

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิว รีสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการเชียงดาวภูติวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 405 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

2. ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีขนาดของห้องพักหลายขนาด ให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม อุปกรณ์เครื่องใช้ในการอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีความทันสมัย เช่น ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เครื่องเป่าผม กาต้มน้ำร้อน เต้า ไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้निรภัย เป็นต้น

ท่านพิจารณาเลือกที่พักที่ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และท่านพิจารณาเลือกที่พักที่มีรูปแบบการตกแต่งของห้องพักมีเอกลักษณ์

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับระดับของโรงแรม ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ราคาห้องพักมีหลายระดับราคา และราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดของห้อง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทำเลที่ตั้งของห้องพักอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทำเลที่ตั้งของห้องพักมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าพัก มีท่านสามารถจองห้องพักได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านเว็บไซต์ของที่พัก และสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับห้องพักผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ติดต่อด้วยตนเอง ผ่านทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ให้บริการห้องพักมีการจัดแพ็คเกจเหมาะจ่ายค่าที่พัก รวมอาหารและค่าเดินทาง มีผู้ให้บริการห้องพักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ห้องพักที่หลากหลาย เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ป้ายโฆษณา เป็นต้น ผู้ให้บริการห้องพักมีการให้ส่วนลดให้กับลูกค้าประจำ และผู้ให้บริการห้องพักมีระบบอีเมลในการส่งข้อมูลการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในจองห้องพัก

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานแสดงกิริยาท่าทางและมารยาทที่เหมาะสมในการบริการ พนักงานมีบุคลิกดีและมีความสุภาพในการให้บริการ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับที่พัก ให้แก่ลูกค้าได้ถูกต้อง ชัดเจน ไม่มีการปกปิดข้อมูล เช่น รายละเอียดของการจอง ที่พัก อัตราค่าห้องพัก ฯลฯ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้ให้บริการห้องพักมีการให้บริการตามลูกค้าตามลำดับก่อน - หลัง ขั้นตอนในการติดต่อใช้บริการห้องพักง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ ระยะเวลาในการเช็คเอาท์มีการตรวจเช็คห้องพักและคำนวณค่าใช้จ่ายที่ และระยะเวลาในการให้บริการการลงทะเบียนเข้าใช้บริการห้องพักรวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลา

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายนอกที่พัก มีการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพัก หน้าที่พักมีรายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ สำหรับติดต่อผู้ให้บริการห้องพักชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ หากมีปัญหา ลูกค้าสามารถติดต่อผู้ให้บริการห้องพักได้ รูปแบบและสีสันทันของเครื่องแบบพนักงานมีความสุภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่พัก และสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้าของที่พักมีความโดดเด่นทำให้ลูกค้าจดจำง่าย

3. ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ เป็นข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก และท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ

4. ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างกับ อายุ 20-29 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างกับ อายุ 40-49 ปี, อายุ 50-59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างกับ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เหตุผลเพราะ ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีมุมมองในการเลือกที่พักต่างกัน คือ ผู้ที่มีอายุน้อยจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก อาจจะเนื่องมาจากรายได้ของลูกค้าหรือราคาค่าที่พัก เป็นต้น

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาว กู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรี และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโทหรือมากกว่านั้น และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แตกต่างกับ ระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโทหรือมากกว่านั้น เหตุผลเพราะ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีมุมมองในการเลือกที่พักต่างกัน คือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงขึ้นไปจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ต้องอาศัยแหล่งข้อมูล การเปรียบเทียบราคา หรือดูจากคำติชม สถานที่นั้นๆ ก่อนตัดสินใจใช้บริการ เพื่อที่จะสามารถวางแผนการเดินทางต่างๆ ได้สะดวกขึ้น

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวกู๊ดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ในด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ แตกต่างกับ อาชีพรัฐวิสาหกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับ อาชีพบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพนักเรียนนักศึกษา ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ แตกต่างกับ อาชีพบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพบริษัทเอกชน แตกต่างกับ อาชีพนักเรียนนักศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับ อาชีพนักเรียนนักศึกษา และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ แตกต่างกับ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับ อาชีพนักเรียนนักศึกษา เหตุผลเพราะ ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีมุมมองในการเลือกที่พักต่างกัน เช่น อาชีพนักเรียน นักศึกษา จะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ อาจเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาที่พัก เป็นต้น

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ 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 ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป 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 และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท, รายได้ 20,001 – 25,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,001 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท แตกต่างกับ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้ 20,001 – 25,000 บาท เหตุผลเพราะ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีมุมมองในการเลือกที่พักต่างกัน คือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับสูงขึ้นไปจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ต้องอาศัยแหล่งข้อมูล การเปรียบเทียบราคา หรือดูจากคำติชม สถานที่นั้นๆ ก่อนตัดสินใจใช้บริการ และบริการที่ได้รับนั้นจะต้องคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ดังนั้นจึงต้องอาศัยปัจจัยหลายๆ อย่างมาประกอบการตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยและผลที่จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวกูดวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30- 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณ (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ก่อพงษ์ บุญการ (2550) เรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักในอำเภอ ปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ทำงานและแต่งงานแล้ว ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 – 30,000 บาท

2. ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ต่างกัน โดยเป็นไปตามหลักการของ Kotler ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ประการได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่สำหรับธุรกิจบริการส่วนประสมทางการตลาดจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้น ถึงพนักงานกระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาสกร พวงผกา (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุดมี

ดังนั้นคือ 1) ด้านบุคลากรและการบริการของโรงแรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังกับการบริการที่จะได้รับจากโรงแรมจากการที่ได้จ่ายเงินเพื่อการได้รับการบริการที่ดีที่สุดกลับคืนมา

3. ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ ท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป ท่านแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก และท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ สอดคล้องกับ Kotler (2000: 176-178) ที่กล่าวว่า วิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจ ประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติของผู้บริโภคซึ่งจะสะท้อนถึงความต้องการ ความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มา และสุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น และสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการซื้อ (Buying Process) ที่พบว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละขั้นตอน มีความยากง่ายแตกต่างกันในสภาวะและสินค้า ขณะตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับการแก้ปัญหา

4. ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อายุ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ในด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป ระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ในด้านท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ในด้านท่านตัดสินใจเลือกที่พักโดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้บริการ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพักเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

เชียงดาวกู่ดิว ธีรธอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ในด้านท่านศึกษา และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ, ด้านท่านพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากเข้าพัก เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักครั้งต่อไป และด้านท่านคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกที่พักแห่งเดียวกับที่ท่านเลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาล เวศย์วรุตม์ (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีผลทำให้การตัดสินใจในการเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวกู่ดิว ธีรธอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวกู่ดิว ธีรธอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร ยศไกร (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลกับการเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ มีผลกับการเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรางคนา แก้วตา (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พัก คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆ ด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเชียงดาวกู่ดิว ธีรธอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นทางธีรธอร์ท จึงควรมีกระบวนการสร้างส่วนประสมทางการตลาดโดยเป็นการปรับเปลี่ยนปัจจัยหรือองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความจำเป็นของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้า เรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ผู้ให้บริการมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเรื่องของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านที่พักที่มีขนาดของห้องพักหลายขนาดให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม อุปกรณ์เครื่องใช้ในการอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีความทันสมัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดให้มีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการภายในห้องพัก เช่น ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เครื่องเป่าผม กาต้มน้ำร้อน เต้า ไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้เก็บยา เป็นต้น และมีการจัดแต่งที่พักรู้สึกผ่อนคลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ให้บริการสามารถตัดสินใจใช้บริการที่พักรอย่างพึงพอใจ

ด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับระดับของโรงแรม ราคาเหมาะสมกับห้องพัก มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี และมีราคาหลายที่หลากหลาย ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักรควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและบริการที่ผู้ให้บริการจะได้รับ รวมถึงมีราคาที่หลากหลายระดับ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถตัดสินใจใช้บริการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรมากที่สุด โดยเห็นว่าพนักงานมีกิริยาท่าทาง มารยาทที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีความรู้ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับที่พัก ให้แก่ลูกค้าได้ถูกต้อง ชัดเจน ไม่มีการปกปิดข้อมูล เช่น รายละเอียดของการจอง ห้องพัก อัตราค่าห้องพัก ฯลฯ ดังนั้น เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจทางผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษามาตรฐานนี้ไว้

ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษพบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการให้บริการตามลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง มาเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้บริการ มีขั้นตอนที่ง่ายและรวดเร็ว รวมไปถึงระยะเวลาในการให้บริการการลงทะเบียนเข้าใช้บริการห้องพักรวดเร็วไม่ทำให้ ลูกค้าเสียเวลา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแลเอาใจใส่ใน

ทุกขั้นตอนของการเข้าพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยั้งที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญเพื่อสร้างความประทับใจกับผู้ใช้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายนอกที่พัก มีการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพัก หน้าที่พักมีรายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อผู้ให้บริการห้องพักชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ หากมีปัญหาลูกค้าสามารถติดต่อผู้ให้บริการห้องพักได้ รูปแบบและสีสันทนของเครื่องแบบพนักงานมีความสุภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่พัก และสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้าของที่พักมีความโดดเด่นทำให้ลูกค้าจดจำง่าย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งสถานที่ให้ดูสวยงาม ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ การสร้างบรรยากาศให้ดูเป็นธรรมชาติ รู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้ใช้บริการ นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความสบายใจและเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น และสามารถนำมาพัฒนาการให้บริการที่ตรงใจผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ระหว่าง โรงแรมและรีสอร์ท ว่ามีการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างไร