปูที่นอนเกิดความเสียหาย เป็นต้น เพื่อไม่ให้ผู้เข้าพักต้องรอนาน สำหรับ โดยในกระบวนการให้บริการด้านเช็กอิน-เช็กเอาท์ ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มความเร็วในการให้บริการโดยการจัดอบรมพนักงานส่วนหน้าในเพื่อใช้ระบบเทคโนโลยีต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องคิดเงิน เครื่องรูดบัตรเครดิต ให้เกิดความชำนาญเพื่อลดความผิดพลาดในการให้บริการ และ ไม่ให้ ลักลอบรอนาน หากเกิดปัญหาต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็วไม่ล่าช้า

และยอมรับในความผิดพลาดเมื่อเกิดปัญหาขึ้น และต้องอธิบายให้ผู้เข้าพักได้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เข้าพักไว้

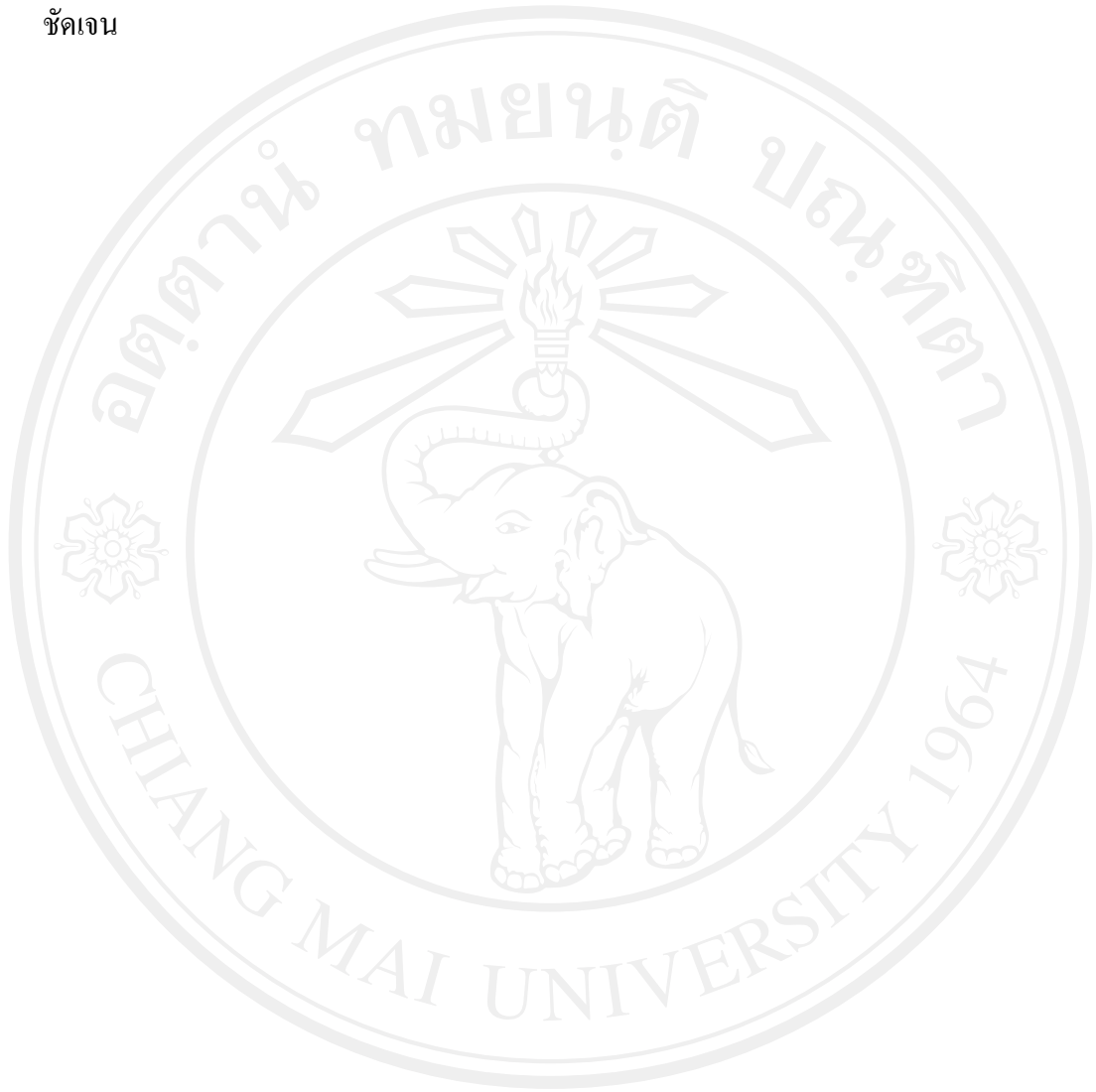
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด ถือเป็นปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักแรมจึงต้องเตรียมระบบดังกล่าวให้พร้อม โดยให้ความสำคัญในเรื่องความมิดชิด/ปลอดภัยของห้องพัก การวางระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมงที่มีคุณภาพ จัดทำระบบกล้องวงจรปิดและจัดให้มีจอมอนิเตอร์แสดงภาพให้ผู้เข้าพักได้เห็นในเคาเตอร์ส่วนหน้าหรือผ่านทางจอโทรทัศน์ในห้องพักได้ และหากเป็นไปได้ควรมีระบบบุญเจออิเล็กทรอนิกส์ไว้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดแก่ผู้เข้าพัก

นอกจากนั้น ทางที่พักแรมยังต้องคำนึงถึงบรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากรองลงมา ทางที่พักแรมควรสร้างส่วนที่เป็นมุมเงียบสงบ มีวิวทิวทัศน์สวยงาม มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น โดยการตกแต่งสวนหย่อม ปลูกต้นไม้และดอกไม้ อุปกรณ์เครื่องใช้/เฟอร์นิเจอร์ควรได้รับการดูแลให้มีความสะอาดและดูใหม่ มีการเลือกชิ้นงานตกแต่งที่ดูทันสมัย หรือมีลักษณะที่สะท้อนความเป็นพื้นบ้านล้านนาแบบอนุรักษ์นิยมให้สอดคล้องกลมกลืนกับรูปแบบ (Theme) ของที่พักแรมที่มีจุดเด่นเฉพาะตัว ซึ่งสามารถสะท้อนถึงรสนิยมของผู้เข้าพักและยังส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักใช้บริการด้วย

ในบริเวณอาคารที่พักทั้งในส่วนของโรงแรมและล็อบบี้ ควรมีระบบการถ่ายเทอากาศได้ดี มีความปลอดโปร่ง ไม่มีกลิ่นอับ อีกทั้งยังควรดูแลเรื่องความสะอาดของห้องน้ำที่ให้บริการในส่วนกลางสำหรับผู้ที่มาติดต่อห้องพักให้มีความสะอาด ปลอดกลิ่น มีกระดาษชำระไว้ให้บริการสำหรับเครื่องแบบของพนักงานต้อนรับควรได้รับการออกแบบที่เรียบร้อย ดูดี และสอดคล้องกับ Theme ของที่พักแรม เช่น ที่พักแรมที่มีลักษณะร่วมสมัยแบบโมเดิร์นพนักงานควรแต่งเครื่องแบบรัดกุมกระชับกระฉ่ง ในขณะที่ที่พักแรมแนวพื้นเมืองพนักงานควรสวมชุดพื้นเมืองที่ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน เช่นกางเกงสะดอ หรือเสื้อม่อฮ่อม อีกทั้งพนักงานต้องได้รับการอบรมไม่ให้ละเลยการดูแลตนเอง เช่นการแต่งหน้า แต่งตัว การดูแลอนามัยส่วนบุคคลที่เหมาะสม พนักงานดูแลห้องพักควรมีผ้ากันเปื้อนและสวมถุงมือ พนักงานห้องอาหารควรสวมผ้าคลุมผมเพื่อรวบผมเก็บไว้้อย่างเรียบร้อย เป็นต้น อีกทั้งควรจัดบรรยากาศภายในล็อบบี้ให้เข้ากับ Theme ของที่พักแรม เช่นการเปิดเพลงบรรเลงเบาๆ หรือการจัดสวนน้ำพุ น้ำตกเล็กๆ ที่ให้เสียงน้ำ

ตามธรรมชาติ ทั้งนี้เพื่อรักษาภาพพจน์ของที่พักรวมในแบบองค์รวม (Holistic Image) ซึ่งถือเป็นการให้ความสนใจกับรายละเอียดทางกายภาพเล็กๆ น้อยๆ แต่มีผลต่อความรู้สึกของผู้เข้าพักอย่างชัดเจน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved