

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษานำเสนอแนวทางการบริหารจัดการที่พักรีสอร์ท สำหรับการวิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งจะประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลและลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศหญิงจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.44 มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.44 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.34 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.18 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.51 มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก 2 วัน จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.21 มีคนร่วมเดินทางมาพักที่พักรีสอร์ท 4 - 6 คน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.66 มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่พักรีสอร์ทไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.95 สาเหตุที่เดินทางมาพักที่พักรีสอร์ท ความคุ้มค่าจากการพัก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84 ได้รับคำแนะนำจากญาติและคนรู้จัก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.21 ความเป็นธรรมชาติของที่พักรีสอร์ท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 อื่นๆ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.03 รายละเอียดตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลและลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลและลักษณะส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	160	41.56
หญิง	225	58.44
<b>อายุ</b>		
ไม่เกิน 30 ปี	225	58.44
31 – 40 ปี	109	28.31
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	51	13.25
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	77	20.00
ปริญญาตรี	245	63.64
สูงกว่าปริญญาตรี	63	16.36
<b>สถานภาพครอบครัว</b>		
โสด	275	71.43
สมรส/หย่าร้าง	110	28.57
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	64	16.62
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	18.96
พนักงานบริษัท	147	38.18
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	68	17.66
อื่นๆ	33	8.57
<b>รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 15,000 บาท	129	33.51
15,001 -20,000 บาท	90	23.38
20,001 -25,000 บาท	39	10.13
25,001 -30,000 บาท	34	8.83
มากกว่า 30,000 บาท	93	24.16
<b>ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก</b>		
1 วัน	108	28.05
2 วัน	201	52.21
3 วัน ขึ้นไป	76	19.74

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลและลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลและลักษณะส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน) (N =385)	ร้อยละ
<b>คนร่วมเดินทางมาพักที่รีสอร์ท</b>		
1 - 3 คน	44	11.43
4 - 6 คน	145	37.66
7 - 9 คน	71	18.44
4. มากกว่า 9 คน	125	32.47
<b>ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่รีสอร์ท</b>		
ไม่เกิน 3,000 บาท	200	51.95
3,001 - 6,000 บาท	131	34.03
6,001 - 9,000 บาท	23	5.97
9,001 - 12,000 บาท	7	1.82
มากกว่า 12,000 บาท	24	6.23
<b>สาเหตุที่เดินทางมาพักที่รีสอร์ท</b>		
ความคุ้มค่าจากการพัก	67	17.40
อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	138	35.84
ได้รับคำแนะนำจากญาติและคนรู้จัก	124	32.21
ความเป็นธรรมชาติของที่พัก	226	58.70
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบ	56	14.55
อื่นๆ	54	14.03
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

## ตอนที่ 2 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v}=3.85$ , S.D. =.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ทุกด้าน เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทมาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{v}=3.97$ , S.D. =.58) สำหรับการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ ( $\bar{v}=3.87$ , S.D. =.60) มาเป็นอันดับที่ 2 และ การรับรู้ถึงความต้องการ เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{v}=3.76$ , S.D. = .59) รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.76	.59	เห็นด้วย	5
2. การค้นหาข้อมูล	3.85	.64	เห็นด้วย	3
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.87	.60	เห็นด้วย	2
4. การตัดสินใจ	3.79	.60	เห็นด้วย	4
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท	3.97	.58	เห็นด้วย	1
รวม	3.85	.58	เห็นด้วย	

## 2.1 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทด้านการรับรู้ถึงความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = .59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ในเรื่องท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการหาประสบการณ์ในสถานที่ใหม่ๆ มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = .70) สำหรับ ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการหลบหนีความวุ่นวาย มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = .86) และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจในเรื่อง ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการพบเพื่อนใหม่ๆ เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.16$ , S.D. = 1.01) รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

**ตารางที่ 4.3** การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ

การรับรู้ถึงความต้องการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการหลบหนีความวุ่นวาย	3.94	.86	เห็นด้วย	2
2. ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการหาประสบการณ์ในสถานที่ใหม่ๆ	4.06	.70	เห็นด้วย	1
3. ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการพบเพื่อนใหม่ๆ	3.16	1.01	ไม่แน่ใจ	4
4. ท่านเลือกที่พักรีสอร์ทเนื่องจากต้องการแสวงหาที่พักในรูปแบบใหม่ๆ	3.89	.88	เห็นด้วย	3
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>.59</b>	<b>เห็นด้วย</b>	

## 2.2 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการค้นหาข้อมูล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการค้นหาข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ในเรื่องท่านมีการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของที่พักรีสอร์ท มาเป็นอันดับ 1 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{v} = 4.25$ , S.D. = .84) สำหรับ ท่านมีการหาข้อมูลโดยการโทรศัพท์สอบถามที่พักรีสอร์ท มาเป็นอันดับที่ 2 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.92$ , S.D. = .90) และท่านมีการสอบถามข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายที่พัก เป็นอันดับสุดท้าย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.48$ , S.D. = 1.03) รายละเอียดตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการค้นหาข้อมูล

การค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ท่านมีการสอบถามข้อมูลจากคนรู้จัก	3.81	.92	เห็นด้วย	3
2. ท่านมีการสอบถามข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายที่พัก	3.48	1.03	เห็นด้วย	5
3. ท่านมีการหาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.81	.97	เห็นด้วย	4
4. ท่านมีการหาข้อมูลโดยการโทรศัพท์สอบถามที่พักรีสอร์ท	3.92	.90	เห็นด้วย	2
5. ท่านมีการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของที่พักรีสอร์ท	4.25	.84	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
<b>รวม</b>	<b>3.85</b>	<b>.64</b>	<b>เห็นด้วย</b>	

### 2.3 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = .60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ทุกข้อ ในเรื่องท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของที่พักรีสอร์ทมาประกอบการตัดสินใจ มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = .81) สำหรับ ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากการปรึกษาคนรู้จัก เช่น เพื่อนๆและญาติมาประกอบการตัดสินใจ มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = .87) และ ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากตัวแทนจำหน่ายที่พักมาประกอบการตัดสินใจ เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = .93) รายละเอียดตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ

การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากการปรึกษาคนรู้จัก เช่น เพื่อนๆและญาติมาประกอบการตัดสินใจ	3.91	.87	เห็นด้วย	2
2. ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากตัวแทนจำหน่ายที่พักมาประกอบการตัดสินใจ	3.64	.93	เห็นด้วย	5
3. ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากสิ่งพิมพ์ต่างๆมาประกอบการตัดสินใจ	3.80	.86	เห็นด้วย	4
4. ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามที่พักรีสอร์ท มาประกอบการตัดสินใจ	3.90	.83	เห็นด้วย	3
5. ท่านมีการนำข้อมูลที่ได้จากการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของที่พักรีสอร์ทมาประกอบการตัดสินใจ	4.14	.81	เห็นด้วย	1
รวม	3.87	.60	เห็นด้วย	

#### 2.4 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = .60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ทุกข้อ ในเรื่องท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่ามาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = .81) สำหรับ ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากเชื่อมั่นในชื่อเสียงและการให้บริการของที่พักรีสอร์ท มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .87) และ ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากข้อมูลที่ได้จากตัวแทนจำหน่าย เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = .98) รายละเอียดตารางที่ 4.6

**ตารางที่ 4.6** การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการตัดสินใจ

การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า	4.23	.81	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
2. ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากข้อมูลที่ได้จากตัวแทนจำหน่าย	3.42	.98	เห็นด้วย	5
3. ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากคนรู้จัก เช่น เพื่อนๆและญาติแนะนำ	3.77	.92	เห็นด้วย	3
4. ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากเชื่อมั่นในชื่อเสียงและการให้บริการของที่พักรีสอร์ท	3.83	.87	เห็นด้วย	2
5. ท่านตัดสินใจเลือกที่พักเนื่องจากข้อมูลที่ได้จากสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.71	.91	เห็นด้วย	4
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>.60</b>	<b>เห็นด้วย</b>	

## 2.5 การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการประเมิน ภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ด้านการประเมินภายหลังการใช้ บริการที่พัก รีสอร์ท ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = .58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (มาก) ทุกข้อ ในเรื่องท่านมีความพึงพอใจต่อการ บริการที่ได้รับจากที่พัก มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = .61) สำหรับ ท่านมีความพึงพอใจต่อการ บริการที่ได้รับจากพนักงานของที่พัก มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = .64) และ ท่านจะกลับมา พักที่รีสอร์ทเดิมถ้าท่านมีโอกาสกลับมาอีก เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = .79) รายละเอียด ตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการประเมิน ภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

การประเมินภายหลังการใช้บริการที่ พัก รีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความ คิดเห็น	อันดับที่
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อห้องพัก ภายหลังที่ได้ใช้บริการ	3.98	.68	เห็นด้วย	3
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการ ที่ได้รับจากพนักงานของที่พัก	3.99	.64	เห็นด้วย	2
3. ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการ ที่ได้รับจากที่พัก	4.04	.61	เห็นด้วย	1
4. ท่านจะกลับมาพักที่รีสอร์ทเดิมถ้า ท่านมีโอกาสกลับมาอีก	3.92	.79	เห็นด้วย	6
5. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาพักที่รี สอร์ท	3.94	.79	เห็นด้วย	5
6. ท่านจะพาคนรู้จักมาพักที่ รีสอร์ท	3.95	.75	เห็นด้วย	4
รวม	3.97	.58	เห็นด้วย	

### ตอนที่ 3 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวมในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{v} = 4.03$ , S.D. = .57) สำหรับ บุคลากร มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{v} = 4.01$ , S.D. = .62) และ ช่องทางจัดจำหน่ายเป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{v} = 3.50$ , S.D. = .71) รายละเอียดตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ราคา	3.77	.58	เห็นด้วย	4
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.50	.71	เห็นด้วย	7
3. ผลิตภัณฑ์	3.71	.58	เห็นด้วย	5
4. การส่งเสริมการตลาด	3.66	.70	เห็นด้วย	6
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.03	.57	เห็นด้วย	1
6. บุคลากร	4.01	.62	เห็นด้วย	2
7. กระบวนการ	3.90	.62	เห็นด้วย	3
รวม	3.80	.47	เห็นด้วย	

### 3.1 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.77$ , S.D. = .58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับ มาเป็นอันดับ 1 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.93$ , S.D. = .72) สำหรับ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพของที่พัก มาเป็นอันดับที่ 2 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .75) และ ราคาห้องพักถูกกว่าที่พักอื่นที่อยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสุดท้าย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.53$ , S.D. = .82) รายละเอียดตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านราคา

ราคา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับ	3.93	.72	เห็นด้วย	1
2. ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	3.78	.76	เห็นด้วย	4
3. ราคาห้องพักมีให้ลูกค้าเลือกใช้บริการหลากหลาย	3.84	.75	เห็นด้วย	3
4. ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพของที่พัก	3.85	.75	เห็นด้วย	2
5. การกำหนดราคาห้องพักในโปรแกรมจัดนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.72	.79	เห็นด้วย	5
6. ราคาห้องพักถูกกว่าที่พักอื่นที่อยู่ใกล้เคียง	3.53	.82	เห็นด้วย	6
รวม	3.77	.58	เห็นด้วย	

### 3.2 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.50$ , S.D. = .71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการให้บริการจองผ่านเว็บไซต์ของที่พักที่พักรีสอร์ทโดยตรง มาเป็นอันดับ 1 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.72$ , S.D. = .87) สำหรับ มีการให้บริการจองผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ มาเป็นอันดับที่ 2 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.56$ , S.D. = .87) และ มีการให้บริการจองผ่านสำนักงานในกรุงเทพฯ เป็นอันดับสุดท้าย ระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ ( $\bar{v} = 3.36$ , S.D. = .90) รายละเอียดตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. มีการให้บริการจองผ่านบริษัททัวร์หรือตัวแทนจำหน่าย	3.43	.91	เห็นด้วย	5
2. มีการให้บริการจองผ่านเว็บไซต์ของที่พักที่พักรีสอร์ทโดยตรง	3.72	.87	เห็นด้วย	1
3. มีการให้บริการจองผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ	3.56	.87	เห็นด้วย	2
4. มีการให้บริการจองโดยการออกบูทในงานไทยเที่ยวไทย	3.44	.92	เห็นด้วย	4
5. มีการให้บริการจองผ่านสำนักงานในกรุงเทพฯ	3.36	.90	ไม่แน่ใจ	6
6. มีการให้บริการจองในจังหวัดเพชรบูรณ์	3.49	.88	เห็นด้วย	3
รวม	3.50	.71	เห็นด้วย	

### 3.3 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = .58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ห้องพักรู้สึกว่าเป็นระเบียบ สะอาดและสวยงาม มาเป็นอันดับ 1 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = .68) สำหรับ ห้องพักรู้สึกมีขนาดเหมาะสม มาเป็นอันดับที่ 2 ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = .65) และ ที่พักรีสอร์ทที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เป็นอันดับสุดท้าย ระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ ( $\bar{X} = 3.12$ , S.D. = 1.16) รายละเอียดตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ห้องพักรู้สึกว่าเป็นระเบียบ สะอาด และสวยงาม	3.95	.68	เห็นด้วย	1
2. ห้องพักรู้สึกมีขนาดเหมาะสม	3.94	.65	เห็นด้วย	2
3. ห้องพักรู้สึกมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	3.78	.79	เห็นด้วย	3
4. ห้องพักรู้สึกมีการติดตั้งระบบระบายอากาศ	3.73	.85	เห็นด้วย	5
5. ห้องพักรู้สึกมีการจัดการแบบประหยัดพลังงาน	3.74	.86	เห็นด้วย	4
6. ที่พักรีสอร์ทที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส	3.12	1.16	ไม่แน่ใจ	7
7. ที่พักรีสอร์ททอนูรักษ์สิ่งแวดล้อมและไม่รุกรานธรรมชาติ	3.74	.95	เห็นด้วย	6
รวม	3.71	.58	เห็นด้วย	

### 3.4 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.66$ , S.D. = .70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{v} = 3.86$ , S.D. = .76) สำหรับ ราคาห้องพักมีการปรับลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{v} = 3.75$ , S.D. = .81) และ มีกิจกรรมการสะสมแต้มแลกรับของรางวัล เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{v} = 3.51$ , S.D. = .97) รายละเอียดตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	3.86	.76	เห็นด้วย	1
2. ราคาห้องพักมีการปรับลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.75	.81	เห็นด้วย	2
3. มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	3.73	.84	เห็นด้วย	3
4. มีการมอบส่วนลดสำหรับการใช้บริการครั้งต่อไป	3.63	.95	เห็นด้วย	
5. มีการจัดกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่างๆ	3.69	.86	เห็นด้วย	4
6. มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษ	3.58	.96	เห็นด้วย	5
7. มีการมอบของที่ระลึกเมื่อเข้าพัก	3.56	1.01	เห็นด้วย	6
8. มีกิจกรรมการสะสมแต้มแลกรับของรางวัล	3.51	.97	เห็นด้วย	7
รวม	3.66	.70	เห็นด้วย	

### 3.5 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ทภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 4.03$ , S.D. = .57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ อาคารที่พักรีสอร์ทมองวิวภูเขาได้โดยรอบ มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{v} = 4.09$ , S.D. = .69) สำหรับ อาคารที่พักรีสอร์ทอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เดินทางได้สะดวก มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{v} = 4.09$ , S.D. = .72) และ อาคารที่พักรีสอร์ทมีการออกแบบอย่างสวยงามเป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{v} = 3.96$ , S.D. = .74) รายละเอียดตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท

ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความ คิดเห็น	อันดับที่
1. อาคารที่พักรีสอร์ทมีการออกแบบ อย่างสวยงาม	3.96	.74	เห็นด้วย	7
2. อาคารที่พักรีสอร์ทมีการผสมผสาน ระหว่างความเป็นท้องถิ่นและความ ทันสมัย	3.98	.73	เห็นด้วย	5
3. อาคารที่พักรีสอร์ทมีการใช้พื้นที่ได้ อย่างเต็มที่	3.97	.73	เห็นด้วย	6
4. อาคารที่พักรีสอร์ทมองวิวภูเขาได้ โดยรอบ	4.09	.69	เห็นด้วย	1
5. อาคารที่พักรีสอร์ทมีความเป็น ส่วนตัวเหมาะสมกับการพักผ่อน	4.07	.75	เห็นด้วย	4
6. อาคารที่พักรีสอร์ทมีส่วนช่วยในการ รักษาสภาพแวดล้อมโดยการไม่ปล่อย มลพิษลงสู่สภาพแวดล้อม	4.07	.76	เห็นด้วย	3
7. อาคารที่พักรีสอร์ทอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ เดินทางได้สะดวก	4.09	.72	เห็นด้วย	2
รวม	4.03	.57	เห็นด้วย	

### 3.6 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = .62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ พนักงานบริการลูกค้าด้วยมิตรไมตรี มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{X} = 4.13$  S.D. = .70) สำหรับ พนักงานบริการด้วยความเป็นกันเอง มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = .70) และ พนักงานแต่งกายชุดเครื่องแบบที่สะอาด เรียบร้อย เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = .81) รายละเอียดตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านบุคลากร

บุคลากร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. พนักงานบริการลูกค้าด้วยมิตรไมตรี	4.13	.71	เห็นด้วย	1
2. พนักงานบริการด้วยความเป็นกันเอง	4.12	.70	เห็นด้วย	2
3. พนักงานบริการอย่างเสมอภาคทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	3.91	.78	เห็นด้วย	5
4. พนักงานแต่งกายชุดเครื่องแบบที่สะอาด เรียบร้อย	3.90	.81	เห็นด้วย	6
5. พนักงานสามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดี	4.03	.73	เห็นด้วย	3
6. พนักงานบริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว	4.00	.76	เห็นด้วย	4
รวม	4.01	.62	เห็นด้วย	

### 3.7 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ในด้านกระบวนการภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{v} = 3.90$ , S.D. = .62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ การลงทะเบียนเข้าพักและออกห้องพักเป็นไปด้วยความรวดเร็ว มาเป็นอันดับ 1 ( $\bar{v} = 4.02$ , S.D. = .66) สำหรับ การคิดค่าบริการที่พักรวมไปอย่างถูกต้อง มาเป็นอันดับที่ 2 ( $\bar{v} = 4.01$ , S.D. = .69) และ การบริการอาหารจัดเตรียมได้อย่างสวยงามและอาหารอร่อย เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{v} = 3.82$ , S.D. = .82) รายละเอียดตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
ด้านกระบวนการ

กระบวนการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. การลงทะเบียนเข้าพักและออกห้องพักเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	4.02	.66	เห็นด้วย	1
2. การคิดค่าบริการที่พักรวมไปอย่างถูกต้อง	4.01	.69	เห็นด้วย	2
3. มีความพร้อมให้บริการ 24 ชั่วโมง	3.86	.77	เห็นด้วย	3
4. การบริการอาหารจัดเตรียมได้อย่างสวยงามและอาหารอร่อย	3.82	.82	เห็นด้วย	6
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.85	.85	เห็นด้วย	5
6. มีการจัดพนักงานรักษาความปลอดภัยทำให้มีความรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	3.86	.86	เห็นด้วย	4
รวม	3.90	.62	เห็นด้วย	

### ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทที่แตกต่าง สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : คุณลักษณะส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีผลต่อทัศนคติการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : คุณลักษณะส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทแตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานแบ่งเป็นการทดสอบแบบ t-test และ F-test ขึ้นอยู่กับประชากรของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับประชากรที่มีน้อยกว่าสองกลุ่มจะใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานและ ถ้ามีมากกว่าสองกลุ่มจะใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

1. การทดสอบสมมติฐานที่มีกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับสองกลุ่มใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าความแปรปรวนทางสถิติที่ได้จากคำนวณ t -test น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

2. การทดสอบสมมติฐานที่มีกลุ่มมากกว่าสองกลุ่มใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนทางสถิติค่าความจะเป็น (P-Value.) น้อยกว่า .05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 1. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท

จากค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ดังตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = .49) นักท่องเที่ยวหญิงมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = .42)

สำหรับ การวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศพบว่าค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .279 ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวแสดงถึงการยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานรายด้าน พบว่าค่าความน่าจะเป็น (p.) ของการรับรู้ถึงความต้องการ เท่ากับ .846 ค่าความน่าจะเป็น (p.) ของการค้นหาข้อมูลเท่ากับ .015 ค่าความน่าจะเป็น (p.) ของการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ เท่ากับ .128 ค่าความน่าจะเป็น (p.) ของการตัดสินใจเท่ากับ .632 ค่าความน่าจะเป็น (p.) ของการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท เท่ากับ .397

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจ และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน

ส่วน ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การค้นหาข้อมูลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายละเอียดดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	ชาย (n = 160)		หญิง (n = 225)		t	P- Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.75	.62	3.76	.57	.17	.846
2. การค้นหาข้อมูล	3.75	.72	3.92	.57	8.44*	.015
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.81	.64	3.91	.56	1.93	.128
4. การตัดสินใจ	3.77	.61	3.80	.59	.29	.632
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	4.00	.57	3.94	.59	.02	.397
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.49</b>	<b>3.87</b>	<b>.42</b>	<b>1.86</b>	<b>.279</b>

## 2. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างอายุกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามอายุกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{y} = 3.84$ , S.D. = .44) นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 31 - 40 ปี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{y} = 3.84$ , S.D. = .50) นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{y} = 3.89$ , S.D. = .41) รายละเอียดตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามอายุกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	ไม่เกิน 30 ปี (n = 225)		31 - 40 ปี (n = 109)		มากกว่า 40 ปี (n = 51)	
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.73	.61	3.79	.56	3.79	.54
2. การค้นหาข้อมูล	3.84	.65	3.85	.67	3.87	.54
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.84	.59	3.88	.64	3.99	.51
4. การตัดสินใจ	3.78	.60	3.74	.67	3.91	.47
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	3.98	.55	3.96	.63	3.92	.58
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>.44</b>	<b>3.84</b>	<b>.50</b>	<b>3.89</b>	<b>.41</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ค่า

ความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .711 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .673 .975 .253 .270 และ .760 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.18

**ตารางที่ 4.18** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P- Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	.28	2	.14	.39	.673
	ภายในกลุ่ม	135.54	382	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	.02	2	.01	.02	.975
	ภายในกลุ่ม	160.63	382	.42		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการ ตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	.99	2	.49	1.37	.253
	ภายในกลุ่ม	138.13	382	.36		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจเลือก	ระหว่างกลุ่ม	.96	2	.48	1.31	.270
	ภายในกลุ่ม	140.61	382	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลัง การใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.18	2	.09	.27	.760
	ภายในกลุ่ม	129.94	382	.34		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.14	2	.07	.34	.711
	ภายในกลุ่ม	80.71	382	.21		
	รวม	80.85	384			

### 3. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.93$ , S.D. = .38) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.86$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.69$ , S.D. = .49) รายละเอียดตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 77)		ปริญญาตรี (n = 245)		สูงกว่าปริญญาตรี (n = 63)	
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.85	.47	3.77	.61	3.60	.61
2. การค้นหาข้อมูล	3.89	.54	3.87	.64	3.72	.77
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.98	.47	3.87	.59	3.74	.72
4. การตัดสินใจ	3.95	.47	3.78	.62	3.61	.62
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท	3.97	.54	4.02	.57	3.76	.63
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.93</b>	<b>.38</b>	<b>3.86</b>	<b>.46</b>	<b>3.69</b>	<b>.49</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .006

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .048 .204 .070 .005 และ .009 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือก ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ ไม่แตกต่างกัน

ส่วน การรับรู้ถึงความต้องการ การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท และ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท และ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.20

**ตารางที่ 4.20** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	2.14	2	1.07	3.06*	.048
	ภายในกลุ่ม	133.67	382	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	1.33	2	.66	1.59	.204
	ภายในกลุ่ม	159.32	382	.41		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.91	2	.96	2.67	.070
	ภายในกลุ่ม	137.21	382	.35		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.89	2	1.94	5.40**	.005
	ภายในกลุ่ม	137.68	382	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	3.16	2	1.58	4.75**	.009*
	ภายในกลุ่ม	126.96	382	.33		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.12	2	1.06	5.14**	.006*
	ภายในกลุ่ม	78.73	382	.20		
	รวม	80.85	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

จากตารางที่ 4.20 การรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least



ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .17

สำหรับ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .20 รายละเอียดตารางที่ 4.21

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ด้านการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .25 รายละเอียดตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท		$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
การรับรู้ถึงความต้องการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	3.85	-	.07 (.31)	.24** (.01)
	ปริญญาตรี	3.77		-	.16* (.04)
	สูงกว่า ปริญญาตรี	3.60			-
การตัดสินใจ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	3.95	-	.16* (.03)	.33** (.00)
	ปริญญาตรี	3.78		-	.17* (.04)
	สูงกว่า ปริญญาตรี	3.61			-
การประเมินภายหลังการใช้ บริการที่พักรีสอร์ท	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	3.97	-	.04 (.51)	.20* (.04)
	ปริญญาตรี	4.02		-	.25** (.00)
	สูงกว่า ปริญญาตรี	3.76			-

#### 4. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างสถานภาพครอบครัวการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามสถานภาพครอบครัวกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวโสด การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{X} = 3.84, S.D. = .46$ ) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวสมรส/หย่าร้าง การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{X} = 3.86, S.D. = .43$ )

การวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างระหว่างสถานภาพครอบครัวกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจำแนกตามเพศพบว่าค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .741

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยพิจารณาในรายด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .641 การค้นหาข้อมูล ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .804 การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .159 การตัดสินใจเลือก ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .683 การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .183

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ที่มีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่จำแนกตามสถานภาพครอบครัว

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	โสด (n = 275)		สมรส/หย่าร้าง (n = 110)		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.75	.59	3.78	.59	1.02	.641
2. การค้นหาข้อมูล	3.84	.65	3.86	.62	1.52	.804
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.84	.62	3.94	.54	1.23	.159
4. การตัดสินใจ	3.78	.61	3.81	.58	1.36	.683
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	3.99	.58	3.90	.56	.40	.183
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>.46</b>	<b>3.86</b>	<b>.43</b>	<b>1.58</b>	<b>.741</b>

#### 5. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.82$ , S.D. = .45) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.83$ , S.D. = .45) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .48) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.83$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.93$ , S.D. = .32) รายละเอียดตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือก ที่พัก รีสอร์ท	นักเรียน/ นักศึกษา ( n = 64 )		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ( n = 73 )		พนักงาน บริษัท ( n = 147 )		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย ( n = 68 )		อื่นๆ ( n = 33 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.73	.59	3.77	.60	3.77	.60	3.70	.58	3.83	.57
2. การค้นหาข้อมูล	3.74	.76	3.89	.61	3.86	.65	3.85	.61	3.92	.52
3. การประเมินผล ข้อมูล/แหล่งข้อมูล ที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.79	.65	3.89	.65	3.88	.58	3.87	.57	3.93	.47
4. การตัดสินใจ	3.81	.53	3.68	.61	3.80	.65	3.77	.60	3.97	.46
5. การประเมิน ภายหลังการใช้ บริการที่พัก รีสอร์ท	4.01	.50	3.95	.59	3.95	.60	3.96	.64	4.01	.58
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.45</b>	<b>3.83</b>	<b>.45</b>	<b>3.85</b>	<b>.48</b>	<b>3.83</b>	<b>.46</b>	<b>3.93</b>	<b>.32</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .809

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .854 .653 .806 .225 และ .938 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกที่ และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ

กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	.47	4	.12	.33	.854
	ภายในกลุ่ม	135.34	380	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	1.03	4	.25	.61	.653
	ภายในกลุ่ม	159.63	380	.42		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	.58	4	.14	.40	.806
	ภายในกลุ่ม	138.54	380	.36		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจเลือก	ระหว่างกลุ่ม	2.09	4	.52	1.42	.225
	ภายในกลุ่ม	139.48	380	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.27	4	.06	.20	.938
	ภายในกลุ่ม	129.85	380	.34		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.33	4	.08	.40	.809
	ภายในกลุ่ม	80.52	380	.21		
	รวม	80.85	384			

## 6. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างรายได้ส่วนบุคคลต่อเนื่องกับการตัดสินใจเลือกที่พัก

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกรายได้ส่วนบุคคลต่อเนื่องกับการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.84$ , S.D. = .41) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.90$ , S.D. = .47) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001 -25,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.94$ , S.D. = .43) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 -30,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.65$ , S.D. = .50) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.83$ , S.D. = .48) รายละเอียดตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเนื่องกับการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท

การตัดสินใจเลือก ที่พักที่พักรีสอร์ท	ไม่เกิน 15,000 บาท ( n = 129 )		15,001 - 20,000 บาท ( n = 90 )		20,001 - 25,000 บาท ( n = 39 )		25,001 - 30,000 บาท ( n = 34 )		มากกว่า 30,000 บาท ( n = 93 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การรับรู้ถึง ความต้องการ	3.80	.52	3.86	.58	3.67	.74	3.61	.61	3.79	.59
2. การค้นหา ข้อมูล	3.85	.66	3.86	.62	3.97	.59	3.70	.71	3.84	.64
3. การประเมินผล ข้อมูล/ แหล่งข้อมูลที่ใช้ใน การตัดสินใจ	3.84	.59	3.88	.59	4.08	.54	3.70	.68	3.88	.58
4. การตัดสินใจ	3.78	.53	3.86	.61	3.86	.53	3.57	.62	3.77	.70
5. การประเมิน ภายหลังการใช้ บริการที่พัก ที่พักรีสอร์ท	3.94	.49	4.04	.58	4.11	.54	3.68	.68	3.96	.64
ภาพรวม	3.84	.41	3.90	.47	3.94	.43	3.65	.50	3.83	.48

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .059

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .112 .536 .083 .177 และ .013 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การไม่แตกต่างกัน

ส่วน การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	2.64	4	.66	1.88	.112
	ภายในกลุ่ม	133.17	380	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	1.31	4	.32	.78	.536
	ภายในกลุ่ม	159.34	380	.41		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.98	4	.74	2.08	.083
	ภายในกลุ่ม	136.15	380	.35		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจเลือก	ระหว่างกลุ่ม	2.32	4	.58	1.58	.177
	ภายในกลุ่ม	139.25	380	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	4.23	4	1.05	3.19	.013*
	ภายในกลุ่ม	125.89	380	.33		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.90	4	.47	2.29	.059
	ภายในกลุ่ม	78.95	380	.20		
	รวม	80.85	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4.26 การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทที่แตกต่างกันที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท กับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่



ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท		$\bar{X}$	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
การประเมินภายหลังการ ใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	ไม่เกิน 15,000 บาท	3.94	-	.09 (.22)	.16 (.11)	.26** (.01)	.01 (.79)
	15,001 - 20,000 บาท	4.04		-	.06 (.53)	.36** (.00)	.07 (.36)
	20,001 - 25,000 บาท	4.11			-	.43** (.00)	.14 (.18)
	25,001 - 30,000 บาท	3.68				-	.28** (.01)
	30,000 บาท						
	มากกว่า 30,000 บาท	3.96					-
	รวม	3.97					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

#### 7. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างระยะเวลาในการใช้บริการที่พักกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก 1 วัน การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก 2 วัน การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .42) นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก 3 วันขึ้นไป การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.90$ , S.D. = .53) รายละเอียดตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	1 วัน ( n = 108 )		2 วัน ( n = 201 )		3 วัน ขึ้นไป ( n = 76 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.71	.53	3.78	.59	3.77	.66
2. การค้นหาข้อมูล	3.82	.65	3.85	.63	3.88	.67
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.70	.59	3.81	.56	3.84	.71
4. การตัดสินใจ	3.70	.59	3.81	.56	3.84	.71
5. การประเมินภายหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท	3.91	.55	3.95	.56	4.08	.65
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.46</b>	<b>3.85</b>	<b>.42</b>	<b>3.90</b>	<b>.53</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรับการตัดสินใจแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .327

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรับการตัดสินใจแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท ดังต่อไปนี้ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .605 .832 .699 .230 และ .131 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรับการตัดสินใจแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท และ การประเมินภายหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.29

**ตารางที่ 4.29** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก

กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	.35	2	.17	.50	.605
	ภายในกลุ่ม	135.46	382	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	.15	2	.07	.18	.832
	ภายในกลุ่ม	160.50	382	.42		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	.26	2	.13	.35	.699
	ภายในกลุ่ม	138.87	382	.36		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจเลือก	ระหว่างกลุ่ม	1.08	2	.54	1.47	.230
	ภายในกลุ่ม	140.49	382	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	1.37	2	.68	2.04	.131
	ภายในกลุ่ม	128.75	382	.33		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.47	2	.23	1.12	.327
	ภายในกลุ่ม	80.38	382	.21		
	รวม	80.85	384			

#### 8. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 – 3 คน การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.89$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.86$ , S.D. = .42) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 7 – 9 คน การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .44) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน การตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .50) รายละเอียดตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท	1 - 3 คน ( n = 44 )		4 - 6 คน ( n = 145 )		7 - 9 คน ( n = 71 )		มากกว่า 9 คน ( n = 125 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	3.75	.53	3.79	.56	3.73	.65	3.74	.61
2. การค้นหาข้อมูล	3.90	.65	3.89	.60	3.90	.58	3.75	.72
3. การประเมินผลข้อมูล/ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	3.95	.62	3.84	.56	3.87	.63	3.87	.62
4. การตัดสินใจ	3.85	.54	3.80	.55	3.80	.63	3.75	.67
5. การประเมินภายหลังการใช้ บริการที่พัก รีสอร์ท	3.99	.61	3.98	.57	3.97	.56	3.93	.58
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.89</b>	<b>.46</b>	<b>3.86</b>	<b>.42</b>	<b>3.85</b>	<b>.44</b>	<b>3.81</b>	<b>.50</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .723

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .891 .229 .751 .792 และ .898 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.31

**ตารางที่ 4.31** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจำแนกตามจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก

กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	.22	3	.07	.207	.891
	ภายในกลุ่ม	135.60	381	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	1.80	3	.60	1.447	.229
	ภายในกลุ่ม	158.85	381	.41		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	.44	3	.14	.403	.751
	ภายในกลุ่ม	138.69	381	.36		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจเลือก	ระหว่างกลุ่ม	.38	3	.12	.346	.792
	ภายในกลุ่ม	141.19	381	.37		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.20	3	.06	.198	.898
	ภายในกลุ่ม	129.92	381	.34		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.28	3	.09	.442	.723
	ภายในกลุ่ม	80.57	381	.21		
	รวม	80.85	384			

#### 9. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักไม่เกิน 3,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .58) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.86$ , S.D. = .37) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 4.08$ , S.D. = .35) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 9,001 – 12,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.95$ , S.D. = .64) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.84$ , S.D. = .58) รายละเอียดตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือก ที่พัก	ไม่เกิน 3,000 บาท ( n = 200 )		3,001 – 6,000 บาท ( n = 131 )		6,001 – 9,000 บาท ( n = 23 )		9,001 – 12,000 บาท ( n = 7 )		มากกว่า 12,000 บาท ( n = 24 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	1. การรับรู้ถึง ความต้องการ	3.74	.57	3.76	.52	3.88	.66	3.67	.81	3.79
2. การค้นหา ข้อมูล	3.77	.69	3.91	.54	4.16	.53	3.74	1.14	3.89	.57
3. การประเมินผล ข้อมูล/ แหล่งข้อมูลที่ใช้ใน การตัดสินใจ	3.80	.66	3.90	.46	4.22	.44	4.31	.75	3.85	.69
4. การตัดสินใจ	3.78	.61	3.76	.54	4.06	.41	4.17	.62	3.60	.90
5. การประเมิน ภายหลังการใช้ บริการที่พัก รีสอร์ท	3.94	.57	3.96	.57	4.10	.51	3.85	.74	4.09	.67
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.58</b>	<b>3.86</b>	<b>.37</b>	<b>4.08</b>	<b>.35</b>	<b>3.95</b>	<b>.64</b>	<b>3.84</b>	<b>.58</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .090

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .861 .044 .005 .046 และ .575 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการ และการประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า

นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การรับรู้ถึงความ ต้องการ และ การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทไม่แตกต่างกัน

ส่วน การค้นหาข้อมูล การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจและการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันการตัดสินใจเลือก การค้นหาข้อมูล การประเมินผล ข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจและการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ที่แตกต่างกัน รายละเอียด ตารางที่ 4.33

**ตารางที่ 4.33** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทจำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการเข้าพัก

กระบวนการตัดสินใจ เลือกที่พัก รีสอร์ท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P- Value.
1. การรับรู้ถึงความ ต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	.46	4	.11	.325	.861
	ภายในกลุ่ม	135.36	380	.35		
	รวม	135.82	384			
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	4.07	4	1.01	2.472*	.044
	ภายในกลุ่ม	156.58	380	.41		
	รวม	160.66	384			
3. การประเมินผล ข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ ในการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	5.29	4	1.32	3.761**	.005
	ภายในกลุ่ม	133.83	380	.35		
	รวม	139.13	384			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.55	4	.88	2.446*	.046
	ภายในกลุ่ม	138.02	380	.36		
	รวม	141.58	384			
5. การประเมินภายหลัง การใช้บริการที่พัก รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.98	4	.24	.726	.575
	ภายในกลุ่ม	129.14	380	.34		
	รวม	130.12	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.69	4	.42	2.030	.090
	ภายในกลุ่ม	79.16	380	.20		
	รวม	80.85	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32

นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มากกว่า 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .36 รายละเอียดตารางที่ 4.30

จากตารางที่ 4.33 การตัดสินใจที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การตัดสินใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักไม่เกิน 3,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักไม่เกิน 3,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักไม่เกิน 3,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .27

นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พัก

รีสอร์ท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มากกว่า 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .45

นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 9,001 – 12,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 9,001 – 12,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 9,001 – 12,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มากกว่า 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .56

รายละเอียดตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันต่อ การตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท

การตัดสินใจเลือกที่ พักรีสอร์ท		$\bar{X}$	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001 - 6,000 บาท	6,001 - 9,000 บาท	9,001 - 12,000 บาท	มากกว่า 12,000 บาท
การค้นหาข้อมูล	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.77	-	.13* (.05)	.39** (.00)	.03 (.89)	.11 (.40)
	3,001 – 6,000 บาท	3.91		-	.25 (.08)	.17 (.49)	.02 (.87)
	6,001 – 9,000 บาท	4.16			-	.42 (.12)	.27 (.14)
	9,001 – 12,000 บาท	3.74				-	.14 (.59)
	มากกว่า 12,000 บาท	3.89					-
การประเมินผลข้อมูล/ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการ ตัดสินใจ	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.80	-	.09 (.14)	.42** (.00)	.51* (.02)	.05 (.67)
	3,001 – 6,000 บาท	3.90		-	.32** (.01)	.41 (.07)	.04 (.73)
	6,001 – 9,000 บาท	4.22			-	.08 (.73)	.36* (.03)
	9,001 – 12,000 บาท	4.31				-	.45 (.07)
	มากกว่า 12,000 บาท	3.85					-
การตัดสินใจ	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.78	-	.01 (.80)	.27* (.03)	.38 (.09)	.17 (.17)
	3,001 – 6,000 บาท	3.76		-	.29* (.03)	.40 (.08)	.16 (.22)
	6,001 – 9,000 บาท	4.06			-	.11 (.67)	.45* (.01)
	9,001 – 12,000 บาท	4.17				-	.56* (.03)
	มากกว่า 12,000 บาท	3.60					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทแตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : คุณลักษณะส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : คุณลักษณะส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการที่พัก จำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทแตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานแบ่งเป็นการทดสอบแบบ t-test และ F-test ขึ้นอยู่กับประชากรของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับประชากรที่มีน้อยกว่าสองกลุ่มจะใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานและ ถ้ามีมากกว่าสองกลุ่มจะใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

1. การทดสอบสมมติฐานที่มีกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับสองกลุ่มใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าความแปรปรวนทางสถิติที่ได้จากคำนวณ t -test น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) จะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

2. การทดสอบสมมติฐานที่มีกลุ่มมากกว่าสองกลุ่มใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนทางสถิติค่าความจะเป็น (P-Value.) น้อยกว่า .05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 1. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างเพศกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามเพศกับการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่าเพศชายมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .49) นักร้องเที่ยวเพศหญิงมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.87$ , S.D. = .45)

สำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างระหว่างเพศกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าในภาพรวมการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจำแนกตามเพศพบว่าค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .517

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักร้องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยพิจารณาในรายด้าน ได้แก่ ราคา ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .254 ช่องทางจัดจำหน่าย ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .812 ผลิตภัณฑ์ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .259 การส่งเสริมการตลาด ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .442 ลักษณะทางกายภาพของที่พักที่พักรีสอร์ท ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .400 บุคลากร ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .438 กระบวนการ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .426

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักที่พักรีสอร์ท บุคลากร กระบวนการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.35

**ตารางที่ 4.35** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート  
จำแนกตามเพศ

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート	ชาย ( n = 160 )		หญิง ( n = 225 )		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ราคา	3.81	.55	3.74	.60	1.00	.254
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.49	.77	3.50	.66	3.99	.812
3. ผลิตภัณฑ์	3.75	.60	3.68	.57	1.79	.259
4. การส่งเสริมการตลาด	3.69	.70	3.64	.70	.13	.442
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีゾート	4.06	.55	4.01	.58	.37	.400
6. บุคลากร	4.04	.64	3.99	.61	1.78	.438
7. กระบวนการ	3.87	.68	3.92	.57	7.01	.426
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.49</b>	<b>3.87</b>	<b>.45</b>	<b>3.76</b>	<b>.517</b>

## 2. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างอายุกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามอายุกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีゾート ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾートภาพรวม ( $\bar{v} = 3.82$ , S.D. = .44) นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 31 - 40 ปี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾートภาพรวม ( $\bar{v} = 3.77$ , S.D. = .48) นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾートภาพรวม ( $\bar{v} = 3.75$ , S.D. = .55) รายละเอียดตารางที่ 4.36

**ตารางที่ 4.36** ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามอายุกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート	ไม่เกิน 30 ปี ( n = 225 )		31 - 40 ปี ( n = 109 )		มากกว่า 40 ปี ( n = 51 )	
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.
1. ราคา	3.88	.50	3.61	.67	3.65	.61
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.49	.72	3.47	.72	3.61	.61
3. ผลิตภัณฑ์	3.79	.53	3.60	.62	3.62	.66
4. การส่งเสริมการตลาด	3.62	.66	3.77	.68	3.58	.85
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีゾート	4.04	.55	4.05	.59	3.91	.63
6. บุคลากร	4.03	.61	4.00	.65	3.96	.59
7. กระบวนการ	3.91	.60	3.88	.62	3.88	.69
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.44</b>	<b>3.77</b>	<b>.48</b>	<b>3.75</b>	<b>.55</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .487

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลិតภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .000 .450 .012 .133 .462 .768 และ .888 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วน ราคา ผลิตภัณฑ์ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท จำแนกตามอายุ

การจัดการส่วนประสม ทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P- Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.98	2	2.99	9.15**	.000
	ภายในกลุ่ม	124.83	382	.32		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.81	2	.40	.80	.450
	ภายในกลุ่ม	194.04	382	.50		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.00	2	1.50	4.43	.012*
	ภายในกลุ่ม	129.38	382	.33		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.99	2	.99	2.02	.133
	ภายในกลุ่ม	187.65	382	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพ ของที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.51	2	.25	.77	.462
	ภายในกลุ่ม	126.86	382	.33		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.20	2	.10	.26	.768
	ภายในกลุ่ม	149.96	382	.39		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.09	2	.04	.11	.888
	ภายในกลุ่ม	149.21	382	.39		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.32	2	.16	.72	.487
	ภายในกลุ่ม	86.25	382	.22		
	รวม	86.57	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4.37 ราคาที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านราคาที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี กับคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านราคา น้อยกว่าคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .26

จากตารางที่ 4.33 ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี กับคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่าคนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .18 รายละเอียดตารางที่ 4.38

**ตารางที่ 4.38** ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท		$\bar{X}$	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
ราคา	ไม่เกิน 30 ปี	3.88	-	.26** (.00)	.22 (.11)
	31 – 40 ปี	3.61		-	.03 (.70)
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.65			-
ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 30 ปี	3.79	-	.18** (.00)	.16 (.06)
	31 – 40 ปี	3.60		-	.19 (.84)
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.62			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

### 3. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างระดับการศึกษาต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามระดับการศึกษาต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.84$ , S.D. = .36) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.82$ , S.D. = .47) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.63$ , S.D. = .56) รายละเอียดตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามระดับการศึกษากับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ( n = 77 )		ปริญญาตรี ( n = 245 )		สูงกว่า ปริญญาตรี ( n = 63 )	
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.
1. ราคา	3.76	.43	3.81	.58	3.63	.71
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.67	.65	3.49	.71	3.33	.72
3. ผลิตภัณฑ์	3.80	.39	3.75	.59	3.47	.69
4. การส่งเสริมการตลาด	3.74	.46	3.68	.74	3.49	.76
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	3.99	.48	4.08	.54	3.85	.73
6. บุคลากร	3.98	.48	4.05	.64	3.90	.67
7. กระบวนการ	3.95	.50	3.91	.63	3.77	.70
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>.36</b>	<b>3.82</b>	<b>.47</b>	<b>3.63</b>	<b>.56</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .011

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .083 .016 .001 .089 .012 .228 และ .185 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกระบวนการยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วน ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.69	2	.84	2.51	.083
	ภายในกลุ่ม	129.11	382	.33		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.19	2	2.09	4.20	.016
	ภายในกลุ่ม	190.66	382	.49		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.69	2	2.34	7.01**	.001
	ภายในกลุ่ม	127.69	382	.33		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.39	2	1.19	2.43	.089
	ภายในกลุ่ม	187.26	382	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	2.91	2	1.45	4.47*	.012
	ภายในกลุ่ม	124.45	382	.32		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.15	2	.57	1.48	.228
	ภายในกลุ่ม	149.01	382	.39		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.31	2	.65	1.69	.185
	ภายในกลุ่ม	147.99	382	.38		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.03	2	1.017	4.59*	.011
	ภายในกลุ่ม	84.54	382	.221		
	รวม	86.57	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4.40 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า



รีสอร์ทที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ต น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23 รายละเอียดตารางที่ 4.41

**ตารางที่ 4.41** ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท		$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ช่องทางจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.67	-	.18* (.04)	.34** (.00)
	ปริญญาตรี	3.49		-	.15 (.11)
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.33			-
ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.80	-	.05 (.45)	.33** (.00)
	ปริญญาตรี	3.75		-	.27** (.00)
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.47			-
ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ต	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.99	-	.09 (.22)	.14 (.13)
	ปริญญาตรี	4.08		-	.23** (.00)
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.85			-

#### 4. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างสถานภาพครอบครัวกับการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามสถานภาพครอบครัวกับการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวโสด การจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .48) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวสมรส/หย่าร้างมีการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.78$ , S.D. = .45)

การวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างระหว่างเพศกับการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ทจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ทจำแนกตามสถานภาพพบว่าค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .580

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีการจัดการสวนประสมทางการตลาดที่ฟักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยพิจารณาในรายด้าน ได้แก่ ราคา ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .034 ช่องทางจัดจำหน่าย ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .588 ผลិតภัณฑ์ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .653 การส่งเสริมการตลาด ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .289 ลักษณะทางกายภาพของที่ฟักรีสอร์ท ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .908 บุคลากร ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .119 และกระบวนการ ค่าความน่าจะเป็น (p.) มีค่าเท่ากับ .364

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่ฟักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่ฟักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่ฟักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วน ราคา พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายละเอียดตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท  
จำแนกตามสถานภาพ

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	โสด ( n = 275 )		สมรส/หย่าร้าง ( n = 110 )		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ราคา	3.81	.56	3.67	.62	1.09	.034*
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.48	.71	3.53	.71	.10	.588
3. ผลิตภัณฑ์	3.72	.59	3.69	.57	.01	.653
4. การส่งเสริมการตลาด	3.64	.70	3.72	.68	.55	.289
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.03	.58	4.03	.54	.85	.908
6. บุคลากร	4.04	.63	3.93	.59	3.85	.119
7. กระบวนการ	3.92	.61	3.85	.63	.00	.364
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.48</b>	<b>3.78</b>	<b>.45</b>	<b>.59</b>	<b>.580</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

#### 5. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างอาชีพกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างอาชีพที่มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .48) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.71$ , S.D. = .47) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .51) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.90$ , S.D. = .41) รายละเอียดตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วน ประสมทาง การตลาดที่พักรีสอร์ท	นักเรียน/ นักศึกษา ( n = 64 )		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ( n = 73 )		พนักงาน บริษัท ( n = 147 )		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย ( n = 68 )		อื่นๆ ( n = 33 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ราคา	3.94	.52	3.57	.70	3.76	.55	3.80	.57	3.88	.57
2. ช่องทางจัด จำหน่าย	3.40	.84	3.41	.66	3.48	.66	3.62	.77	3.70	.57
3. ผลិតภัณฑ์	3.84	.54	3.62	.63	3.69	.58	3.63	.58	3.93	.46
4. การส่งเสริม การตลาด	3.60	.61	3.69	.66	3.69	.66	3.69	.76	3.77	.52
5. ลักษณะทาง กายภาพของที่พักรีสอร์ท	3.99	.53	4.05	.58	4.06	.57	3.97	.63	4.03	.52
6. บุคลากร	4.01	.70	3.94	.59	4.06	.60	3.99	.66	4.00	.56
7. กระบวนการ	3.88	.70	3.81	.57	3.94	.61	3.88	.65	3.99	.54
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.48</b>	<b>3.71</b>	<b>.47</b>	<b>3.81</b>	<b>.46</b>	<b>3.80</b>	<b>.51</b>	<b>3.90</b>	<b>.41</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .376

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .003 .128 .027 .563 .844 .752 และ .563 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วน ราคา ผลผลิตภัณฑ์ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ผลผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.44

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.33	4	1.33	4.04**	.003
	ภายในกลุ่ม	125.47	380	.33		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.62	4	.90	1.79	.128
	ภายในกลุ่ม	191.24	380	.50		
	รวม	194.85	384			
3. ผลผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.76	4	.94	2.78*	.027
	ภายในกลุ่ม	128.62	380	.33		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.47	4	.36	.74	.563
	ภายในกลุ่ม	188.18	380	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.46	4	.11	.35	.844
	ภายในกลุ่ม	126.90	380	.33		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.75	4	.18	.47	.752
	ภายในกลุ่ม	149.42	380	.39		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.15	4	.29	.743	.563
	ภายในกลุ่ม	148.15	380	.39		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.95	4	.23	1.06	.376
	ภายในกลุ่ม	85.62	380	.22		
	รวม	86.57	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



ด้านราคา น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31

จากตารางที่ 4.44 ด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .02 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .22

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .20

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .30

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับพนักงานบริษัทกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขายกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขายแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขายมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29 รายละเอียดตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท		X	นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	อื่นๆ
ราคา	นักเรียน/นักศึกษา	3.94	-	.37** (.00)	.18* (.03)	.14 (.15)	.05 (.64)
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.57		-	.19* (.02)	.23** (.01)	.31** (.00)
	พนักงานบริษัท	3.76			-	.04 (.62)	.12 (.25)
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.80				-	.08 (.48)
	อื่นๆ	3.88					-
	ผลัดกัน						
ผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา	3.84	-	.22* (.02)	.15 (.07)	.20* (.03)	.08 (.50)
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.62		-	.07 (.39)	.01 (.86)	.30** (.01)
	พนักงานบริษัท	3.69			-	.05 (.52)	.23* (.03)
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.63				-	.29** (.01)
	อื่นๆ	3.93					-
	ผลัดกัน						

#### 6. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานจำแนกตามอาชีพที่มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.78$ , S.D. = .42) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.84$ , S.D. = .45) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001 -25,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.88$ , S.D. = .39) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 -30,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.57$ , S.D. = .41) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.81$ , S.D. = .58) รายละเอียดตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	ไม่เกิน 15,000 บาท ( n = 129 )		15,001 - 20,000 บาท ( n = 90 )		20,001 - 25,000 บาท ( n = 39 )		25,001 - 30,000 บาท ( n = 34 )		มากกว่า 30,000 บาท ( n = 93 )	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ราคา	3.81	.47	3.77	.66	3.85	.53	3.69	.59	3.70	.65
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.49	.68	3.57	.75	3.56	.65	3.42	.53	3.44	.78
3. ผลิตภัณฑ์	3.75	.50	3.76	.51	3.90	.49	3.45	.49	3.63	.76
4. การส่งเสริมการตลาด	3.61	.65	3.78	.68	3.69	.57	3.38	.62	3.69	.83
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.02	.53	4.04	.53	4.12	.47	3.85	.59	4.06	.68
6. บุคลากร	3.94	.60	4.08	.57	4.07	.57	3.66	.76	4.15	.62
7. กระบวนการ	3.87	.58	3.91	.59	4.00	.54	3.55	.57	4.00	.70
ภาพรวม	3.78	.42	3.84	.45	3.88	.39	3.57	.41	3.81	.58

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .038

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตรภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .531 .706 .008 .066 .322 .001 และ .005 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ทไม่แตกต่างกัน

ส่วน ผลิตรภัณฑ์ บุคลากร กระบวนการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ผลิตรภัณฑ์ บุคลากร กระบวนการ ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P-Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.08	4	.27	.79	.531
	ภายในกลุ่ม	129.73	380	.34		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.10	4	.27	.54	.706
	ภายในกลุ่ม	193.75	380	.51		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.69	4	1.17	3.49**	.008
	ภายในกลุ่ม	127.68	380	.33		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.33	4	1.08	2.22	.066
	ภายในกลุ่ม	185.31	380	.48		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	1.55	4	.38	1.17	.322
	ภายในกลุ่ม	125.81	380	.33		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	7.27	4	1.81	4.83**	.001
	ภายในกลุ่ม	142.89	380	.37		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.68	4	1.42	3.75**	.005
	ภายในกลุ่ม	143.62	380	.37		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.27	4	.56	2.55*	.038
	ภายในกลุ่ม	84.30	380	.22		
	รวม	86.57	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4.47 ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least

Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .30

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .30

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาทกับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาทแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .26

จากตารางที่ 4.47 ด้านบุคลากรที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านบุคลากรที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท กับนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ส่วนบุคคล





มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านกระบวนการ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .45 รายละเอียดตารางที่ 4.48

**ตารางที่ 4.48** ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท		$\bar{X}$	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.75	-	.00 (.94)	.14 (.15)	.30** (.00)	.11 (.13)
	3,001 – 6,000 บาท	3.76		-	.14 (.19)	.30** (.00)	.12 (.14)
	6,001 – 9,000 บาท	3.90			-	.45** (.00)	.26** (.01)
	9,001 – 12,000 บาท	3.45				-	.18 (.11)
	มากกว่า 12,000 บาท	3.63					-
บุคลากร	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.94	-	.14 (.09)	.13 (.23)	.28** (.01)	.20* (.01)
	3,001 – 6,000 บาท	4.08		-	.00 (.94)	.42** (.00)	.06 (.44)
	6,001 – 9,000 บาท	4.07			-	.41** (.00)	.07 (.51)
	9,001 – 12,000 บาท	3.66				-	.49** (.00)
	มากกว่า 12,000 บาท	4.15					-
กระบวนการ	ไม่เกิน 3,000 บาท	3.87	-	.03 (.67)	.12 (.25)	.32** (.00)	.13 (.11)
	3,001 – 6,000 บาท	3.91		-	.09 (.43)	.35** (.00)	.09 (.29)
	6,001 – 9,000 บาท	4.00			-	.45** (.00)	.00 (.96)
	9,001 – 12,000 บาท	3.55				-	.45** (.00)
	มากกว่า 12,000 บาท	4.00					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

## 7. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างระยะเวลาในการใช้บริการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างระยะเวลาในการใช้บริการกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท 1 วัน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.75$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท 2 วัน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .41) นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท 3 วันขึ้นไป การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.85$ , S.D. = .62) รายละเอียดตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างระยะเวลาในการใช้บริการที่พักรีสอร์ทกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	1 วัน (n = 108)		2 วัน (n = 201)		3 วัน ขึ้นไป (n = 76)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ราคา	3.77	.55	3.79	.57	3.72	.64
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.49	.70	3.47	.67	3.59	.80
3. ผลิตภัณฑ์	3.65	.56	3.72	.53	3.78	.73
4. การส่งเสริมการตลาด	3.58	.77	3.67	.62	3.76	.78
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.01	.54	4.01	.53	4.09	.70
6. บุคลากร	3.93	.62	4.03	.55	4.07	.78
7. กระบวนการ	3.84	.60	3.91	.58	3.95	.73
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>.46</b>	<b>3.80</b>	<b>.41</b>	<b>3.85</b>	<b>.62</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .383

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .648 .454 .339 .213 .600 .275 และ .469 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )

และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมี การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริม การตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.50

**ตารางที่ 4.50** การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

การจัดการส่วนประสมทาง การตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F- Ratio	P- Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	.29	2	.14	.43	.648
	ภายในกลุ่ม	130.51	382	.34		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.80	2	.40	.79	.454
	ภายในกลุ่ม	194.05	382	.50		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.74	2	.37	1.08	.339
	ภายในกลุ่ม	131.63	382	.34		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.53	2	.76	1.55	.213
	ภายในกลุ่ม	188.12	382	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.34	2	.17	.51	.600
	ภายในกลุ่ม	127.03	382	.33		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.01	2	.50	1.29	.275
	ภายในกลุ่ม	149.16	382	.39		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.59	2	.29	.75	.469
	ภายในกลุ่ม	148.71	382	.38		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.43	2	.21	.96	.383
	ภายในกลุ่ม	86.14	382	.22		
	รวม	86.57	384			

### 8. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.89$ , S.D. = .48) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.83$ , S.D. = .43) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 7 - 9 คน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.77$ , S.D. = .45) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ภาพรวม ( $\bar{v} = 3.74$ , S.D. = .51) รายละเอียดตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	1 - 3 คน		4 - 6 คน		7 - 9 คน		มากกว่า 9 คน	
	(n = 44)		(n = 145)		(n = 71)		(n = 125)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ราคา	3.83	.55	3.79	.57	3.72	.63	3.76	.58
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.57	.50	3.54	.60	3.39	.83	3.48	.80
3. ผลิตภัณฑ์	3.75	.57	3.73	.57	3.62	.60	3.72	.59
4. การส่งเสริมการตลาด	3.68	.71	3.67	.65	3.63	.82	3.67	.68
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.23	.56	4.04	.57	4.08	.52	3.91	.59
6. บุคลากร	4.09	.78	4.10	.58	4.03	.57	3.86	.61
7. กระบวนการ	4.07	.72	3.93	.57	3.93	.63	3.78	.61
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.89</b>	<b>.48</b>	<b>3.83</b>	<b>.43</b>	<b>3.77</b>	<b>.45</b>	<b>3.74</b>	<b>.51</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .224

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตรถยนต์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .744 .430 .538 .972 .010 .012 และ .030 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตรถยนต์ การส่งเสริมการตลาด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตรถยนต์ การส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ส่วนลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ ที่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート  
จำแนกตามจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก

การจัดการส่วนประสมทาง การตลาดที่พักรีゾート	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F- Ratio	P- Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	.42	3	.14	.41	.744
	ภายในกลุ่ม	130.39	381	.34		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.40	3	.46	.92	.430
	ภายในกลุ่ม	193.45	381	.50		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.75	3	.25	.72	.538
	ภายในกลุ่ม	131.63	381	.34		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.11	3	.03	.07	.972
	ภายในกลุ่ม	189.53	381	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่ พักรีゾート	ระหว่างกลุ่ม	3.72	3	1.24	3.82**	.010
	ภายในกลุ่ม	123.65	381	.32		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.23	3	1.41	3.68*	.012
	ภายในกลุ่ม	145.93	381	.38		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3.45	3	1.15	3.00*	.030
	ภายในกลุ่ม	145.86	381	.38		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.98	3	.32	1.46	.224
	ภายในกลุ่ม	85.59	381	.225		
	รวม	86.57	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4.52 ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีゾートที่แตกต่างกันที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีゾート ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พักรีゾート ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple

Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 7 - 9 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 7 - 9 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 7 - 9 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ด้านลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .17

จากตารางที่ 4.52 ด้านบุคลากรที่แตกต่างกันที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านบุคลากรที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ด้านบุคลากร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .22

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับ

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทด้านบุคลากร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23

จากตารางที่ 4.52 ด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน ที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ดังนั้น ผู้วิจัยนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยวิธีทดสอบแบบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 1 - 3 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทด้านกระบวนการ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพัก 4 - 6 คน มีการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทด้านกระบวนการ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักมากกว่า 9 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .15 รายละเอียดตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท		$\bar{X}$	1 - 3 คน	4 - 6 คน	7 - 9 คน	มากกว่า 9 คน
ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	1 - 3 คน	4.23	-	.18 (.060)	.14 (.19)	.31** (.00)
	4 - 6 คน	4.04		-	.04 (.60)	.13 (.50)
	7 - 9 คน	4.08			-	.17* (.04)
	มากกว่า 9 คน	3.91				-
บุคลากร	1 - 3 คน	4.09	-	.01 (.86)	.05 (.66)	.22* (.04)
	4 - 6 คน	4.10		-	.06 (.44)	.23** (.00)
	7 - 9 คน	4.03			-	.17 (.06)
	มากกว่า 9 คน	3.86				-
กระบวนการ	1 - 3 คน	4.07	-	.13 (.19)	.14 (.23)	.29** (.00)
	4 - 6 คน	3.93		-	.00 (.96)	.15* (.03)
	7 - 9 คน	3.93			-	.15 (.09)
	มากกว่า 9 คน	3.78				-

### 9. การวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานระหว่างค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักไม่เกิน 3,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.80$ , S.D. = .45) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 3,001 – 6,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.78$ , S.D. = .46) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 6,001 – 9,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.94$ , S.D. = .44) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 9,001 – 12,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.76$ , S.D. = .63) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่า 12,000 บาท การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทภาพรวม ( $\bar{v} = 3.73$ , S.D. = .64) รายละเอียดตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐานค่าใช้จ่ายในการเข้าพักกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท

การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท	ไม่เกิน 3,000 บาท (n = 200)		3,001 – 6,000 บาท (n = 131)		6,001 – 9,000 บาท (n = 23)		9,001 – 12,000 บาท (n = 7)		มากกว่า 12,000 บาท (n = 24)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ราคา	3.81	.56	3.71	.56	3.90	.48	3.64	.64	3.68	.81
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	3.47	.70	3.52	.65	3.72	.67	3.38	.70	3.41	1.04
3. ผลิตภัณฑ์	3.73	.55	3.67	.59	3.76	.65	3.65	.55	3.78	.71
4. การส่งเสริมการตลาด	3.64	.70	3.66	.66	3.91	.68	3.73	.58	3.55	.92
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	4.05	.54	3.98	.56	4.16	.55	4.08	.65	3.98	.88
6. บุคลากร	4.01	.61	4.02	.64	4.05	.49	4.09	.70	3.92	.72
7. กระบวนการ	3.88	.60	3.91	.59	4.10	.65	3.76	1.05	3.80	.74
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.45</b>	<b>3.78</b>	<b>.46</b>	<b>3.94</b>	<b>.44</b>	<b>3.76</b>	<b>.63</b>	<b>3.73</b>	<b>.64</b>

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่าในภาพรวมการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .587

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลិតภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ มีค่าความจะเป็น (P-Value.) เท่ากับ .343 .515 .870 .439 .633 .940 และ .446 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร และกระบวนการไม่แตกต่างกัน รายละเอียดตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท  
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

การจัดการส่วนประสมทาง การตลาดที่พักรีสอร์ท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F- Ratio	P- Value.
1. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.53	4	.38	1.12	.343
	ภายในกลุ่ม	129.28	380	.34		
	รวม	130.81	384			
2. ช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.66	4	.41	.81	.515
	ภายในกลุ่ม	193.19	380	.50		
	รวม	194.85	384			
3. ผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.43	4	.10	.31	.870
	ภายในกลุ่ม	131.95	380	.34		
	รวม	132.38	384			
4. การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.86	4	.46	.94	.439
	ภายในกลุ่ม	187.78	380	.49		
	รวม	189.65	384			
5. ลักษณะทางกายภาพของที่พักรีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	.85	4	.21	.64	.633
	ภายในกลุ่ม	126.51	380	.33		
	รวม	127.37	384			
6. บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.31	4	.07	.19	.940
	ภายในกลุ่ม	149.86	380	.39		
	รวม	150.17	384			
7. กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.44	4	.36	.93	.446
	ภายในกลุ่ม	147.86	380	.38		
	รวม	149.31	384			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.64	4	.16	.70	.587
	ภายในกลุ่ม	85.93	380	.22		
	รวม	86.57	384			

**สมมติฐานข้อที่ 3 การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**

จากสมมติฐานในข้อที่ 3 ที่ได้ตั้งไว้ว่า การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบสมมุติโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

$H_1$  : การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ในภาพรวมการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .612 กล่าวคือ การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับปานกลาง รายละเอียดตารางที่ 4.56

**ตารางที่ 4.56** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์	การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว	. 612(**) (.00)

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์พบว่า การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับปานกลาง

ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้าน

การรับรู้ถึงความต้องการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ถึงความต้องการมีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .337 .278 .309 .287 .296 .255 และ .345 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและมีความสัมพันธ์ทางบวก

การค้นหาข้อมูลกับการรับรู้ถึงความต้องการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การค้นหาข้อมูลมีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .269 .326 .236 .333 .320 .282 และ .305ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก

การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจกับการรับรู้ถึงความต้องการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .255 .348 .270 .355 .307 .245 และ .325 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก

การตัดสินใจกับการรับรู้ถึงความต้องการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลិតภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .432 .451 .425 .426 .355 .366 และ .419 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก

การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทกับการรับรู้ถึงความต้องการกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์กับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท บุคลากร กระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .529 .234 .500 .302 .563 .509 และ .502 ตามลำดับโดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก

**ตารางที่ 4.57** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในรายด้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทหรือรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว	ราคา	ช่องทางจัดจำหน่าย	ผลิตภัณฑ์	การส่งเสริมการตลาด	ลักษณะทางกายภาพของที่พัก รีสอร์ท	บุคลากร	กระบวนการ
การรับรู้ถึงความต้องการ	.337(**) (.00)	.278(**) (.00)	.309(**) (.00)	.287(**) (.00)	.296(**) (.00)	.255(**) (.00)	.345(**) (.00)
การค้นหาข้อมูล	.269(**) (.00)	.326(**) (.00)	.236(**) (.00)	.333(**) (.00)	.320(**) (.00)	.282(**) (.00)	.305(**) (.00)
การประเมินผลข้อมูล/แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	.255(**) (.00)	.348(**) (.00)	.270(**) (.00)	.355(**) (.00)	.307(**) (.00)	.245(**) (.00)	.325(**) (.00)
การตัดสินใจ	.432(**) (.00)	.451(**) (.00)	.425(**) (.00)	.426(**) (.00)	.355(**) (.00)	.366(**) (.00)	.419(**) (.00)
การประเมินภายหลังการใช้บริการที่พักรีสอร์ท	.529(**) (.00)	.234(**) (.00)	.500(**) (.00)	.302(**) (.00)	.563(**) (.00)	.509(**) (.00)	.502(**) (.00)

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยคณะผู้วิจัยนำมาทำการสรุปสมมติฐานดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานข้อที่ 1</b> นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่แตกต่างกัน	
1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
7. นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
8. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
9. นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 4.58 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 2</b></p> <p>นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน</li> <li>4. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่แตกต่างกัน</li> <li>7. นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>8. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนร่วมเดินทางมาพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> <li>9. นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกันมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ทที่ไม่แตกต่างกัน</li> </ol>	<p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p> <p>ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 3</b></p> <p>การตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดทางการตลาดบริการที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์</p>	<p>เป็นไปตามสมมติฐาน</p>

## การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์การบริหารจัดการที่พัก อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

### 1. การตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักรีสอร์ตในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์สรุปได้ว่าการทำการตลาดจะใช้สื่อออนไลน์ อาทิเว็บไซต์ของเขาค้อ และ เฟสบุ๊ก เป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักของตนเอง นอกจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ด้วยตนเองที่พักรีสอร์ตยังได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมจากการประชาสัมพันธ์ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น นอกจากนี้ทางรีสอร์ตมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการได้มีการบอกต่อกันและแนะนำให้คนรู้จักมาพัก

ในการทำการตลาดจะประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว คือ การชมทะเลหมอกในช่วงเช้า ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ยังมีวัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว, อนุสรณ์ทหารผู้เสียสละ น้ำตกศรีดิษฐ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการสื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงข้อดีของอำเภอเขาค้อ คือ มีอากาศที่บริสุทธิ์ เป็นสถานที่สงบเหมาะสมกับการมาพักผ่อน โดยเสนอสโลแกนของเขาค้อ คือ นอนเขาค้อ 1 คืน อายุยืน 1 ปี นอกจากนี้ผู้ประกอบการรีสอร์ตได้รวมตัวจัดกิจกรรมคอนเสิร์ต Overcoat เป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเขาค้อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวนอกฤดูการท่องเที่ยวเนื่องจากฤดูกาลท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อมีช่วงสั้น ระยะเวลาท่องเที่ยวเพียง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม – มกราคม ของทุกปี จากข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการมองว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่อำเภอเขาค้อเพราะว่าระยะเวลาการเดินทางที่ไม่ไกลเกินไปทำให้สามารถเดินทางมาเที่ยวอำเภอเขาค้ออีกทั้งการเดินทางที่สะดวก

สิ่งที่ผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ตต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน – อยากให้มีการประชาสัมพันธ์ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวและปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในช่วงหน้าฝนให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงความสวยงามของอำเภอเขาค้อ และยังคงมองว่าการคมนาคมยังไม่ดีการเดินทางถ้าไม่มีรถส่วนตัวเดินทางจะไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายในการบริการของรถรับจ้างให้กับนักท่องเที่ยวค่อนข้างจะแพง

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์สรุปได้ว่าภาครัฐมีการดูแลระบบสาธารณสุขโรคให้กับทางรีสอร์ต และปรับปรุงการคมนาคมในการเดินทางมีการดูแลและออกแบบทิวทัศน์โดยรอบ ซึ่งในปัจจุบันขาดในเรื่องของงบประมาณและขาดในเรื่องของบุคลากรที่จะดูแล การรองรับนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาที่พักรีสอร์ตยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเทศบาลจะมีการจัดจุดบริการให้กับนักท่องเที่ยวในการกางเต็นท์ โดยการประสานผ่านการขออนุญาตจากท่านปลัดเทศบาลก่อน อำเภอเขาค้อมีการจัดงานคอนเสิร์ต Overcoat เป็นกลุ่มวัยรุ่น ในช่วงปีใหม่เป็นกลุ่มของครอบครัว ที่พักรีสอร์ตมีเกณฑ์การบริการที่ดี ร้านอาหารราคาไม่แพง

ผลกระทบการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่

- ภูทับเบิกเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะไปท่องเที่ยว ทำให้จำนวนการพักของนักท่องเที่ยวที่จะพักในอำเภอเขาค้อลดลง ทำให้รายได้ลดลงไปด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในวันที่ 31 ธันวาคม และเดินทางไปภูทับเบิกในวันที่ 1 มกราคม

#### จากการสัมภาษณ์ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชนอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

สรุปได้ว่า ในสมัยก่อนรีสอร์ทที่พักที่รีสอร์ทยังไม่มีมากเท่าปัจจุบันเนื่องจากพื้นที่เป็นคนของคนที่อาศัยในหมู่บ้านและเป็นพื้นที่ของทางทหารขอใช้จากกรมป่าไม้ จัดเป็นที่ดินทำกินให้ราษฎรอาสาสมัคร (รอส.) ต่อมาเมื่อนักลงทุนมาซื้อที่ดินต่อจากคนในชุมชน รีสอร์ทเพิ่งเริ่มมีการก่อสร้างได้ 2 - 3 ปี สาเหตุที่ทำให้รีสอร์ทเพิ่มขึ้น เนื่องจาก เพชรบูรณ์เริ่มที่จะมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของบรรยากาศที่คล้ายกับจังหวัดเชียงใหม่และระยะเวลาการเดินทางไม่ไกลจนเกินไป และอีกสาเหตุคือ อำเภอเขาค้อ ได้มีการจัดคอนเสิร์ต และนักท่องเที่ยวสนใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวดูทะเลหมอก และเกิดความประทับใจในการบริการ ยังคงเป็นเมืองที่คงความเป็นอยู่ของชุมชน ที่พัก ในปัจจุบัน ในช่วงของเทศกาลท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาปริมาณรถของนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะเดินทางมาวันที่ 30 ธันวาคม และเดินทางกลับวันที่ 1 มกราคม การเดินทางจะใช้ระยะเวลาประมาณ 6 ชม ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว สำหรับในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะใช้เวลานานกว่าปกติ การพักของนักท่องเที่ยว จะพัก 1 - 2 วัน อีกทั้งในพื้นที่ใกล้เคียงมี “ภูทับเบิก” ที่เป็นสถานที่ใกล้เคียงทำให้ อำเภอเขาค้อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

#### จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์สรุปได้

ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ มีการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ สำหรับการออกบูทในงานไทยเที่ยวไทยรีสอร์ทที่มาจะมีเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น สำหรับการพิจารณาเลือกที่พักจะพิจารณาความสวยงามและความเหมาะสมของราคาค่ากับการเข้าพัก เพื่อที่จะได้บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี สำหรับการตัดสินใจเลือกที่พักที่รีสอร์ทเพื่อนและญาติที่เดินทางไปด้วยจะมีผลต่อการเลือกที่พักที่รีสอร์ท ภายหลังจากที่มีการตัดสินใจเลือกที่พักที่รีสอร์ทจะทำการโทรไปจองที่พักโดยหาเบอร์โทรจากเว็บไซต์ของที่พักที่รีสอร์ท ภายหลังจากที่ได้ไปใช้บริการจะมีการบอกต่อกับเพื่อนและคนรู้จักให้ลองเข้ามาพักเนื่องจากราคาไม่แพง

ข้อเสนอแนะการทำการตลาด ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ไปใช้บริการอยากให้ทางที่พักรีสอร์ทควรมีส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการและให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวที่ได้รับคำแนะนำ

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักที่รีสอร์ท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การทำการตลาดของที่พักที่รีสอร์ทในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักโดยการผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ได้ผลมากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) และอีกช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่ไม่แพ้กัน คือ การบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว อีกทั้งอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว การชมทะเลหมอก อีกทั้งยังมีกิจกรรมคอนเสิร์ต Overcoat และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ติดกันคือ ภูทับเบิก ทำให้นักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก

## 2. การบริหารจัดการที่พัก

**จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักรีสอร์ตในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า การรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักรีสอร์ตไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการที่ที่พักรีสอร์ตไม่เพียงพอทำให้ต้องปฏิเสธความต้องการที่จะเข้าพักของนักท่องเที่ยวไปหลายราย สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเข้ามาพักจำเป็นต้องมีการจองล่วงหน้าโดยทางที่พักรีสอร์ตจะมีการทำระบบการจองห้องพักไว้

นอกจากนี้ที่พักรีสอร์ตบางแห่งจะทำการสำรองห้องพักไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสอบถามและสนใจจะเข้าพัก สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะพักจะมีการบริการให้ทางเดินที่ให้กับนักท่องเที่ยวโดยจะคิดค่าบริการทางเดินที่ ในราคาที่ไม่แพงและมีการแนะนำให้ไปพักที่อื่นที่อยู่ในชมรมผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ตในอำเภอเขาค้อ ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักน้อย ทำให้มองถึงการลงทุนก่อสร้างเพิ่มเติมไม่คุ้มค่า สำหรับการบริการแขกที่มาพักที่พักรีสอร์ตจะมีการบริการจะเป็นกันเอง ดูแลแขกที่มาพักเหมือนสมาชิกในครอบครัว การก่อสร้างบ้านที่พักรีสอร์ตจะก่อสร้างเป็นบ้านพักโฮมสเตย์ Home stay ระเบียบของการเข้าห้องพักที่พักรีสอร์ตบางแห่งไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในบริเวณห้องพัก เนื่องจากการทำความสะอาดและกลิ่นของสัตว์เลี้ยงจะติดห้องพัก

สำหรับการบริหารพนักงานบางรีสอร์ตจะมีการบริหารจัดการแบบบริษัทมีการขึ้นเงินเดือนมีการหมุนเวียนการทำงาน และให้พนักงานทำงานทดแทนกันได้ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวพนักงานที่พักรีสอร์ตมีจำนวนไม่เพียงพอจะมีการจ้างลูกหลานเข้ามาทำงานภายในรีสอร์ต โดยจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ ปัญหาของการจ้างงานอำเภอเขาค้อ จะจ้างงานในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้นส่วนนอกฤดูกาลจะลดการจ้างงาน

จากสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักรีสอร์ตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า การบริหารจัดการที่พักรีสอร์ตที่จำเป็นต้องมีการเตรียมห้องสำรองไว้ให้กับลูกค้า/ อีกทั้งจัดนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา / และควรมีการปรับมาตรฐานการบริการให้ดีขึ้น อีกทั้งการเข้ามาเป็นสมาชิกชมรมผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรีสอร์ต จะทำให้ติดต่อและรับข่าวสารจากทาง ททท. ได้เร็วขึ้น ปัญหาที่สำคัญคือ พนักงานเป็นคนในท้องถิ่น เป็นชาวภูเขาค้อต้องการฝึกและการอบรมการบริการให้กับพนักงานที่ยังไม่ได้มาตรฐาน อยากรได้พนักงานที่มีประสบการณ์ในการบริการลูกค้า

**จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า ภายในระยะเวลา 2-3 ปี ผู้ประกอบการมีการก่อสร้างที่พักเพิ่มมากขึ้น เขาค้อมีการรวมตัวเป็นชมรมธุรกิจท่องเที่ยวเขาค้อ มีการจัดประชุมทุกเดือน การบริหารจัดการที่พักของเขาค้อจะเป็นการบริหารในลักษณะที่เป็นครอบครัวไม่ได้เป็นลักษณะการบริหารแบบธุรกิจรีสอร์ตที่พักในอำเภอเขาค้อเป็นที่พักขนาดเล็กไปจนถึงขนาดกลาง เนื่องจากที่พักรีสอร์ตเขาค้อเป็นการลงทุนของคนในพื้นที่ ในเรื่องของราคาที่พักของอำเภอเขาค้อ ยังมีราคาที่สูง เปรียบเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมราคาบริการจะมีราคาที่สูง ขึ้นอยู่กับการกำหนดราคาของแต่ละรีสอร์ต ถ้าไม่สามารถจ่ายค่าที่พักได้ก็ต้องไปพักที่อำเภอหล่มสัก หรือไปพักที่อำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์

ข้อเสนอแนะการปรับการบริหารจัดการของที่พักริสอร์ทควรปรับในเรื่อง

1. บุคลากร ในการบริการให้ได้มาตรฐาน มีการจัดอบรมพนักงานให้รู้หลักของการบริการ

2. ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ปัญหาอาชญากรรม การปล้น แต่ในปัจจุบันไม่มีเหตุการณ์ดังกล่าว เนื่องจากภาครัฐและชุมชนได้มีการตรวจตามมาตรฐานความปลอดภัย

**จากการสัมภาษณ์ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชนอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์** สรุปได้ว่า มีการจัดทำแผนที่ให้กับนักท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางในแผนที่จะมีรายละเอียดที่พักและเบอร์โทร / การร้องเรียนจะมีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ในการรับข้อร้องเรียน อีกทั้งยังมีการดูแลในเรื่องของความสะอาดในการเดินทางและรักษาความปลอดภัยในกับนักท่องเที่ยว

**จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า ริสอร์ทที่มีการเตรียมเครื่องดื่มไว้บริการให้กับแขกที่เข้าไปพัก ในเรื่องของอาหารราคาแพงกว่าท้องตลาดแต่เข้าใจในเรื่องของต้นทุนในการขนส่งสินค้า สำหรับในเรื่องรักษาความปลอดภัย พนักงานที่ทำงานให้กับที่พักริสอร์ทจะมีการดูแลและพร้อมให้บริการ สำหรับห้องพักที่มีไว้บริการจะมีลักษณะที่เหมือนกับรูปที่เห็นในเวปไซต์ สำหรับบ้านพักที่เป็นห้องหรือเป็นหลังที่มีไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอกับความต้องการแต่ทางริสอร์ทได้เตรียมพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้กางเต็นท์และมีห้องน้ำไว้บริการ แต่จากข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวอยากให้มีอุปกรณ์สำหรับการนอนเต็นท์ คือ ในส่วนห้องน้ำรวมยังไม่มีความพร้อมและของใช้ส่วนตัวให้บริการ

นอกจากนี้ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ไปใช้บริการได้มีคำแนะนำให้บางริสอร์ทที่ยังไม่มีอินเทอร์เน็ตไว้บริการแขกที่มาพักให้มีการติดตั้งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักริสอร์ท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริหารจัดการที่พักริสอร์ทของที่พักริสอร์ทบางแห่งยังไม่เป็นมาตรฐาน ลักษณะของที่พักริสอร์ทเป็นโฮมสเตย์ (Home Stay) แต่ผู้ประกอบการที่พักริสอร์ททดแทนด้วยการบริการที่ไม่ดีจริง ดูแลแขกที่มาพักเหมือนญาติ ทำให้แขกที่มาพักเกิดความประทับใจในการบริการ ทำให้มีการแนะนำให้มาพัก ซึ่งถือว่าเป็นเสน่ห์อีกอย่างที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาพักแล้วมาพักอีก

### 3. การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม

**จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักริสอร์ทในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า การเก็บขยะ ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ต้องมีการจัดการขยะด้วยตนเอง โดยการนำขยะไปทิ้งนอกพื้นที่อำเภอเขาค้อ เพื่อไม่ให้เป็นการทำลายบรรยากาศและเกิดกลิ่นรบกวน และเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมในพื้นที่ นอกจากนี้ริสอร์ทเกือบทุกที่มีการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยปลูกต้นไม้เป็นพืชยืนต้น สำหรับการจัดการน้ำเสียที่จากการใช้มีการระบายผ่านท่อขององค์การบริหารส่วน

ตำบลและมีการจัดทำระบบบ่อบำบัดน้ำเสียหรือบ่อกักน้ำเสียเพื่อป้องกันน้ำเสียก่อนจะปล่อยน้ำลงสู่สภาพแวดล้อม นอกจากนี้ทางภาครัฐได้มีการดูแลและการให้การอบรมเรื่องของการทำบ่อบำบัดเบื้องต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่รีสอร์ทได้มีการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่มาพักประหยัดไฟฟ้า

**จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า การวางแผนระบบสาธารณสุขอำเภอ จะมีการทำประชาคม ให้แต่ละพื้นที่ การทำประชาคมมีการเรียงลำดับความสำคัญและความต้องการ ความต้องการที่มีความจำเป็นจะได้รับการพิจารณาก่อน และทำแผนปฏิบัติการและตั้งงบประมาณรองรับ ในส่วนของการพัฒนาจะเป็นส่วนรวมไม่มีการเจาะจงหรือให้ความสำคัญเป็นพิเศษที่พักรีสอร์ท สำหรับการก่อสร้างที่พักรีสอร์ทเป็นการทำลายสภาพแวดล้อม การตัดหน้าดิน การทำลายทรัพยากรต้นไม้ ดังนั้นภาครัฐมีนโยบายและเป็นข้อตกลงให้ทางรีสอร์ทมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการปลูกต้นไม้ในสัดส่วนเพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมในอำเภอเขาค้อ เป็นปัญหาของเมืองท่องเที่ยว การจัดการขยะยังหาพื้นที่ที่จัดการทิ้งไม่ได้ ในส่วนของการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ทที่มีการจัดโครงการอบรมผู้ประกอบการการจัดการสภาพแวดล้อมที่ดีของสถานประกอบในแหล่งท่องเที่ยว มีการเชิญวิทยากรจากกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและกรมควบคุมมลพิษ ซึ่งการอบรมมีการให้ความรู้เรื่องของการจัดการบริหารที่ดีและรวมถึงการถังดักจับไขมันอย่างง่ายและบ่อบำบัดน้ำเสีย การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีของรีสอร์ทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ดีของอำเภอเขาค้อ

**จากการสัมภาษณ์ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชนอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า ปริมาณขยะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวมีจำนวนมาก อีกทั้งในพื้นที่ที่ใกล้เคียงได้เอาขยะมาทิ้งในอดีตจะมีการใช้เตาเผาขยะและการฝังกลบ แต่ในปัจจุบันยังไม่มีการใช้เตาเผาขยะ

**จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่าทางที่พักรีสอร์ทได้มีการจัดเก็บเรื่องของขยะได้อย่างเรียบร้อยไม่มีกลิ่นรบกวน และสภาพแวดล้อมที่พักรีสอร์ทไม่มีการทำลายต้นไม้ นอกจากนี้รีสอร์ทได้มีการตกแต่งพื้นที่ในบริเวณรีสอร์ทของตนเองแต่ไม่ได้ทำลายสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัญหาอันดับต้นของการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม คือ การจัดการขยะ ซึ่งพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่มีพื้นที่ในการจัดการขยะ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นของกรมป่าไม้ ทำให้ต้องนำไปทิ้งที่พื้นที่อื่น สำหรับการทำลายป่า ทางภาครัฐได้มีนโยบายและเป็นข้อตกลงให้ทางรีสอร์ทมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการปลูกต้นไม้ในสัดส่วนที่พอเหมาะสมกับพื้นที่ที่นำมาก่อสร้างที่พักรีสอร์ท

#### 4. การส่งเสริมสนับสนุนชุมชน

**จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักรีสอร์ทในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า บุคลากรของแต่ละรีสอร์ทจะเป็นการจ้างงานแรงงานจากคนในพื้นที่เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เมื่อคนในพื้นที่เข้ามาเป็นพนักงาน จะมีการอบรมพนักงานและการสอนงานก่อนที่จะเริ่มทำงาน

**จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า การสนับสนุนให้คนในชุมชนในการขายของฝาก มีการให้ไปดูเตาเผาขยะไว้จัดการขยะ ไม่ให้ไปบุกรุกป่า บุคลากรของแต่ละรีสอร์ท จะเป็นการจ้างงานแรงงานจากคนในพื้นที่

**จากการสัมภาษณ์ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชนอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า ร้านค้าที่อยู่ในชุมชนได้รับผลประโยชน์เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านเพิ่มขึ้น ทางร้านก็มีการเตรียมของไว้ขายให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้สินค้าเกี่ยวกับอุปโภคและบริโภคยังมีการจำหน่ายให้กับทางที่พักรีสอร์ทสินค้าที่ขายได้เยอะ คือ อุปกรณ์สายไฟ หลอดไฟ และของกินทำให้ร้านจำหน่ายสินค้ามีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ร้านค้าในชุมชน/ คนในชุมชน คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การส่งเสริมสนับสนุนภายหลังประกอบธุรกิจที่พักรีสอร์ท คือ มีการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยการจ้างคนในพื้นที่เข้ามาทำงานภายในที่พักรีสอร์ท นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทำให้เกิดการใช้จ่าย มีเงินหมุนเวียนภายในพื้นที่และสร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้กับร้านค้าต่าง ๆ

#### 5. การปฏิบัติ/รักษากฎหมาย

**จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่พักรีสอร์ทในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า มีการปฏิบัติตามกฎหมาย อาทิ การส่งเสียงดัง ไม่เกินเวลา 22.00 น. จะมีการเตือนนักท่องเที่ยวห้ามทำเสียงดัง เนื่องจากจะเป็นการรบกวนคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่ใกล้เคียง อีกทั้งในช่วงเทศกาลปีใหม่การขออนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐที่จะมีการฉลองปีใหม่ในเวลา 24.00 น. ในเรื่องของการก่อสร้างที่พักรีสอร์ทมีการขออนุญาตก่อสร้างจากหน่วยงานภาครัฐอย่างถูกกฎหมายและก่อสร้างในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ สำหรับรีสอร์ทบางแห่งที่ก่อสร้างในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์หรือไม่มีโฉนดก็พร้อมจ่ายค่าเช่าพื้นที่ให้กับหน่วยงานภาครัฐเป็นค่าเช่าพื้นที่

สำหรับการเสียภาษีที่พักรีสอร์ทในอำเภอเขาค้อก็มีการไปเสียภาษีในระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดตามจำนวนห้องพักและป้ายที่ได้มีการขึ้นทะเบียนไว้ แต่บางรีสอร์ทผู้ที่เป็นผู้บริหารที่ไม่ได้เป็นคนพื้นที่อาจจะมีการเสียภาษีช้าบ้าง เนื่องจากรีสอร์ทจะเปิดให้บริการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว สำหรับนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจะปิดที่พักรีสอร์ททำให้ไม่ได้รับจดหมายล่าช้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ทบางที่มองว่ากฎหมายที่นำมาใช้ในการควบคุมยังไม่เข้มงวดเท่าที่ควร

**จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**สรุปได้ว่า จะทำการก่อสร้างต้องได้รับการอนุญาตจากทางภาครัฐ ภาครัฐไม่มีการเก็บค่าก่อสร้าง และค่าธรรมเนียมใบอนุญาต แต่ในปัจจุบันได้รับ พระราชกฤษฎีกา ในการวางผังเมืองทำให้เริ่มมีการควบคุมการก่อสร้าง การก่อสร้างในพื้นที่เขาค้อ ยังมีปัญหาเรื่อง รอส. เป็นพื้นที่ที่ให้กับการและมีการเปลี่ยนมือ และมีการก่อสร้างรีสอร์ท ในปัจจุบันมีปัญหาเรื่องข้อพิพาทบางพื้นที่ที่ยังไม่มีเอกสารสิทธิ์ ถ้าไปก่อสร้างจะโดนระงับการก่อสร้างที่พัก รีสอร์ท ในอนาคตอาจจะมีการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนเพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยว โดยการซื้อที่ดินของคนในชุมชน และให้คนในพื้นที่ดูแล ซึ่งพื้นที่บางพื้นที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ในการครอบครองทำให้มีข้อจำกัดในการสร้างไม่สามารถทำเป็นรีสอร์ทขนาดใหญ่ได้

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การปฏิบัติ/รักษากฎหมายของที่พักรีสอร์ท ก่อสร้างที่พักรีสอร์ทที่มีการขออนุญาตก่อสร้างจากหน่วยงานภาครัฐอย่างถูกต้องกฎหมายและก่อสร้างในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์สำหรับรีสอร์ทบางแห่งที่ก่อสร้างในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์หรือไม่มีโฉนดก็พร้อมจ่ายค่าเช่าพื้นที่ให้กับหน่วยงานภาครัฐเป็นค่าดูแลพื้นที่ และมีการจ่ายภาษีให้กับภาครัฐซึ่งอาจจะมีบางรีสอร์ทที่จ่ายซ้ำบ้าง เนื่องจากที่พักรีสอร์ทปิดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ได้รับจดหมายข่าวนอกจากนี้ยังมีการดูแลเรื่องการรบกวนประชาชนที่อาศัยในพื้นที่โดยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญในเรื่องของมลภาวะทางเสียง