

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนั้นได้บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.00)
เพศ	ชาย	198	49.5
	หญิง	202	50.5
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	34	8.5
	20 – 29 ปี	93	23.3
	30 – 39 ปี	106	26.5
	40 – 49 ปี	94	23.5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.00)
50 – 59 ปี	44	11.0
60 ปีขึ้นไป	29	7.2
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น	37	9.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	128	32.0
ปริญญาตรี	205	51.2
ปริญญาโทหรือมากกว่านั้น	30	7.5
อาชีพ		
รับราชการ	57	14.2
รัฐวิสาหกิจ	55	13.8
บริษัทเอกชน	83	20.8
ธุรกิจส่วนตัว	149	37.3
นักเรียน/นักศึกษา	56	14.0
สถานภาพ		
โสด	141	35.3
สมรส	177	44.3
หย่าร้าง	82	20.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	102	25.5
10,001-15,000 บาท	78	19.5
15,001-20,000 บาท	120	30.0
20,001-25,000 บาท	77	19.3
25,001-30,000 บาท	12	3.0
มากกว่า 30,000 บาท	11	2.8

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และเพศชาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.5 รองลงมาคืออายุ 40 – 49 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุ 50 – 59 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และน้อยที่สุดคือ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และระดับปริญญาโทหรือมากกว่านั้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ อาชีพบริษัทเอกชน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 อาชีพรับราชการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก
ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.84	0.662	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.86	1.122	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	.0712	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	1.510	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.94	0.889	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.86	0.853	มาก
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.77	0.622	มาก
รวม	3.83	0.569	มาก

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับสำคัญมาก จำแนกเป็นรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.94 อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมา คือ ด้านราคา และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.87 อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีขนาดของห้องพักหลายขนาด ให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม	3.95	0.798	มาก
อุปกรณ์เครื่องใช้ในการอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมี ความทันสมัย	3.93	0.935	มาก
ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีรูปแบบการตกแต่งของห้องพักมี เอกลักษณ์	3.69	0.919	มาก
ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	3.78	0.905	มาก
รวม	3.84	0.662	มาก

2. ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีขนาดของห้องพักหลายขนาด ให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ อุปกรณ์เครื่องใช้ในการอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีความทันสมัย เช่น ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เครื่องเป่าผม กาต้มน้ำร้อน เต้า ไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้รับซักผ้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.93 ลำดับถัดมาคือ ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีค่าเฉลี่ย 3.78 และท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีรูปแบบการตกแต่งของห้องพักมีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดของห้อง	3.71	0.868	มาก
ราคาห้องพักมีหลายระดับราคา	3.81	0.847	มาก
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.88	0.798	มาก
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับระดับของโรงแรม	4.02	3.555	มาก
รวม	3.86	1.122	มาก

3. ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับระดับของโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับบริการ และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ลำดับถัดมา คือ ราคาห้องพักมีหลายระดับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.81 และราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดของห้อง มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
ท่านสามารถจองห้องพักได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านเว็บไซต์ของที่พัก	3.70	0.932	มาก
ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.83	0.954	มาก
ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าพัก	3.80	0.908	มาก
ท่านสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับห้องพักผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ติดต่อด้วยตนเอง ผ่านทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.67	0.938	มาก
รวม	3.75	.0712	มาก

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าพัก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ลำดับถัดมาคือ มีท่านสามารถจองห้องพักได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านเว็บไซต์ของที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.70 และท่านสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับห้องพักผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ติดต่อด้วยตนเอง ผ่านทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้นเป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
ผู้ให้บริการห้องพักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ห้องพักที่หลากหลาย	3.85	3.675	มาก
ผู้ให้บริการห้องพักมีระบบอีเมลในการส่งข้อมูลการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในจองห้องพัก	3.67	0.961	มาก
ผู้ให้บริการห้องพักมีการให้ส่วนลดให้กับลูกค้าประจำ	3.76	0.925	มาก
ผู้ให้บริการห้องพักมีการจัดแพ็คเกจเหมาะสมกับค่าที่พัก รวมอาหารและค่าเดินทาง	3.94	3.660	มาก
รวม	3.81	1.510	มาก

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการห้องพักมีการจัดแพ็คเกจเหมาะสมกับค่าที่พัก รวมอาหารและค่าเดินทาง เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ มีผู้ให้บริการห้องพักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ห้องพักที่หลากหลาย เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ป้ายโฆษณา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.85 ลำดับถัดมาคือ ผู้ให้บริการห้องพักมีการให้ส่วนลดให้กับลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และผู้ให้บริการห้องพักมีระบบอีเมลในการส่งข้อมูลการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในจองห้องพัก เป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับที่พักให้แก่ลูกค้าได้ถูกต้องชัดเจน ไม่มีการปกปิดข้อมูล	3.87	0.848	มาก
พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.88	0.885	มาก
พนักงานแสดงกิริยาท่าทางและมารยาทที่เหมาะสมในการบริการ	4.08	2.276	มาก
พนักงานมีบุคลิกดีและมีความสุขภาพในการให้บริการ	3.92	0.901	มาก
รวม	3.94	0.889	มาก

6. ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานแสดงกิริยาท่าทางและมารยาทที่เหมาะสมในการบริการ เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ พนักงานมีบุคลิกดีและมีความสุขภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ลำดับถัดมาคือ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับที่พัก ให้แก่ลูกค้าได้ถูกต้อง ชัดเจน ไม่มีการปกปิดข้อมูล เช่น รายละเอียดของการจองห้องพัก อัตราค่าห้องพัก ฯลฯ เป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
ผู้ให้บริการห้องพักรับมีการให้บริการตามลูกค้าตามลำดับ ก่อน-หลัง	3.94	2.586	มาก
ระยะเวลาในการให้บริการการลงทะเบียนเข้าใช้ บริการห้องพักรวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลา	3.79	0.865	มาก
ขั้นตอนในการติดต่อใช้บริการห้องพักง่าย และได้รับ ความสะดวกจากการมาใช้บริการ	3.91	0.795	มาก
ระยะเวลาในการเช็คเอาท์ มีการตรวจเช็คห้องพักและ คำนวณค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว	3.80	0.872	มาก
รวม	3.86	0.853	มาก

7. ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้ให้บริการห้องพักมีการให้บริการตามลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ ขั้นตอนในการติดต่อใช้บริการห้องพักง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ลำดับถัดมาคือระยะเวลาในการเช็คเอาท์ มีการตรวจเช็คห้องพัก และคำนวณค่าใช้จ่ายที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.80 และระยะเวลาในการให้บริการการลงทะเบียนเข้าใช้บริการห้องพักรวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลา เป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
หน้าที่พักมีรายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อผู้ให้บริการห้องพักรัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ หากมีปัญหาลูกค้าสามารถติดต่อผู้ให้บริการห้องพักได้	3.80	0.889	มาก
สัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้าของที่พักรมีความโดดเด่นทำให้ลูกค้าจดจำง่าย	3.69	0.906	มาก
รูปแบบ และสีสันทนของรูปแบบพนักงานมีความสุภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่พักร	3.75	0.806	มาก
บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่พักร มีการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพัก	3.83	0.812	มาก
รวม	3.77	0.622	มาก

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายนอกที่พักร มีการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพักเป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือ หน้าที่พักรมีรายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อผู้ให้บริการห้องพักรัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ หากมีปัญหาลูกค้าสามารถติดต่อผู้ให้บริการห้องพักได้ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ลำดับถัดมาคือ รูปแบบและสีสันทนของรูปแบบพนักงาน มีความสุภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่พักร มีค่าเฉลี่ย 3.75 และสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้าของที่พักรมีความโดดเด่นทำให้ลูกค้าจดจำง่ายเป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקของผู้ตอบแบบสอบถาม

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
ท่านตัดสินใจเลือกที่פקโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ	3.75	2.319	มาก
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่פקก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	3.64	1.793	มาก
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่פקจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	3.54	1.035	มาก
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าที่פק เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่פקครั้งต่อไป	3.66	0.901	มาก
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่פקแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก	3.64	0.996	มาก
รวม	3.65	0.916	มาก

1. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านตัดสินใจเลือกที่פקโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าที่פק เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่פקครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.66 ลำดับถัดมาคือ ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่פקก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ และท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่פקแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก มีค่าเฉลี่ย 3.64 และท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่פקจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ เป็นลำดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

1. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ต่างกัน โดยใช้ Independent sample t-test และ One-way ANOWA ในการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 11 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ	S.D.	Sig (2-tailed)
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดย	ชาย	198	3.67	0.849	0.101
พิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้	หญิง	202	3.83	3.155	
บริการ					
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก	ชาย	198	3.59	0.982	0.567
ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	หญิง	202	3.69	2.330	
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูล	ชาย	198	3.57	1.044	0.699
เกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ	หญิง	202	3.51	1.028	
ก่อนที่จะตัดสินใจ					
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจ	ชาย	198	3.63	0.879	0.770
หลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการ	หญิง	202	3.69	0.923	
ตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป					
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือก	ชาย	198	3.61	1.001	0.628
ที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก	หญิง	202	3.68	0.993	

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Independent sample t-test ในการทดสอบสมมติฐาน แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเชียงดาวภูตวิวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	F	Sig
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ	1.279	0.272
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	0.778	0.566
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	0.984	0.427
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป	4.026	0.001(*)
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก	1.909	0.092

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ในด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ สามารถแสดง
รายละเอียดได้ดังตารางที่ 13 ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$	S.D	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	60 ปีขึ้นไป
			3.35	3.88	3.82	3.49	3.52	3.28
ต่ำกว่า 20 ปี	3.35	0.961	-	-0.352 (0.047*)	-0.291 (0.095)	0.040 (0.821)	0.007 (0.974)	0.254 (0.257)
20-29 ปี	3.88	0.806	-	-	0.061 (0.628)	0.392 (0.003*)	0.359 (0.027*)	-0.606 (0.001*)
30-39 ปี	3.82	0.837	-	-	-	0.331 (0.008*)	0.298 (0.061)	0.545 (0.003*)
40-49 ปี	3.49	0.864	-	-	-	-	-0.033 (0.836)	0.213 (0.256)
50-59 ปี	3.52	0.927	-	-	-	-	-	0.247 (0.244)
60ปีขึ้นไป	3.28	1.162	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจาก
เช่าที่พัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอ
เชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเช่าที่พัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจ
เลือกที่พักครั้งต่อไป จำแนกตามอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างกับ อายุ 20 – 29 ปี ผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างกับ อายุ 40-49 ปี, อายุ 50-59 ปี และ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้น
ไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างกับ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 14 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาว
ภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	F	Sig
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความ จำเป็นในการใช้บริการ	1.146	0.330
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจ เลือกใช้บริการ	1.635	0.181
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจาก แหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	6.134	0.000*
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเช่าที่พัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป	2.353	0.072
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับ ที่ท่านเลือก	5.098	0.002*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 15-16 ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D	ประณม/ มัธยมต้น 3.63	มัธยมปลาย 4.03	ปริญญาตรี 3.64	ปริญญาโท หรือมากกว่า 3.92
ประณม/ มัธยมต้น	3.11	0.966	-	-0.243 (0.200)	-0.624 (0.001*)	-0.425 (0.089)
มัธยมปลาย	3.35	1.047	-	-	-0.380 (0.001*)	-0.182 (0.378)
ปริญญาตรี	3.73	1.030	-	-	-	0.198 (0.318)
ปริญญาโท หรือมากกว่า	3.53	0.819	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรี และ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับ การศึกษา	$\bar{x}$	S.D	ประถม/ มัธยมต้น 3.24	มัธยมปลาย 3.48	ปริญญาตรี 3.78	ปริญญาโท หรือมากกว่า 3.90
ประถม/ มัธยมต้น	3.24	1.14	-	-0.241 (0.189)	-0.532 (0.003*)	-0.657 (0.007*)
มัธยมปลาย	3.48	0.97	-	-	-0.291 (0.009*)	-0.416 (0.037*)
ปริญญาตรี	3.78	0.96	-	-	-	-0.124 (0.517)
ปริญญาโท หรือมากกว่า	3.90	0.88	-	-	-	-
		5				

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พัก
แห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอ
เชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนก
ตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรีและระดับ
ปริญญาโทหรือมากกว่านั้น และ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แตกต่างกับ ระดับ
ปริญญาตรีและระดับปริญญาโทหรือมากกว่านั้น

ตารางที่ 17 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	F	Sig
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความ จำเป็นในการใช้บริการ	3.630	0.006*
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจ เลือกใช้บริการ	0.354	0.841
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจาก แหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	2.196	0.069
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป	3.205	0.013*
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับ ที่ท่านเลือก	4.069	0.003*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รัสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ในด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พัก โดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รัสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 18-20 ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว รัสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

อายุ	$\bar{x}$	S.D	รับ ราชการ	รัฐวิสาห กิจ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน นักศึกษา
			3.68	4.82	3.42	3.60	3.64
รับราชการ	3.68	0.985	-	-0.134 (0.009*)	0.263 (0.505)	0.087 (0.808)	0.041 (0.924)
รัฐวิสาหกิจ	4.82	5.780	-	-	1.396 (0.001*)	1.221 (0.001*)	1.175 (0.007*)
บริษัทเอกชน	3.42	0.828	-	-	-	-0.176 (0.576)	-0.221 (0.577)
ธุรกิจส่วนตัว	3.60	0.900	-	-	-	-	-0.046 (0.899)
นักเรียน นักศึกษา	3.64	0.796	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการแตกต่างกับ อาชีพรัฐวิสาหกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับ อาชีพบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพพนักงานนักศึกษา

ตารางที่ 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

อายุ	$\bar{x}$	S.D	รับ ราชการ 3.68	รัฐวิสาห กิจ 4.82	บริษัท เอกชน 3.42	ธุรกิจ ส่วนตัว 3.60	นักเรียน นักศึกษา 3.64
รับราชการ	3.89	0.772	-	0.186 (0.271)	0.401 (0.009*)	0.338 (0.015*)	0.002 (0.991)
รัฐวิสาหกิจ	3.71	0.737	-	-	0.215 (0.166)	0.152 (0.280)	-0.184 (0.278)
บริษัทเอกชน	3.49	0.916	-	-	-	-0.063 (0.606)	-0.399 (0.010*)
ธุรกิจส่วนตัว	3.56	0.961	-	-	-	-	-0.336 (0.017*)
นักเรียน นักศึกษา	3.86	0.908	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักรั้งต่อไป จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักรั้งต่อไป จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการแตกต่างกับ อาชีพบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพบริษัทเอกชน แตกต่างกับ อาชีพนักเรียนนักศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับ อาชีพนักเรียนนักศึกษา

ตารางที่ 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ตวิว รีสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

อายุ	$\bar{x}$	S.D	รับ ราชการ	รัฐวิสาห กิจ	บริษัทเอก ชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน นักศึกษา
			3.68	4.82	3.42	3.60	3.64
รับราชการ	3.98	0.935	-	0.328 (0.078)	0.308 (0.069)	0.560 (0.000*)	0.161 (0.384)
รัฐวิสาหกิจ	3.65	0.844	-	-	-0.020 (0.906)	0.232 (0.135)	-0.167 (0.371)
บริษัทเอกชน	3.67	0.964	-	-	-	0.252 (0.062)	-0.147 (0.388)
ธุรกิจส่วนตัว	3.42	1.054	-	-	-	-	-0.399 (0.010*)
นักเรียน นักศึกษา	3.82	0.974	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการแตกต่างกับ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับ อาชีพพนักงานนักศึกษา

ตารางที่ 21 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	F	Sig
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ	1.754	0.174
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	0.519	0.595
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	0.412	0.662
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป	0.930	0.395
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก	0.338	0.713

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
เชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	F	Sig
ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้ บริการ	2.164	0.057
ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	1.745	0.123
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ	6.219	0.000*
ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการ ตัดสินใจเลือกที่พัก ครั้งต่อไป	4.157	0.001*
ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก	3.739	0.003*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 23-25 ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{x}$	S.D	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	มากกว่า 30,001
			3.10	3.53	3.74	3.77	3.42	4.00
ต่ำกว่า 10,000	3.10	1.058	-	-0.428 (0.005*)	-0.644 (0.000*)	-0.668 (0.000*)	-0.319 (0.298)	-0.902 (0.005*)
10,001- 15,000	3.53	1.041	-	-	-0.216 (0.139)	-0.241 (0.136)	-0.109 (0.726)	-0.474 (0.143)
15,001- 20,000	3.74	0.992	-	-	-	-0.025 (0.867)	0.325 (0.285)	-0.258 (0.414)
20,001- 25,000	3.77	0.958	-	-	-	-	0.350 (0.262)	-0.234 (0.470)
25,001- 30,000	3.42	0.900	-	-	-	-	-	-0.583 (0.164)
มากกว่า 30,001	4.00	0.632	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูล
เกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอ
เชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่
จะตัดสินใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท
แตกต่างกับ รายได้ 10,001-15,000 บาท, รายได้ 15,001-20,000 บาท, รายได้ 20,001-25,000
บาท และรายได้มากกว่า 30,001 บาท

ตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{x}$	S.D	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	มากกว่า 30,001
			3.34	3.82	3.73	3.79	3.42	4.00
ต่ำกว่า 10,000	3.34	1.039	-	-0.477 (0.000*)	-0.390 (0.001*)	-0.449 (0.001*)	-0.074 (0.785)	-0.657 (0.020*)
10,001- 15,000	3.82	0.894	-	-	0.087 (0.498)	0.028 (0.842)	-0.404 (0.141)	-0.179 (0.529)
15,001- 20,000	3.73	0.867	-	-	-	-0.059 (0.648)	0.317 (0.237)	-0.267 (0.339)
20,001- 25,000	3.79	0.732	-	-	-	-	0.376 (0.172)	-0.208 (0.466)
25,001- 30,000	3.42	0.793	-	-	-	-	-	-0.583 (0.115)
มากกว่า 30,001	4.00	0.000	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจาก
เข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักรั้งต่อไป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอ
เชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจ
เลือกที่พักรั้งต่อไป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท
แตกต่างกับ รายได้ 10,001-15,000 บาท, รายได้ 15,001-20,000 บาท,รายได้ 20,001-25,000 บาท
และรายได้มากกว่า 30,001 บาท

ตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{x}$	S.D	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	มากกว่า 30,001
			3.35	3.51	3.80	3.83	3.75	4.09
ต่ำกว่า 10,000	3.35	1.157	-	-0.160 (0.278)	-0.447 (0.001*)	-0.478 (0.001*)	-0.397 (0.185)	-0.738 (0.018*)
10,001- 15,000	3.51	0.908	-	-	-0.287 (0.044*)	-0.318 (0.044*)	-0.237 (0.435)	-0.578 (0.068)
15,001- 20,000	3.80	0.885	-	-	-	-0.031 (0.828)	0.050 (0.866)	-0.291 (0.346)
20,001- 25,000	3.83	0.923	-	-	-	-	0.081 (0.790)	-0.260 (0.411)
25,001- 30,000	3.75	1.215	-	-	-	-	-	-0.341 (0.405)
มากกว่า 30,001	4.09	0.701	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ
รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พัก
แห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอ
เชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก จำแนก
ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับ รายได้ 15,001-
20,000 บาท, รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,001 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–15,000 บาท แตกต่างกับ รายได้ 15,001–20,000 บาท และรายได้ 20,001–25,000 บาท

2. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาว กู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ต่างกันโดยใช้ Regression ในการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 26 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาว กู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

7P's	B	Beta	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	0.339	0.245	4.215	0.000*
ด้านราคา	0.084	0.103	2.160	0.031*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.087	0.068	1.130	0.259
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.054	0.089	1.838	0.067
ด้านบุคลากร	-0.126	-0.123	-2.374	0.018*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.173	0.161	3.340	0.001*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.175	0.119	2.299	0.022*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Regression ในการทดสอบสมมติฐาน แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเชิงดาว กู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาว กู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีค่า sig น้อยกว่า 0.05 โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่า sig ต่ำสุดเท่ากับ .000