

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
การเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ตุลาคม 2557

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ  
เลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี



กรรณิกา พุ่มแหยม

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ

การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2557

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในการเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

กรณีศึกษา พุ่มแหยม

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ

(ดร. ศันสนา สิริตาม)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. วรรณัย สายประเสริฐ)

6 ตุลาคม 2557

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี สำเร็จได้ด้วยดีความกรุณาและความอนุเคราะห์และกำลังใจที่ดีจากบุคคลหลายท่าน ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.วรรณีย์ สายประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำ และคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนช่วยตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ศันสนา สิริตาม ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และรองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรกุล กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์และคณะผู้บริหารในหลักสูตรบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาและประสบการณ์ ในการให้ความรู้ความเข้าใจในวิชาการต่างๆ ตลอดระยะเวลา 2 ปี และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในคณะบริหารธุรกิจทั้งที่สมุทรสาครและเชียงใหม่ทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวก จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระของผู้ศึกษาประสบความสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณลุงณรงค์ คมเม่น และคุณแม่ว่าสนา พุ่มแหยม และทุกคนในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญ ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาสำเร็จอย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามจนการค้นคว้าแบบอิสระเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาต้องขอภัยเป็นอย่างสูงในสิ่งที่ผิดพลาดหรือบกพร่อง นอกจากนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจต่อไป

กรรณิกา พุ่มแหยม

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ผู้เขียน นางสาวกรรณิกา พุ่มแหยม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. วรณีย์ สายประเสริฐ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาใช้บริการแพที่พักรในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ในกรณีที่การวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้วยวิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีถิ่นที่อยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง โดยจะท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเข้าพัก 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรมากที่สุดคือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองแพที่พักรทางโทรศัพท์ สำหรับเหตุผลในการเลือกแพที่พักรในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรีเนื่องจากชอบสถานที่ และนักท่องเที่ยวใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท มากที่สุด

ผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อย ในแต่ละด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ ด้านราคา ได้แก่ มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีบริการจองแพคเกจพักรีสอร์ทหลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีการจัดเตรียมแพคเกจพักรีสอร์ทให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน และใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทโดยภาพรวมแตกต่างกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทโดยภาพรวมแตกต่างกันในทุกด้านยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Services Marketing Mix Affecting Thai Travelers Towards  
Choosing Floating House Renters in Kanchanaburi Province

**Author** Miss Kannika Poomyaem

**Degree** Master of Business Administration

**Advisor** Lecturer Dr. Wanlanai Saiprasert

## **ABSTRACT**

This study aimed to explore service marketing mix affecting Thai travelers towards choosing floating house renters in Kanchanaburi province. Samples of the study were identified to 400 Thai travelers who stayed at floating houses in Srisawas district, Kanchanaburi province. Questionnaires were used as the tool to collect data. Data acquired were, then, analyzed by the descriptive statistics: frequency, percentage and mean and the inference statistics: T-Test and F-Test. In case that the significant differences had been shown, the multiple comparisons analysis via LSD method shall be applied at the statistical significance at 0.05.

The results presented that most respondents were male in the age of 20-30 years old, single, and graduated with Bachelor's degree. They worked as government officer/state enterprise officer, earned monthly income at the amount of 10,001-20,000 Baht and resided in the central part of Thailand. The majority had made their trips for more than 3 times, mostly during long weekend. Most of them stayed one night at the floating house with the leisure purpose. People influencing them to choose the floating house renters the most were friends/relatives. Furthermore, it was observed that most travelers made their reservations for the floating houses by phone. Reason of renting the floating houses in Srisawas district, Kanchanaburi province was given to their preference for the certain venue. They mostly spent 1,001-2,000 Baht for renting the floating house.

The results of the study on opinions of the respondents on service marketing mix affecting Thai travelers towards choosing floating house renters in Kanchanaburi province indicated

that the following factors were ranked at high level of concern: service process, people, place, product, price, physical presentation, and promotion, respectively.

Hereafter were shown the top sub-factors that the respondents ranked their concern at the highest level. In product factor, the highest level of concern was the apparent safety system such as lifejackets. In price factor, the highest level of concern was the accurate calculation for room rental cost and extra charges for additional facilities. In place factor, the highest level of concern was the multi-channels for reservation such as reservation by phone and Internet booking. In promotion factor, the highest level of concern was the advertisement on printed media such as newspaper, travel guide books, and tourism magazines. In people factor, the highest level of concern was the kind attention of staffs to customers. In service process factor, the highest level of concern was the good preparation of the floating house prior to the check-in of new comers. In physical presentation, the highest level of concern was the serenity and the natural atmosphere.

In addition, the findings showed that the respondents who had different ranges of monthly income and took services from different rates of floating house had different opinions on all service marketing mix factors that affected their selection of floating house renters. However, male and female respondents had different opinions on every factor, except people factor.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษา	12
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัด กาญจนบุรี	19

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี	24
4.4 ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	37
4.5 ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
4.6 ส่วนที่ 6 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยอัตราค่าแพที่พักร	68
4.7 ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร	83
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	104
5.1 สรุปผลการศึกษา	104
5.2 อภิปรายผล	116
5.3 ข้อค้นพบ	118
5.4 ข้อเสนอแนะ	120
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	127
แบบสอบถาม	129
ประวัติผู้เขียน	134

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลสถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล	15
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	16
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	17
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	18
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นที่อยู่	18
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนใน 1 ปี	19
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัน/ช่วงเวลาที่ท่านมักท่องเที่ยว	19
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก	20
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพักแพที่พักในครั้งนี	20
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีการตัดสินใจในการเลือกแพที่พัก	21

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจองแพ็คเกจ	21
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกแพ็คเกจในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี	22
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าที่พักที่ท่านใช้บริการ	23
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจในจังหวัดกาญจนบุรี	24
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	26
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	28
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	29
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	31
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	32
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	34
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าและระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี	36
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : จำแนกตามเพศ	41
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	46
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
ตารางที่ 4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
ตารางที่ 4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
ตารางที่ 4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
ตารางที่ 4.37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
ตารางที่ 4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
ตารางที่ 4.39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก	68
ตารางที่ 4.40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก	70
ตารางที่ 4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก	72
ตารางที่ 4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก	74
ตารางที่ 4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก	76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราการค่าแพคเกจที่พัก	79
ตารางที่ 4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราการค่าแพคเกจที่พัก	81
ตารางที่ 4.46	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ	83
ตารางที่ 4.47	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
ตารางที่ 4.48	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
ตารางที่ 4.49	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
ตารางที่ 4.50	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
ตารางที่ 4.51	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
ตารางที่ 4.52	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.53	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92
ตารางที่ 4.54	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92
ตารางที่ 4.55	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93
ตารางที่ 4.56	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	94
ตารางที่ 4.57	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	96
ตารางที่ 4.58	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	97
ตารางที่ 4.59	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	98
ตารางที่ 4.60	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	99
ตารางที่ 4.61	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	100



## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.62	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	101
ตารางที่ 4.63	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	102
ตารางที่ 4.64	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	103
ตารางที่ 5.1	สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักสูงสุดเป็นอันดับแรก	105
ตารางที่ 5.2	สรุปผลของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พัก 10 อันดับแรก	106
ตารางที่ 5.3	สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ	108
ตารางที่ 5.4	สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
ตารางที่ 5.5	สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก	113
ตารางที่ 5.6	สรุปผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พัก	115

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมให้กับประเทศ และยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรม และที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 527,326 ล้านบาท รวมทั้งกระแสเงินหมุนเวียนนับแสนล้านบาทจากคนไทยเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555: ออนไลน์)

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นหนึ่งในหกของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง, 2553: ออนไลน์) เพราะจังหวัดกาญจนบุรีมีความหลากหลายของพื้นที่และเรื่องราว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้ง ผืนป่า พรรณไม้ ถ้ำ น้ำตก เขื่อนขนาดใหญ่ และแม่น้ำสายหลัก 2 สาย คือ แม่น้ำแควใหญ่ และแม่น้ำแควน้อย และยังมีสถานที่ศึกษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลสถิติ พ.ศ. 2553 จังหวัดกาญจนบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงินทั้งสิ้น 8,943,86 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีจึงมีแนวโน้มการขยายตัวที่สูงพิจารณาจากข้อมูลทางสถิติ พ.ศ. 2554 จังหวัดกาญจนบุรี มีนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,923,219 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 มีจำนวน 1,857,284 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์)

ธุรกิจแพที่พัก ถือเป็นธุรกิจสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดกาญจนบุรีมาช้านานมีทั้งแพพักแพอาหาร และแพท่องเที่ยว ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2514 (นวลสารสอน, 2543: 33 อ้างอิงใน สาทิตย์ จินากัดดี, 2550: 15) โดยมีลักษณะ คือ การล่องแพไปตามแม่น้ำสายต่างๆ ในอ่างกักเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ และเขื่อนวชิราลงกรณ์ ในลำน้ำแควน้อย แควใหญ่ เพื่อชมความงดงามตามธรรมชาติ หรือการแหว่พักค้างคืน ทำให้จังหวัดกาญจนบุรีมีศักยภาพที่โดดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าประสบผลสำเร็จเติบโตอย่างรวดเร็ว แพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของเมืองไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการแพที่พักจึงมีจำนวนมากขึ้น ปัจจุบันมีแพที่พัก 5 อำเภอด้วยกัน คือ อำเภอเมือง 476 ราย อำเภอไทรโยค 409 ราย อำเภอ

ทองผาภูมิ 92 ราย อำเภอสรีสวัสดิ์ 449 ราย อำเภอสงขลาบุรี 122 ราย รวมมีผู้ประกอบการแพที่ปักในจังหวัดทั้งสิ้น 1,548 ราย (ต่อศักดิ์ สง่างาม, 2556 :สัมภาษณ์)

แพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในขั้นการเติบโตที่เต็มที่แล้ว ซึ่งจากแนวความคิดของวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดทั่วไป คือ การเจริญเติบโต (Growth) การเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) และการเสื่อมโทรมลง (Decline) (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543: 54–55) หากไม่มีการพัฒนาและปรับปรุงในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ทำให้การล่องแพที่เจริญเติบโตเต็มที่ไปอยู่ในขั้นเสื่อมโทรมได้ อีกทั้งสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง โดยการไร้กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยวิธีต่างๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า อาทิเช่น กลยุทธ์ราคาพิเศษ การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เป็นต้น ซึ่งมีความรุนแรงมากขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ในปัจจุบันอำเภอสรีสวัสดิ์ มีสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2556 ผู้ประกอบการแพที่ปัก มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ประมาณร้อยละ 10 (สมาน บริบูรณ์, 2556 :สัมภาษณ์) ด้วยอำเภอสรีสวัสดิ์ มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เส้นทางการเดินทางที่สะดวก และใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จึงทำให้มีแพที่ปักที่สวยงามและหลากหลายมากกว่า อำเภออื่นๆ และมีจำนวนผู้ประกอบการแพที่ปักมากเป็นอันดับ 2 รองจากอำเภอเมือง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพที่ปักในอำเภอสรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการแพที่ปัก ในจังหวัดกาญจนบุรีทั้งที่ประกอบธุรกิจอยู่ในปัจจุบันและผู้ที่จะสนใจจะลงทุนในอนาคตนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบการให้บริการของแพที่ปัก เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรี

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่ปัก ในจังหวัดกาญจนบุรี
2. ข้อมูลที่ได้รับสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

#### 1.4 นิยามศัพท์

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพที่พักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

**แพที่พัก** หมายถึง การนำทุนหลักมาประกอบให้ลอยอยู่บนน้ำ โดยออกแบบให้เสมือนเป็นบ้านลอยน้ำ โดยมีเรือยนต์หรือเครื่องยนต์ดีเซลแล่นไปตามสายน้ำท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม ให้บริการสำหรับเช่าเพื่อพักผ่อน โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวบนแพที่พัก ในที่นี้ คือ แพที่พักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี

**นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นซึ่งมิใช่จังหวัดที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวร ในที่นี้ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการแพที่พักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการเพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวม (Total Quality Management) ที่จะสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิมถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับธุรกิจการผลิตสินค้าที่จับต้องได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บริการนั้น มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าบริการ คือ ไม่สามารถจับต้องได้ มีความไม่แน่นอน จัดทำมาตรฐานได้ยาก ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ดังนั้น 4 P's อาจไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้เพียงพอ เพราะความต้องการของลูกค้ามีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องนำเครื่องมือทางการตลาด 7P's เข้ามาช่วยบริหารจัดการกับธุรกิจบริการ (ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2548)

#### 1. แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7P'S) (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2548: 51-55) ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ในการกำหนดกลยุทธ์การบริการ ไม่ว่าจะเป็นในธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตามต่างต้องพิจารณาถึงลูกค้า ในเรื่องความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นหลัก ซึ่งผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากสินค้าทั้งด้านรูปแบบและการดำเนินงานที่มากมายรวมทั้งที่มองเห็นได้ และไม่มีตัวตน หรือเป็นสิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือ รูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาลูกค้า

ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งในการศึกษานี้ ผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้แก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core

Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expect Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) การเข้าใจถึงความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ เช่น ขนาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก เครื่องอำนวยความสะดวกในห้อง มีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง มีระบบป้องกันอุบัติเหตุทางน้ำทุกรูปแบบ มีของใช้ภายในห้องพัก เช่น สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ผ้าเช็ดตัว และมีบริการอาหาร เป็นต้น

2. ด้านราคา (Price) ต้นทุนของลูกค้าที่ต้องเสียไปเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวผลิตภัณฑ์ โดยต้นทุนในที่นี้อาจเป็นไปได้ทั้งมูลค่าของเงินที่ต้องจ่ายไปในการแลกเปลี่ยน ต้นทุนค่าเดินทาง ต้นทุนค่าที่จอดรถ รวมถึงต้นทุนค่าเสียเวลา โดยลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบต้นทุนนี้ กับคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์นั้นว่าคุ้มหรือไม่ที่จะเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ โดยต้นทุนในการผลิตหรือการให้บริการ จะพิจารณาถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งมักจะใช้ราคาเป็นที่ยอมรับได้ทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ขายได้รับผลกำไรเพียงพอและผู้ซื้อหรือใช้บริการ สามารถจ่ายได้และได้รับผลประโยชน์ตามข้อตกลง กล่าวคือ เมื่อลูกค้าจ่ายเงินจำนวนหนึ่งซื้อ ราคายังเป็นตัวกำหนดความคาดหวังของลูกค้าว่าจะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับมูลค่าของเงินที่เสียไป

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ราคาหมายถึง ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและการบริการแก่ลูกค้า เช่น ราคาห้องพักมีความเหมาะสม ราคาอาหาร/เครื่องดื่มไม่แพง และค่าใช้จ่ายในการออกไปเสริมมีความเหมาะสม เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือ ลูกค้าควรจะเข้าถึงง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด การเลือกช่องทางในการนำส่งบริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทซึ่งจะต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง (Location) เป็นสำคัญ เนื่องจากการบริการบางประเภทลูกค้าต้องเดินทางไปยังสถานบริการด้วยตนเอง จึงต้องการอาคารสถานที่ที่เหมาะสม และการส่งมอบบริการแก่ลูกค้า (Service Delivery) เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการด้วย กระบวนการในการส่งมอบบริการจะเป็นส่วนที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจว่าบริการที่พวกเขาได้รับคุ้มกับมูลค่าของเงินที่พวกเขาจ่ายไปหรือไม่

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึง สถานที่ หรือ บริการที่ลูกค้าได้รับบริการ ณ แพที่พัก อาทิเช่น สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีความสะดวกในการเดินทาง มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ การคมนาคมสะดวก เห็นแพที่พักเด่นชัด สามารถจองแพพักทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้ เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าโดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร การตลาดของธุรกิจบริการสามารถทำการส่งเสริมการตลาดได้สี่แบบเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mixed) ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (Non Personal) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาด นอกจากการขายโดยการโฆษณา การใช้พนักงานขาย เช่น การทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นแผนการนำเสนอ ภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจและลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่นการให้ข่าวแก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับการกำจัดของเสียตามวิธีการที่ถูกต้องของโรงพยาบาล

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารทางตรงกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดการตอบสนอง เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-mail ,การโทรศัพท์แจ้งสิทธิพิเศษต่าง เฉพาะบุคคล การส่งไปรษณียบัตร หรือการส่งจดหมายเป็นต้น

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ การส่งเสริมการตลาดหมายถึง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน รวมถึงการติดต่อสื่อสาร (Communication) และการบริการ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตอีกด้วย อาทิเช่น การให้ส่วนลดพิเศษมีบัตรสะสมแต้ม มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับแพคเกจ มีเว็บไซต์ เป็นต้น

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึงพนักงานผู้ให้บริการ ต้องทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ พนักงานควรมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ดังนั้นบริษัทธุรกิจ หรือห้างร้านที่เป็นธุรกิจบริการจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ด้านบุคลากร โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนา การฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลุกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ ทักษะการแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าการทักทาย การขอบคุณทุกครั้งที่ลูกค้ามาใช้บริการ การสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ บุคลากรหมายถึง ความตั้งใจหรือทักษะในการบริการของบุคลากรทางแพคเกจ อาทิเช่น พนักงานมีกริยาวางสื่อสารเข้าใจง่าย พนักงานสามารถให้บริการรวดเร็วทันใจลูกค้า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานบริการทุกคนด้วยความเท่าเทียมกัน เป็นต้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว

และประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction) เช่น การทักทายและต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อ การแนะนำ การคิดค่าบริการที่เที่ยงตรง และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กระบวนการให้บริการหมายถึง ความรวดเร็วและความเป็นมืออาชีพของระบบการให้บริการของแพ็คเกจ อาทิเช่น ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร การเข้าพัก (Check in) รวดเร็ว การบริการคืนห้องพักรวดเร็ว การคืนห้องพัก (Check out) หลังเวลาที่กำหนด ได้ เป็นต้น

7. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การพัฒนารูปแบบการให้บริการทำได้โดยการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management ,TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ และลักษณะทางการภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า อาคารสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง การตกแต่งเครื่องมือต่าง ๆ และสามารถทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการออกแบบ สภาพแวดล้อมให้เป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาด มีการตกแต่งบริเวณ โดยรอบให้ดูดี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามารับบริการ

## 2. สถานการณ์แพ็คเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ปัจจุบันจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงขึ้นกว่า 20% หากเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่แล้ว ทั้งโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ และแพ็คเกจ ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ช่วงเทศกาลต่างๆ จังหวัดกาญจนบุรี ก็มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง อีกทั้งยังอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจากศักยภาพที่มีจึงทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายเข้ามาท่องเที่ยวได้ไม่ยากนัก ทั้งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวรองรับทุกประเภท ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีขยายตัว สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พักต่างๆ ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา นักธุรกิจได้เข้ามาลงทุนก่อสร้างที่พักในรูปแบบต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งก่อสร้างใหม่ และปรับปรุงที่พักเดิม คาดว่ามีการพัฒนาไม่ต่ำกว่า 50% เพื่อรองรับการท่องเที่ยว และที่สังเกตเห็นได้ชัดคือ มีกลุ่มนายทุนใหญ่ มาลงทุนในพื้นที่ จังหวัดกาญจนบุรี เช่นการสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวกลุ่มนักลงทุนขนาดย่อมตามมา ผลที่ดีที่สุดคือเกิดการจ้างงานของประชาชนในพื้นที่ทันที และเกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ทั้งนี้ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การตื่นตัวเกี่ยวกับการค้าชายแดนที่จะมีโครงการทวายเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวสนใจที่



จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสังเกตการณ์สถานการณ์การค้า การลงทุน เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาตัดสินใจวางแผนทางการขับเคลื่อนธุรกิจต่อไป (ทรงวุฒิ ศิลแดนจันทร์, 2557: สัมภาษณ์)

เมื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจขยายตัวมากขึ้น ทำให้มีผู้ประกอบการเกี่ยวกับบริการโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ แพคเกจเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก สถานการณ์การแข่งขันก็มีความรุนแรงมากขึ้น การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลายจึงต้องหากกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด และเพื่อให้เกิดผลกำไร ซึ่งรูปแบบและกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้นำมาใช้ คือ กลยุทธ์การตั้งราคา โดยกำหนดราคาตามระดับของห้องพัก และบางช่วงอาจมีการตัดราคากับคู่แข่ง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จัดโปรโมชั่น ส่วนลดในช่วงเทศกาลต่างๆ หรือใช้กลยุทธ์การออกแบบสถานที่ให้ดูทันสมัยมากขึ้น สะอาดดูใหม่อยู่ตลอด และเพิ่มการจัดตกแต่งมุมถ่ายรูป กลยุทธ์การให้บริการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้การจองที่พักเป็นขั้นตอนที่ง่ายมากขึ้น โดยเพิ่มให้มีความสะดวกจากหลากหลายช่องทาง กลยุทธ์การสร้างแตกต่างโดยการสร้างบริการที่โดดเด่น กลยุทธ์การให้บริการแต่ละหน้าที่ผู้ประกอบการจะมีการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในด้านภาษาของแต่ละบุคคลให้ตรงกับตำแหน่งหน้าที่ นอกจากการแข่งขันกันด้วยเครื่องมือทางการตลาดรูปแบบต่างๆ ก็อาจยังไม่เพียงพอและไม่ยั่งยืน หากผู้ประกอบการแพคเกจขาดจิตสำนึก และความรับผิดชอบในการร่วมกันอนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงไว้ซึ่งความสวยงามตลอดไป (น้ำทิพย์ น้ำสระน้อย, 2555: 2)

## 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**รัชมาศ มิ่งขวัญ (2551)** ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องมีความปลอดภัย เป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ราคาต้องมีความเหมาะสมกับบริการเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ควรมีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดมหกรรมเที่ยวทั่วไทยทำให้เกิดการกระตุ้นอยากไปท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก

**กระแสด แก้วมรกต (2554)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้านเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ดังนี้ สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม ชื่อเสียงของโรงแรม ด้านราคา มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนี้ มีการแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจน ราคามีความเหมาะสมกับห้องพัก ห้องพักรมมีหลายราคาให้เลือก มีวิธีการชำระเงินได้หลายช่องทาง ด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญในระดับมาก ดังนี้ ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ตั้ง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ และความสะดวก ในการเข้าของห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน ดังนี้ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล/เทศกาล มีการจัด แพ็กเกจทัวร์ ด้านบุคลากร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ทัศนคติดี สุภาพ เป็นกันเองให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ดังนี้ ให้บริการที่รวดเร็ว ให้บริการที่ถูกต้องกับความต้องการของลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ดังนี้ บรรยากาศของโรงแรม อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีเอกลักษณ์และทันสมัย การตกแต่งภายนอกและภายในตัวอาคาร

**วิจิตร ชัยพุกษ์เจริญ (2554)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย จากลูกค้าซึ่งเป็นพนักงานขายที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และระยะเวลาที่เข้าพักที่แตกต่างกันนั้น จะมีระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมที่แตกต่างกัน จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวม และรายด้านทุกด้าน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกของห้องพัก รวมถึงความสะดวกเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม และมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เรื่องทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การสะสมแต้มแลกรับรางวัลของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มากเป็น

อันดับแรก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึงมากเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การบริการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย มากเป็นอันดับแรก

ชัยญา ทัศนะไชย (2555) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ราย ผลการศึกษาพบว่า ทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกในแต่ละปัจจัยหลักปรากฏผลดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง เช่น มีพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ ปัจจัยด้านราคา คือ คิตราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง ปัจจัยด้านสถานที่ คือ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีเอกสารแผ่นพับ แนะนำเกี่ยวกับ โรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก สายๆหรือบ่าๆได้ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักริมชายหาดกาญจนบุรีมีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมชายหาดกาญจนบุรี โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในปี 2555 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 1,923,219 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555:ออนไลน์)

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,923,219 ราย นำมากำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% โดยใช้ตารางของ Sudman, Seymour. (1976) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 384 ราย ดังนั้น ในการศึกษาผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างให้มีจำนวน 400 ราย วิธีการเลือกตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) (คุนทลี รื่นรมย์, 2551:187) โดยมีจำนวนขนาดตัวอย่างเป็น 400 ราย คือเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการแพที่พักริมชายหาดศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี และเลือกเก็บในช่วงเวลาวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแพที่พักริมชายหาด 10 แห่ง ตามสัดส่วนเท่าๆ กัน แพที่พักริมชายหาดละ 40 ราย

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี โดยพิจารณาจากแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักริมอ่างเก็บน้ำมากที่สุด 10 อันดับแรก (สมาน บริบูรณ์, 2556: สัมภาษณ์) ได้แก่ แพนันทนา เลคเซฟเว่น อนันตาริเวอร์ไซด์ แพที่ไกร่ง แพโคนซอ แพที่ต้น แพผักหวานวิว แพเพชรฟ้า แพล่องไพร และรักน้ำรีสอร์ท

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำศรีสวัสดิ์ ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงวัน-เวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเข้าพักริมอ่างเก็บน้ำ วัตถุประสงค์ในการเข้าพักริมอ่างเก็บน้ำ ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำ เหตุผลในการเลือกแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำ และอัตราค่าแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำในการจองแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักริมอ่างเก็บน้ำของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ คือ มีผลในการเลือกระดับมากที่สุด มีผลในการเลือกระดับมาก มีผลในการเลือกระดับปานกลาง มีผลในการเลือกระดับน้อย และมีผลในการเลือกระดับน้อยที่สุด แบบสอบถามในส่วนนี้จะใช้ศึกษาข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการแพที่พักริมอ่างเก็บน้ำของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ในกรณีที่มีการวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้วยวิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 โดยลักษณะของแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในอำเภอเมืองกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551: 187) โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับที่มีผลในการเลือก	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 – 5.00	มีผลในการเลือกระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลในการเลือกระดับมาก
2.50 – 3.49	มีผลในการเลือกระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลในการเลือกระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีผลในการเลือกระดับน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่แพที่ปัก ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี

### 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 7 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม - เดือนตุลาคม 2557 โดยเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษาดังนี้เป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่ (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงวัน-เวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกแพคเกจพักรีสอร์ท วิธีการจอง เหตุผลในการเลือกแพคเกจพักรีสอร์ท และอัตราค่าแพคเกจพักรีสอร์ท (ตารางที่ 9 ถึงตารางที่ 16)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ตารางที่ 17 ถึงตารางที่ 24)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 25 ถึงตารางที่ 31)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 32 ถึงตารางที่ 38)

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจพักรีสอร์ท (ตารางที่ 39 ถึงตารางที่ 45)

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพคเกจพักรีสอร์ท (ตารางที่ 4.46 ถึงตารางที่ 104)

#### 4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลสถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล

ชื่อแพ็คเกจ	จำนวน	ร้อยละ
แพ็คเกจต้น	40	10.00
เลกเฮฟเว่น	40	10.00
อนันตริเวอร์ซิตี	40	10.00
แพ็คเกจโกร่ง	40	10.00
แพ็คเกจคอนซอ	40	10.00
แพ็คเกจนันทนา	40	10.00
แพ็คเกจหวานวิ	40	10.00
แพ็คเกจพรา	40	10.00
แพ็คเกจลองไพร	40	10.00
รักน้ำรีสอร์ท	40	10.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละที่พักรวม มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เท่ากัน

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	202	50.50
หญิง	198	49.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	38	9.50
20-30 ปี	214	53.50
31-40 ปี	98	24.50
41-50 ปี	32	8.00
51 ปีขึ้นไป	18	4.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	256	64.00
สมรส	132	33.00
หม้าย/หย่าร้าง	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา สมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	103	25.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า/ปวช.	54	13.50
ปวส. หรือ อนุปริญญา	50	12.50
ปริญญาตรี	155	38.80
สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า/ปวช. จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ระดับปวส. หรือ อนุปริญญา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	52	13.00
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27.00
รับจ้างทั่วไป	22	5.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	176	44.00
เกษียณอายุ	4	1.00
นักเรียน/นักศึกษา	38	9.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รับจ้างทั่วไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และเกษียณอายุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	128	32.00
10,001-20,000 บาท	150	37.50
20,001-30,000 บาท	84	21.00
30,001-40,000 บาท	12	3.00
40,001-50,000 บาท	8	2.00
50,000 บาทขึ้นไป	18	4.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นที่อยู่

ถิ่นที่อยู่	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	290	72.50
ภาคใต้	8	2.00
ภาคตะวันออก	48	12.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	22	5.50
ภาคเหนือ	4	1.00
ภาคตะวันตก	28	7.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีถิ่นที่อยู่ภาคกลาง จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาภาคตะวันออก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ภาคตะวันตก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ภาคใต้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และภาคเหนือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

#### 4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนใน 1 ปี

จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	53	13.30
1-3 ครั้ง	164	41.00
มากกว่า 3 ครั้ง	183	45.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมา 1-3 ครั้ง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัน/ช่วงเวลาที่ท่านมักท่องเที่ยว

วัน/ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดสุดสัปดาห์	101	25.30
วันธรรมดา	12	3.00
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	184	46.00
ทุกโอกาสตามความสะดวก	103	25.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาทุกโอกาสตามความสะดวก จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 วันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และวันธรรมดา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	215	53.80
2 คืน	167	41.80
3 คืน	14	3.50
4 คืนขึ้นไป	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก ระยะเวลา 1 คืน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมา ระยะเวลา 2 คืน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ระยะเวลา 3 คืน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และ ระยะเวลา 4 คืน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพักแพที่พักรักษาตัว

วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อพบปะสังสรรค์	96	24.00
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	292	73.00
เพื่อประชุมสัมมนา	10	2.50
อื่น ๆ (กลับบ้านไม่ทัน)	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมา เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 เพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และ อื่นๆ คือ กลับบ้านไม่ทัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีการตัดสินใจในการเลือกแพที่ปัก

การตัดสินใจในการเลือกแพที่ปัก	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	124	31.00
ภรรยา/สามี	26	6.50
บริษัทของท่าน	36	9.00
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	210	52.50
บริษัทนำเที่ยว	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจในการเลือกแพที่ปักโดยเพื่อน/ญาติพี่น้องแนะนำ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา มีการเลือกด้วยตัวท่านเอง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีการเลือกจากบริษัทของท่าน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 มีการเลือกจากสามี/ภรรยา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และบริษัทนำเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีในการจองแพที่ปัก

วิธีในการจองแพที่ปัก	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์	301	75.30
บริเวณเคาน์เตอร์	12	3.00
แฟกซ์	-	-
อินเทอร์เน็ต	87	21.80
อื่น ๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีในการจองแพที่ปักด้วยโทรศัพท์ จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 รองลงมา ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 และบริเวณเคาน์เตอร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกแพที่ปักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลในการเลือกแพที่ปัก	จำนวนความถี่	ร้อยละ
มีชื่อเสียง	112	28.00
มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย	82	20.50
ชอบสถานที่	256	64.00
ญาติ หรือเพื่อน แนะนำ	149	37.30
บริษัทนำเที่ยวแนะนำ	8	2.00
สิ่งอำนวยความสะดวกของแพที่ปัก	139	34.80
ราคาหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ	108	27.00
สื่อโฆษณา เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์	91	22.80
แพที่ปักมีให้เลือกหลายหลาย	59	14.80

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกแพที่ปักเนื่องจากชอบสถานที่ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา จากญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 สิ่งอำนวยความสะดวกของแพที่ปัก จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 มีชื่อเสียง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ราคาหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 สื่อโฆษณา เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 แพที่ปักมีให้เลือกหลายหลาย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และ บริษัทนำเที่ยวแนะนำ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าที่พักที่ท่านใช้บริการ

อัตราค่าที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
1,001-2,000 บาท	143	35.80
2,001-3,000 บาท	91	22.80
3,001-4,000 บาท	31	7.80
4,001-5,000 บาท	51	12.60
5,001 บาทขึ้นไป	84	21.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกอัตราค่าที่พักอยู่ที่ราคา 1,001-2,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมา ราคา 2,001-3,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 ราคา 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ราคา 4,001-5,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 และราคา 3,001-4,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.แพที่พักรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	117 (29.25)	161 (40.25)	110 (27.50)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
2.การมีแพที่พักรให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหรา	121 (30.25)	177 (44.25)	96 (24.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.03 (มาก)
3.ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพพักร	168 (42.00)	168 (42.00)	56 (14.00)	6 (1.50)	2 (0.50)	4.24 (มาก)
4.ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	203 (50.75)	139 (34.75)	44 (11.00)	8 (2.00)	6 (1.50)	4.31 (มาก)
5.มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี	105 (26.25)	177 (44.25)	88 (22.00)	24 (6.00)	6 (1.50)	3.88 (มาก)
6.มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย	106 (26.50)	138 (34.50)	110 (27.50)	40 (10.00)	6 (1.50)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม	170 (42.50)	129 (32.25)	76 (19.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.03 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.31) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพพัก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.11) การมีแพที่พักรให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หรรษา (ค่าเฉลี่ย 4.03) แพที่พักรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ราคาแพคเกจที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	160 (40.00)	132 (33.00)	90 (22.50)	14 (3.50)	4 (1.00)	4.08 (มาก)
2. มีอัตราค่าบริการแพคเกจต่ำกว่าแพคเกจทั่วไป	107 (26.75)	133 (33.25)	143 (35.75)	14 (3.50)	3 (0.75)	3.82 (มาก)
3. ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	121 (30.25)	177 (44.25)	82 (22.50)	18 (4.50)	2 (0.50)	3.99 (มาก)
4. มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด	136 (34.00)	146 (36.50)	98 (24.50)	16 (4.00)	4 (1.00)	3.99 (มาก)
5. ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด	136 (34.00)	158 (39.50)	78 (19.50)	18 (4.50)	10 (2.50)	3.98 (มาก)
6. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น	114 (28.50)	150 (37.50)	104 (26.00)	30 (7.50)	2 (0.50)	3.86 (มาก)
7. สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท	107 (26.75)	124 (31.00)	119 (29.75)	36 (9.00)	14 (3.50)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
8.มีการคิดราคา ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างถูกต้อง	163 (40.75)	125 (31.25)	106 (26.50)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.94 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.11) อันดับรองลงมาได้แก่ ราคาแพที่พักรมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ราคาอาหารเช้ามีคุณภาพเหมาะสม และมีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่าง ๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.99) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.98) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีอัตราค่าบริการแพที่พักรต่ำกว่าแพทั่ว ๆ ไป (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. มีบริการจองแพที่พักรได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	164 (41.00)	170 (42.50)	60 (15.00)	40 (1.00)	2 (1.00)	4.22 (มาก)
2. ทางเข้าแพที่พักรสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว	116 (29.00)	182 (45.50)	92 (23.00)	8 (2.00)	2 (0.50)	4.01 (มาก)
3. มีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ	122 (30.50)	158 (39.50)	88 (22.00)	30 (7.50)	2 (0.50)	3.92 (มาก)
4. มีเว็บไซต์(Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่พักร	157 (39.25)	135 (33.75)	94 (23.50)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.09 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.05 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามิบริการจองแพที่พักรได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่พักร (ค่าเฉลี่ย 4.09) ทางเข้าแพที่พักรสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสารการท่องเที่ยว	105 (26.25)	159 (39.75)	114 (28.50)	22 (5.50)	0 (0.00)	3.87 (มาก)
2. มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ	97 (24.25)	165 (41.25)	112 (28.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
3. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	96 (24.00)	164 (41.00)	120 (30.00)	18 (4.50)	2 (0.50)	3.84 (มาก)
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจ เช่น ราคา ห้องพักรูปแบบห้องพักรูปแบบที่เป็นต้น	82 (20.50)	176 (44.00)	106 (26.50)	32 (8.00)	4 (1.00)	3.75 (มาก)
5. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน	105 (26.25)	145 (36.25)	120 (30.00)	26 (6.50)	4 (1.00)	3.80 (มาก)
6. มีการลดราคาแพคเกจในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	128 (32.00)	126 (31.50)	108 (27.00)	32 (8.00)	6 (1.50)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป	85 (21.25)	161 (40.25)	98 (24.50)	38 (9.50)	18 (4.50)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.79 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในทุกข้อ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามี การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการลดราคาแพที่พักรในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักรหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพที่พักร เช่น ราคา ห้องพักร รูปแบบห้องพักร แผนที่ เป็นต้น มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพทย์พักในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.พนักงานพุดจาสุภาพ เรียบร้อย	161 (40.25)	151 (37.75)	80 (20.00)	6 (1.50)	2 (0.50)	4.16 (มาก)
2.พนักงานมีมนุษย สัมพันธ์และอัธยาศัยดี	159 (38.75)	151 (37.75)	82 (20.50)	6 (1.50)	2 (0.50)	4.15 (มาก)
3.พนักงานมีทักษะในการ สื่อสารดี	161 (40.25)	139 (34.75)	88 (22.00)	10 (2.50)	2 (0.50)	4.12 (มาก)
4.พนักงานมีความชำนาญ ในการให้บริการ	151 (37.75)	163 (40.75)	76 (19.00)	2 (0.50)	8 (2.00)	4.12 (มาก)
5.พนักงานบริการลูกค้า อย่างเท่าเทียมกัน	151 (37.75)	171 (42.75)	66 (16.50)	10 (2.50)	2 (0.50)	4.15 (มาก)
6.พนักงานให้การต้อนรับ อย่างอบอุ่น เมื่อเดินทาง มาถึง	159 (39.75)	147 (36.75)	82 (20.50)	10 (2.50)	2 (0.50)	4.13 (มาก)
7.พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี	163 (40.75)	157 (39.25)	70 (17.50)	8 (2.00)	2 (0.50)	4.18 (มาก)
8.พนักงานสามารถ ให้บริการและมีการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่าง รวดเร็วทันใจลูกค้า	159 (39.25)	137 (34.25)	80 (20.00)	16 (4.00)	8 (2.00)	4.06 (มาก)
9.พนักงานมีบุคลิกภาพ และการแต่งกายดี	111 (27.75)	165 (41.25)	98 (24.50)	24 (6.00)	2 (0.50)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.10 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด



จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.18) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี และพนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. การจองห้องพักจาก ช่องทางการจำหน่ายที่ เลือก มีความรวดเร็ว และถูกต้อง	152 (38.00)	168 (42.00)	70 (17.50)	10 (2.50)	0 (0.00)	4.16 (มาก)
2. มีการจัดเตรียมแพที่ พักรให้เรียบร้อยก่อน เข้าพักร	163 (40.00)	165 (41.25)	64 (16.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.21 (มาก)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3. มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก	157 (39.25)	157 (39.25)	68 (17.00)	18 (4.50)	0 (0.00)	4.13 (มาก)
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น	132 (33.00)	184 (46.00)	62 (15.50)	12 (3.00)	10 (2.50)	4.04 (มาก)
5. มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	146 (36.50)	154 (38.50)	84 (21.00)	16 (4.00)	0 (0.00)	4.08 (มาก)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน	151 (37.75)	155 (38.75)	72 (18.00)	22 (5.50)	0 (0.00)	4.09 (มาก)
7. การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out	141 (35.25)	157 (39.25)	18 (22.00)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>4.11 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพที่พักรให้เรียบร้อยก่อนเข้าพักร ผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการจองห้องพักรจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพักร (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักรจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.08) การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพักร การจัดหาห้องพักรและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	116 (29.00)	173 (43.25)	99 (24.75)	10 (2.50)	2 (0.50)	3.98 (มาก)
2. มีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย	54 (13.50)	177 (43.25)	119 (24.75)	34 (2.50)	16 (0.50)	3.55 (มาก)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3. การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย	85 (21.25)	191 (47.75)	94 (23.50)	24 (6.00)	6 (1.50)	3.81 (มาก)
4. ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	163 (40.75)	175 (43.75)	52 (13.00)	6 (1.50)	4 (1.00)	4.22 (มาก)
5. การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	131 (32.75)	163 (40.75)	84 (21.00)	16 (4.00)	6 (1.50)	3.99 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.90 (มาก)</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) อันดับรองลงมาได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.99) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าและระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	4
2.ปัจจัยด้านราคา	3.94 (มาก)	5
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05 (มาก)	3
4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79 (มาก)	7
5.ปัจจัยด้านบุคลากร	4.10 (มาก)	2
6.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.11 (มาก)	1
7.ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.90 (มาก)	6
<b>ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด</b>	<b>3.99</b> <b>(มาก)</b>	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.11) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.แพที่พักรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.13 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
2.การมีแพที่พักรให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหรา	4.23 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)
3.ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพที่พักร	4.30 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)
4.ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)
5.มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)
6.มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย	3.87 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)
7.ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม	4.26 (มาก)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.13 (มาก)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรวมอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพพัก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.26) การมีแพที่พักรให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหრა (ค่าเฉลี่ย 4.23) แพที่พักรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรวมอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.29) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพพัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) การมีแพที่พักรให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหრა (ค่าเฉลี่ย 3.83) แพที่พักรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาแพที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
2. มีอัตราค่าบริการแพที่พักต่ำกว่าแพทั่วไป	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)
3. ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)
94. มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)
5. ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)
6. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)
7.สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสด เพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท	3.82 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)
8.มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	4.30 (มาก)	3.91 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด



จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) อันดับรองลงมาได้แก่ ราคาแพคเกจที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาอาหาร เครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.08) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีอัตราค่าบริการแพคเกจต่ำกว่าแพคเกจทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.89) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าราคาแพคเกจที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) อันดับรองลงมาได้แก่ ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีอัตราค่าบริการแพคเกจต่ำกว่าแพคเกจทั่วไปและราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. มีบริการจองแพที่พักรได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)
2. ทางเข้าแพที่พักรสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
4. มีเว็บไซต์(Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่พักร	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)	4.09 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.12 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจองแพที่พักรได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.31) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่พักร (ค่าเฉลี่ย 4.16) ทางเข้าแพที่พักรสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.08) ไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักรในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามิบริการจองแพที่ปักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.14) อันดับรองลงมา ได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่ปัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทางเข้าแพที่ปักสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)
2. มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ	3.97 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)
3. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพที่ปัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)
5. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)
6. มีการลดราคาแพที่ปักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป	3.78 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีกิจกรรมผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ และมีการลดราคาแพคเกจที่พักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.82) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวและมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการโฆษณาตามสื่อ

หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพที่แพค เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่แพคในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.พนักงานพุดจาสุภาพเรียบร้อย	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)
2.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)
3.พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี	4.22 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)
4.พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	4.22 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)
5.พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	4.25 (มาก)	4.05 (มาก)	4.15 (มาก)
6.พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)
7.พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.29 (มาก)	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)
8.พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
9.พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.17 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.29) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.25) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.14) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีพนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดีและพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การจองห้องพักจากช่องทางที่กำหนดที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง	4.28 (มาก)	4.03 (มาก)	4.15 (มาก)
2. มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	4.30 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)
3. มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)	4.13 (มาก)
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)
5. มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7. การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดการห้องพักและการ Check out	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.19 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่ากระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) อันดับรองลงมาได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.25) การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดการห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักรจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่ากระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.12) อันดับรองลงมาได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักรจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) การจองห้องพักจากช่องทางการ



เจ้าหน้าที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น และมีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.01) และการให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย (n=202)	หญิง (n=198)	รวม (n=400)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)
2. มีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย	3.73 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
3. การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย	3.95 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)
4. ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	4.30 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)
5. การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	4.13 (มาก)	3.85 (มาก)	3.99 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายเห็นว่าสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบ

เงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) อันดับรองลงมาได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงเห็นว่าสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.13) อันดับรองลงมาได้แก่ ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.แพคเกจที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.74 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)
2.การมีแพคเกจให้เลือกหลาย ระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหรา	3.81 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)
3.ความแข็งแรงคงทนของ โครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการ ออกแบบแพคเกจ	4.04 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)	4.23 (มาก)
4.ระบบรักษาความปลอดภัย เห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	4.08 (มาก)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)
5.มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี	3.76 (มาก)	4.01 (มาก)	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)
6.มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทาง น้ำที่หลากหลาย	3.46 (มาก)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)
7.ความสะอาดของแพคเกจ รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้า ห่ม	3.82 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.81 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 6 ข้อ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพคเกจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความสะอาดของแพคเกจรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 3.82) การมีแพคเกจให้เลือกหลายระดับเริ่มต้น ปานกลาง หรรษา (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.76) แพคเกจมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียงข้อเดียวคือ มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.46) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพคเกจ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะอาดของแพคเกจรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.28) การมีแพคเกจให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หรรษา (ค่าเฉลี่ย 4.15) แพคเกจมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.38) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพคเกจ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะอาดของแพคเกจรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.20) การมีแพคเกจให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หรรษา (ค่าเฉลี่ย 4.11) แพคเกจมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ราคาแพคเกจที่มีความเหมาะสม สัมกับคุณภาพการให้บริการ	3.79 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
2.มีอัตราค่า บริการแพคเกจต่ำกว่าแพคเกจอื่น ๆ ไป	3.52 (มาก)	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)
3.ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.72 (มาก)	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
4.มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด	3.73 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)
5. ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด	3.73 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
6.ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น	3.57 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
7.สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	4.28 (มาก)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
8.มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	3.76 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>4.11 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าราคาแพคเกจพักรีสอร์ทมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.72) สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.59) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีอัตราค่าบริการแพคเกจพักรีสอร์ทต่ำกว่าแพคเกจอื่นๆ ไป (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าราคาแพ็คเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.29) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) ราคาอาหารเช้าเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.19) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีอัตราค่าบริการแพ็คเกจต่ำกว่าแพ็คเกจทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.01) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีผลการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.28) อันดับรองลงมาได้แก่ ราคาแพ็คเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาอาหารเช้าเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.99) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีอัตราค่าบริการแพ็คเกจต่ำกว่าแพ็คเกจทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. มีบริการจองแพคเกจที่พักได้หลายช่อง ทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.02 (มาก)	4.41 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)
2. ทางเข้าแพคเกจที่พักสะดวกสบายไม่เปลี่ยวไม่น่ากลัว	3.81 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ	3.66 (มาก)	4.13 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
4. มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพคเกจที่พัก	3.84 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>4.24 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่า มีบริการจองแพคเกจที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจ



เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.02) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพ็คเกจ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ทางเข้าแพ็คเกจสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.24)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่า มีบริการจองแพ็คเกจที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.41) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพ็คเกจที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ทางเข้าแพ็คเกจสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.15) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าบริการจองแพ็คเกจที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพ็คเกจที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ทางเข้าแพ็คเกจสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาว  
ไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร การท่องเที่ยว	3.53 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)
2. มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ	3.52 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
3. มีส่วนลดให้กับลูกค้า ที่มาประจำ	3.56 (มาก)	3.99 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำ เกี่ยวกับแพที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น	3.41 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)
5. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้า พักหลายวัน	3.48 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)
6. มีการลดราคาแพที่พัก ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาล ท่องเที่ยว	3.51 (มาก)	4.08 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7. มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป	3.27 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.46 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 4 ข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีการลดราคาแพคเกจที่พักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียง 3 ข้อ ได้แก่ มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.48) และมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.08) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการลดราคาแพคเกจในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจ เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไปเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไปเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.96) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการลดราคาแพคเกจในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจ เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจทัวร์ในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.พนักงานพูดจาสุภาพ เรียบร้อย	3.91 (มาก)	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
2.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดี	3.91 (มาก)	4.32 (มาก)	4.18 (มาก)	4.15 (มาก)
3.พนักงานมีทักษะในการ สื่อสารดี	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)
4.พนักงานมีความชำนาญใน การให้บริการ	3.87 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
5.พนักงานบริการลูกค้าอย่าง เท่าเทียมกัน	3.92 (มาก)	4.31 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)
6.พนักงานให้การต้อนรับ อย่างอบอุ่น เมื่อเดินทาง มาถึง	3.86 (มาก)	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)
7.พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี	3.9 (มาก)	4.35 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)
8.พนักงานสามารถให้ บริการและมีการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า	3.79 (มาก)	4.27 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
9.พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งกายดี	3.61 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	3.85 (มาก)	4.28 (มาก)	4.1 (มาก)	4.1 (มากที่สุด)

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.94) อันดับรองลงมาได้แก่พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 3.86) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็น

อย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.35) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพุดจา  
สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.34) พนักงานมีมนุษยดี (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานมีความชำนาญในการ  
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) พนักงานให้การ  
ต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.31) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.29)  
พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27)  
และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผล  
ต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.1)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป  
เห็นว่าปัจจัยบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจ  
ใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) อันดับรองลงมาได้แก่  
พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานพุดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.19)  
พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ  
อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานมีความชำนาญใน  
การให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่าง  
รวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.99)  
ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาว  
ไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดกระบวนการ ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การจองห้องพักจากช่อง ทางการจำหน่ายที่เลือก มี ความรวดเร็วและถูกต้อง	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)
2. มีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักให้ เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
3. มีการดูแลเอาใจใส่ในทุก ขั้นตอนของการเข้าพัก	3.90 (มาก)	4.31 (มาก)	4.16 (มาก)	4.13 (มาก)
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มี บริการน้ำดื่ม เป็นต้น	3.84 (มาก)	4.23 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
5. มีการให้บริการที่ถูกต้อง ตรงตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว	3.80 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)
6. ความสะดวกรวดเร็วใน การติดต่อสอบถาม รายละเอียดที่พักจาก พนักงาน	3.85 (มาก)	4.27 (มาก)	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)



ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
7. การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out	3.81 (มาก)	4.23 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.87 (มาก)	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) อันดับรองลงมาได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน 3.85 มีการต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักรื้อก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.35) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.31) การจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.23) และการให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามี การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.26) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักรื้อก่อนเข้าพัก 4.25 การจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.16) การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถาน ประกอบการที่สามารถ มองเห็นได้ชัดเจน	3.82 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)
2. มีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย	3.30 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.55 (มาก)
3.การจัดการที่จอดรถเป็น ระเบียบ เรียบร้อย	3.63 (มาก)	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
4.ความสงบเงียบและ บรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)
5.การตกแต่งภายในห้องพัก มีความสวยงาม	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)	4.02 (มาก)	3.99 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.71 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4 ข้อ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม

(ค่าเฉลี่ย 3.75) และการจัดการที่จืดจางเรียบ รียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียงข้อเดียวคือ มีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33) อันดับรองลงมาได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) การจัดการที่จืดจางเรียบ รียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศ ที่เป็นธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.23) การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.02) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดการที่จืดจางเรียบ รียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.6 ส่วนที่ 6 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยอัตราค่าแพคเกจพักร้อน

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจพักร้อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	อัตราค่าแพคเกจพักร้อน			รวม (n=400)
	1,001- 2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป (n=135)	
1.แพคเกจพักร้อนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.01 (มาก)	4.01 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)
2.การมีแพคเกจพักร้อนให้เลือกหลาย ระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หรรษา	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)
3.ความแข็งแรงคงทนของ โครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการ ออกแบบแพคเกจพักร้อน	4.25 (มาก)	4.41 (มาก)	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)
4.ระบบรักษาความปลอดภัยเห็น ได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	4.33 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.31 (มาก)
5.มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)
6.มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำ ที่หลากหลาย	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
7.ความสะอาดของแพคเกจพักรวมถึง ชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม	4.17 (มาก)	4.32 (มาก)	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>4.23 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพที่พัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.45) อันดับรองลงมาได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.17) การมีแพที่พักให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหრა (ค่าเฉลี่ย 4.07) แพที่พักมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.52) อันดับรองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 4.32) การมีแพที่พักให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหრა (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) แพที่พักมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 6 ข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสะอาดของแพที่พักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม (ค่าเฉลี่ย 3.86) การมีแพที่พักให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหრა (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) แพที่พักมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ และเห็นว่ามิมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียงข้อเดียวคือ มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อัตราราคาค่าแพคเกจ			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป (n=135)	
1. ราคาแพคเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	4.10 (มาก)	4.33 (มาก)	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)
2. มีอัตราค่าบริการแพคเกจต่ำกว่าแพคเกจอื่น ๆ	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)	3.55 (มาก)	3.82 (มาก)
3. ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.02 (มาก)	4.25 (มาก)	3.73 (มาก)	3.99 (มาก)
4. มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด	3.98 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)
5. ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด	3.99 (มาก)	4.22 (มาก)	3.76 (มาก)	3.98 (มาก)
6. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)	3.59 (มาก)	3.86 (มาก)
7. สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)
8. มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง	4.21 (มาก)	4.34 (มาก)	3.79 (มาก)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>4.17 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพพักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามี การคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) อันดับรองลงมาได้แก่ ราคาแพที่พักรมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆอย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีอัตราค่าบริการแพที่พักรต่ำกว่าแพอื่นๆ ไป (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพพักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามี การคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.34) อันดับรองลงมาได้แก่ ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.33) ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม และมีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.25) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีอัตราค่าบริการแพที่พักรต่ำกว่าแพอื่นๆ ไป (ค่าเฉลี่ย 4.05) และสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพพักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคาในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามี การคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.82) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.79) ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม



(ค่าเฉลี่ย 3.73) สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.61) ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีอัตราค่าบริการแพที่พักต่ำกว่าแพทั่วๆ ไป (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกแพที่พักที่พักรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพที่พัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อัตราราคาแพที่พัก			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป (n=135)	
1. มีบริการจองแพที่พักได้หลาย ช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.22 (มาก)	4.43 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)
2. ทางเข้าแพที่พักสะดวกสบาย ไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว	4.03 (มาก)	4.16 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีที่จอดรถกว้างขวางและ เพียงพอ	3.85 (มาก)	4.24 (มาก)	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)
4. มีเว็บไซต์(Web Site) ในการ ให้ข้อมูลของแพที่พัก	4.08 (มาก)	4.35 (มาก)	3.86 (มาก)	4.09 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>4.29 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาทเห็นว่ปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามึบริการจองแพที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต

เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่ปัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ทางเข้าแพที่ปักสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่ปักในราคา 2,001-3,000 บาทเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่ปักในราคา 2,001-3,000 บาทเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจองแพที่ปักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.43) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่ปัก (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และทางเข้าแพที่ปักสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่ปักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่ปักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจองแพที่ปักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.04) อันดับรองลงมาได้แก่ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพที่ปัก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ทางเข้าแพที่ปักสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อัตราค่าแพคเกจ			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป (n=135)	
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร นิตยสารการท่องเที่ยว	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	3.56 (มาก)	3.87 (มาก)
2. มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้าย โฆษณาต่างๆ	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)	3.55 (มาก)	3.83 (มาก)
3. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	3.61 (มาก)	3.84 (มาก)
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ แพคเกจ เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบ ห้องพัก แผนที่ เป็นต้น	3.78 (มาก)	4.04 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
5. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลาย วัน	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.53 (มาก)	3.80 (มาก)
6. มีการลดราคาแพคเกจในช่วงที่ ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	3.85 (มาก)	4.16 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)
7. มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือ ได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้ง ต่อไป	3.65 (มาก)	4.01 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)	3.50 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีโปรโมชั่นผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.90) อันดับรองลงมาได้แก่ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพ็คเกจที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีโปรโมชั่นผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.18) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการลดราคาแพ็คเกจที่พักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพ็คเกจที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และมีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 5 ข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.56) มีการลดราคาแพ็คเกจที่พักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียง 2 ข้อ ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพ็คเกจที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก

แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามจำแนกตามอัตราราคาแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อัตราราคาแพคเกจ			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป (n=135)	
1.พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย	4.15 (มาก)	4.39 (มาก)	3.95 (มาก)	4.16 (มาก)
2.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ อัธยาศัยดี	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)	3.95 (มาก)	4.15 (มาก)
3.พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี	4.12 (มาก)	4.37 (มาก)	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)
4.พนักงานมีความชำนาญในการ ให้บริการ	4.09 (มาก)	4.39 (มาก)	3.90 (มาก)	4.12 (มาก)
5.พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่า เทียมกัน	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)	3.95 (มาก)	4.15 (มาก)
6.พนักงานให้การต้อนรับอย่าง อบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)
7.พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.18 (มาก)	4.40 (มาก)	3.97 (มาก)	4.18 (มาก)
8.พนักงานสามารถให้บริการและ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่าง รวดเร็วทันใจลูกค้า	4.01 (มาก)	4.37 (มาก)	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 4.43 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามจำแนกตามอัตราราคาแพที่พัค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อัตราราคาแพที่พัค			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป (n=135)	
9.พนักงานมีบุคลิกภาพและการ แต่งกายดี	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>	<b>4.34 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง,  
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พัคในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พัคในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พัคในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.18) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี และพนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พัคในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พัคในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พัคในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) อันดับ

รองลงมาได้แก่ พนักงานพุดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 4.36) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพคเกจพักร้อนในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักร้อนในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพคเกจพักร้อนในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.97) อันดับรองลงมาได้แก่ พนักงานพุดจาสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อัตราค่าแพคเกจ			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป (n=135)	
1. การจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)	3.94 (มาก)	4.15 (มาก)
2. มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	4.24 (มาก)	4.39 (มาก)	4.01 (มาก)	4.21 (มาก)
3. มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น	4.01 (มาก)	4.28 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)
5. มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.10 (มาก)	4.30 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน	4.07 (มาก)	4.33 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)
7. การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out	4.10 (มาก)	4.26 (มาก)	3.84 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.11 (มาก)</b>	<b>4.32 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>4.10 (มาก)</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด



จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักราคาในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพที่พักรให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.24) อันดับรองลงมาได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักราคาในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพที่พักรให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.39) อันดับรองลงมาได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28) และการให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักราคาในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่ามีการจัดเตรียมแพที่พักรให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.01) อันดับรองลงมาได้แก่ มีการจัดเตรียมแพที่พักรให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการให้บริการที่ถูกต้องตรง

ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราราคาแพคเกจที่พัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อัตราราคาแพคเกจที่พัก			รวม (n=400)
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001- 3,000 บาท (n=122)	มากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป (n=135)	
1. ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถาน ประกอบการที่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน	3.95 (มาก)	4.16 (มาก)	3.84 (มาก)	<b>3.98</b> (มาก)
2. มีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อ การผ่อนคลาย	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	<b>3.55</b> (มาก)
3. การจัดการที่จอดรถเป็น ระเบียบ เรียบร้อย	3.76 (มาก)	4.05 (มาก)	3.66 (มาก)	<b>3.81</b> (มาก)
4. ความสงบเงียบและ บรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.10 (มาก)	<b>4.22</b> (มาก)
5. การตกแต่งภายในห้องพักมี ความสวยงาม	3.98 (มาก)	4.24 (มาก)	3.79 (มาก)	<b>3.99</b> (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88</b> (มาก)	<b>4.11</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)	<b>3.90</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพคเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพคเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) อันดับรองลงมาได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมี

ความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาทเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักราคาในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคา 2,001-3,000 บาทเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.37) อันดับรองลงมาได้แก่ การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักราคาในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4 ข้อมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.84) การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางเพียงข้อเดียวคือ มีสนามหญ้าสวนหย่อมเพื่อการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 3.36)

4.7 ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร

ในการวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้ศึกษาจะทดสอบเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวม และรายด้านเท่านั้น จะไม่ทดสอบรายย่อยของแต่ละด้าน เพื่อให้เห็นประเด็นชัดเจนว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวที่จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร และการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะใช้สถิติ t-test และ F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติ t-test กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ได้แก่ เพศ ใช้สถิติ F-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร กรณีที่พบความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 46 – 64

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ		t	Sig.
	ชาย (n = 202)	หญิง (n = 198)		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)	3.177	0.002*
2.ปัจจัยด้านราคา	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)	2.842	0.005*
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	1.777	0.076*
4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	2.185	0.029*

ตารางที่ 4.46 (ต่อ) การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ		t	Sig.
	ชาย (n = 202)	หญิง (n = 198)		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
5.ปัจจัยด้านบุคลากร	4.18 (มาก)	4.03 (มาก)	1.869	0.062
6.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	2.238	0.026*
7.ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.04 (มาก)	3.78 (มาก)	3.642	0.000*
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.08</b> (มาก)	<b>3.90</b> (มาก)	<b>2.852</b>	<b>0.005*</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.19) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย = 4.04) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.03) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.02) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.93) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.83) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.78) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.71) ตามลำดับ

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			F	Sig.
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n = 128)	10,001- 20,000 บาท (n = 150)	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป (n = 112)		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.82 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	10.959	0.000*
2.ปัจจัยด้านราคา	3.68 (มาก)	4.12 (มาก)	3.99 (มาก)	14.163	0.000*
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83 (มาก)	4.24 (มาก)	4.07 (มาก)	12.571	0.000*
4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)	3.91 (มาก)	18.573	0.000*
5.ปัจจัยด้านบุคลากร	3.85 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	11.767	0.000*
6.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.88 (มาก)	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	10.577	0.000*
7.ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.72 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	7.787	0.000*
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>4.16 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>	<b>15.760</b>	<b>0.000*</b>

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 6 ปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 3.85) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.83) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.72) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.68) ตามลำดับ และเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเพียงปัจจัยเดียวคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.29) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.24) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.17) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.05) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.15) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.07) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.99) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.94) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ตามลำดับ



เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่สำหรับด้านที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยใช้วิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) รายละเอียดแสดงผลดังตารางที่ 48 – 55

ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า
		10,000 บาท	20,000 บาท	20,001 ขึ้นไป
		3.75	4.16	4.05
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.75	-	(0.41*)	(0.30*)
10,001-20,000 บาท	4.16		-	(0.11)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	4.05			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

**ตารางที่ 4.49** การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.82	4.17	4.11
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.82	-	(0.35*)	(0.29*)
10,001-20,000 บาท	4.17		-	(0.06)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	4.11			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.50 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.68	4.12	3.99
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.68	-	(0.44*)	(0.31*)
10,001-20,000 บาท	4.12		-	(0.13)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	3.99			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.83	4.24	4.07
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.83	-	(0.41*)	(0.24*)
10,001-20,000 บาท	4.24		-	(0.17)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	4.07			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.47	3.99	3.91
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.47	-	(0.52*)	(0.44*)
10,001-20,000 บาท	3.99	-	-	(0.08)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	3.91	-	-	-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.85	4.29	4.15
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.85	-	(0.44*)	(0.30*)
10,001-20,000 บาท	4.29		-	(0.14)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	4.15			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.54 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.88	4.27	4.15
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.88	-	(0.39*)	(0.27*)
10,001-20,000 บาท	4.27		-	(0.12)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	4.15			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.55 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 ขึ้นไป
		3.72	4.05	3.94
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.72	-	(0.33*)	(0.22*)
10,001-20,000 บาท	4.05	-	-	(0.11)
มากกว่า 20,001 ขึ้นไป	3.94	-	-	-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.56 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อัตราค่าแพคเกจ			F	Sig.
	1,001-2,000 บาท (n=143)	2,001-3,000 บาท (n=122)	3,001 บาทขึ้นไป (n=135)		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	3.84 (มาก)	11.491	0.000*
2.ปัจจัยด้านราคา	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)	3.70 (มาก)	14.866	0.000*
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)	3.86 (มาก)	12.645	0.000*
4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.51 (มาก)	19.207	0.000*
5.ปัจจัยด้านบุคลากร	4.10 (มาก)	4.35 (มาก)	3.89 (มาก)	12.064	0.000*
6.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.12 (มาก)	4.33 (มาก)	3.90 (มาก)	11.082	0.000*
7.ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.89 (มาก)	4.11 (มาก)	3.75 (มาก)	8.849	0.000*
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>4.22 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>16.557</b>	<b>0.000*</b>

หมายเหตุ การแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจทุกระดับราคาเห็นว่าปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามอัตราราคาแพ็คเกจ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 4.10) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.05) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 4.35) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.33) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.29) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.11) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 3.89) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.84) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.75) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.70) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.51) ตามลำดับ



เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พักร โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคาต่างกัน เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคาต่างกัน เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่สำหรับด้านที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยใช้วิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) รายละเอียดแสดงผลดังตารางที่ 57 – 64

ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พักร

อัตราค่าแพที่พักร	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		4.00	4.22	3.78
1,001-2,000 บาท	4.00	-	(0.22)*	(0.22)*
2,001-3,000 บาท	4.22	-	-	(0.44)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.78	-	-	-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า

3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.58 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก

อัตราค่าแพที่พัก	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		4.06	4.23	3.84
1,001-2,000 บาท	4.06	-	(0.17)*	(0.22)*
2,001-3,000 บาท	4.23	-	-	(0.39)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.84	-	-	-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท

**ตารางที่ 4.59** การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก

อัตราค่าแพที่พัก	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		3.96	4.18	3.70
1,001-2,000 บาท	3.96	-	(0.22)*	(0.26)*
2,001-3,000 บาท	4.18		-	(0.48)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.70			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.60 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พักร

อัตราค่าแพที่พักร	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		4.05	4.29	3.86
1,001-2,000 บาท	4.05	-	(0.24)*	(0.19)*
2,001-3,000 บาท	4.29		-	(0.43)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.86			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.61 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พักร

อัตราค่าแพที่พักร	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		3.83	4.08	3.51
1,001-2,000 บาท	3.83	-	(0.25)*	(0.32)*
2,001-3,000 บาท	4.08		-	(0.57)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.51			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.62 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก

อัตราค่าแพที่พัก	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		4.10	4.35	3.89
1,001-2,000 บาท	4.10	-	(0.25)*	(0.21)*
2,001-3,000 บาท	4.35		-	(0.46)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.89			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.63 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พักร

อัตราค่าแพที่พักร	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		4.12	4.33	3.90
1,001-2,000 บาท	4.12	-	(0.21)*	(0.22)*
2,001-3,000 บาท	4.33		-	(0.43)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.90			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักรในราคา 1,001-2,000 บาท

ตารางที่ 4.64 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพที่พัก

อัตราค่าแพที่พัก	ค่าเฉลี่ย	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001 บาท ขึ้นไป
		3.89	4.11	3.75
1,001-2,000 บาท	3.89	-	(0.22)*	(0.14)
2,001-3,000 บาท	4.11		-	(0.36)*
มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป	3.75			-

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ผลต่างของค่าเฉลี่ย

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และมากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาใช้บริการแพที่พักริมอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 10 แพ ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ แพี่กละ 40 ราย ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกระจายการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ในกรณีที่การวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้วยวิธีการแบบแอลเอสดี (LSD) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีถิ่นที่อยู่ภาคกลาง

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมจังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง โดยจะท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเข้าพัก 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักริมมากที่สุดคือเพื่อน/ญาติพี่น้อง นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองแพที่พักริมทางโทรศัพท์ สำหรับเหตุผล

ในการเลือกแพที่ปักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรีเนื่องจากชอบสถานที่ และนักท่องเที่ยวใช้บริการแพที่ปักในราคา 1,001-2,000 บาท มากที่สุด

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริหารที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม และรายด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุดเป็นอันดับแรก แสดงผลดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุดเป็นอันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ
2. ปัจจัยด้านราคา	- มีการคิดราคาห้องแพและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- มีบริการจองแพที่ปักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสารการท่องเที่ยว
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	- มีการจัดเตรียมแพที่ปักให้เรียบร้อยก่อนเข้าแพ
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ มีการคิดราคาห้องแพและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ มีบริการจองแพที่ปักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ

การตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเทีวนิตยสารการท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ มีการจัดเตรียมแพที่ปักให้เรียบร้อยก่อนเข้าปัก และปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปักสูงสุด คือ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

แต่เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปัก 10 อันดับแรก แสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2 สรุปผลของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่ปัก 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.31 (มาก)	1
ความแข็งแรงคงทนของ โครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพที่ปัก	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.23 (มาก)	2
มีบริการจองแพที่ปักได้หลายช่องทางเช่น ทาง โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.23 (มาก)	2
ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.22 (มาก)	3
มีการจัดเตรียมที่ปักให้เรียบร้อยก่อนเข้าปัก	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.21 (มาก)	4
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.18 (มาก)	5
พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.16 (มาก)	6
การจองห้องปักจากช่องทางการจำหน่ายที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.16 (มาก)	6
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.15 (มาก)	7

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)สรุปผลของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจ 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.15 (มาก)	7
พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางมาถึง	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.13 (มาก)	8
การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.13 (มาก)	8
พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.12 (มาก)	9
พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.12 (มาก)	9
ความสะอาดของแพคเกจรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.11 (มาก)	10
มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	ด้านราคา	4.11 (มาก)	10

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลำดับต่อมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา ดังนั้นจึงเห็นได้ว่ากลุ่มปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ**

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ แสดงผลดังตารางที่ 67

**ตารางที่ 5.3 สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักสูงสุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ
2. ปัจจัยด้านราคา	- มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	- ราคาแพคเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- มีบริการจองแพคเกจที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	- มีบริการจองแพคเกจที่พักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว	- มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ - มีการลดราคาแพคเกจที่พักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	- พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	- มีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	- มีการจัดเตรียมแพคเกจที่พักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกแพคเกจสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกแพคเกจสูงสุด
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่ เป็นธรรมชาติ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่ เป็นธรรมชาติ

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆถูกต้อง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ราคาแพคเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ และมีการลดราคาแพคเกจในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

### ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ที่เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงผลดังตารางที่ 68

ตารางที่ 5.4 สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป
	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ทสูงสุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ
2. ปัจจัยด้านราคา	- ราคาแพคเกจพักรีสอร์ทมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	- ราคาแพคเกจพักรีสอร์ทมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	- มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- มีบริการจองแพคเกจพักรีสอร์ทได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	- มีบริการจองแพคเกจพักรีสอร์ทได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	- มีบริการจองแพคเกจพักรีสอร์ทได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป
	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	- มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำ เทีว นิตยสารการท่องเที่ยว	- การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำ เทีว นิตยสารการท่องเที่ยว - มีการโฆษณาตามสื่อหรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ - มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ราคาแพคเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง



ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีบริการจองแพคเกจพักรักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร นิตยสารท่องเที่ยว และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร นิตยสารท่องเที่ยว มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการจัดเตรียมแพคเกจพักรักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

**ส่วนที่ 6 การเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรักในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจพักรัก**

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพคเกจพักรักทุกระดับราคา เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรักในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรักสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจพักรัก แสดงผลดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 สรุปผลปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีสูงสุดเป็นอันดับแรก จำแนกตามอัตราค่าแพคเกจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อัตราค่าแพคเกจ		
	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป
	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจสูงสุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	- ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ลักษณะการออกแบบแพคเกจ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ	- ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ
2. ปัจจัยด้านราคา	- มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	- มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง	- ราคาแพคเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
3. ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	- มีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	- มีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	- มีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว	- มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว	- มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	- พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก	- มีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ	- ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ความแข็งแรงคงทนของ โครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพ็คเกจ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 2,001-3,000 บาท และมากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เลื่อนชูชีพ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการคิดราคา ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างถูกต้อง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจใน ราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ราคาแพ็คเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจทุกระดับราคา เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีบริการจองแพ็คเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสารการท่องเที่ยว และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจทุกระดับราคาเห็นว่ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจทุกระดับราคา เห็นว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ มีการจัดเตรียมแพ็คเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแพ็คเกจทุกระดับราคาเห็นว่ ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 70

ตารางที่ 5.6 สรุปผลการการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอัตราค่าแพที่พักร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	อัตราค่าแพที่พักร
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	✓	✓	✓
2. ปัจจัยด้านราคา	✓	✓	✓
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	✓
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	×	✓	✓
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	✓	✓	✓
7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	✓	✓	✓
รวม	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

× หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน และใช้บริการแพที่พักรในราคาต่างกัน เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม และรายด้านย่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวม และรายด้านย่อยเกือบทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากรที่ไม่พบความแตกต่าง

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ มุ่งศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมที่มีผลการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **วิจิตร ชัยพฤษณ์ เจริญ (2554)** ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีผลการตัดสินใจเลือกแพที่พักรในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แต่ละด้านสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **การะเกด แก้วมรกต (2554)** ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกระบี่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ ระบบรักษาความปลอดภัยเห็น ได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **วิจิตร ชัยพฤษณ์ เจริญ (2554)** ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **วิจิตร ชัยพฤษณ์ เจริญ (2554)** ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ชัยญา ทัศนะไทย (2555)** ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ

การตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของการะเกด แก้วมรกต (2554) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ การมีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชมาศ มิ่งขวัญ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการมีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2554) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2554) ที่พบว่า การโฆษณาตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2554) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยญา ทัศนะไชย (2555) ที่พบว่า พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยญา ทัศนะไชย (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องมีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพักนั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2554) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึงมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยญา ทัศนะไชย (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีผลในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็น

ว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษของการะเกด แก้วมรกต (2554) ที่พบว่า บรรยากาศของ โรงแรมเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี มีข้อค้นพบดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งต่อปี โดยจะท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน แต่จะเข้าพักเพียง 1 คืนเท่านั้น เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกแพคเกจพักรีสอร์ทเนื่องจากชอบสถานที่ และญาติหรือเพื่อนแนะนำ อีกทั้งเพื่อน/ญาติพี่น้องจะมีส่วนในการตัดสินใจเลือกแพคเกจพักรีสอร์ท และจะใช้โทรศัพท์เพื่อจองแพคเกจพักรีสอร์ทมากที่สุด

3. ปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ เป็นปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคา 2,001-3,000 บาท และมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป ต่างก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคา 1,001-2,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยเรื่องความแข็งแรงคงทนของ โครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพคเกจพักรีสอร์ทเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก แสดงให้เห็นว่า ความแข็งแรง คงทนของ โครงสร้างแพคเกจพักรีสอร์ทมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยเกือบทุกเรื่องมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องมีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

4. ปัจจัยย่อยเรื่องมีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง และ ราคาแพคเกจพักรีสอร์ทมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยในด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับต้นๆ โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป และใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท จะให้ความสำคัญกับการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท และใช้บริการแพคเกจพักรีสอร์ทในราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป จะให้ความสำคัญกับราคาแพคเกจพักรีสอร์ทมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

5. ปัจจัยย่อยเรื่องการมีบริการจองแพคเกจพักรักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เป็นปัจจัยในด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจพักรักทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องการมีบริการจองแพคเกจพักรักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

6. ปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว และมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำเป็นปัจจัยในการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับต้นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และใช้บริการแพคเกจพักรักในราคา 1,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับต้นๆ เช่นกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และใช้บริการแพคเกจพักรักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพคเกจพักรักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยในเรื่องการมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพคเกจพักรัก เช่น ราคา ห้องพักรัก รูปแบบห้องพักรัก แผนที่ เป็นต้น และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ยังเห็นว่าปัจจัยย่อยในเรื่องการมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวันมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

7. ปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีเป็นปัจจัยในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจพักรักทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

8. ปัจจัยย่อยเรื่องมีการจัดเตรียมแพคเกจพักรักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพักเป็นปัจจัยในด้านการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจพักรักทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องมีการจัดเตรียมแพคเกจพักรักให้เรียบร้อยก่อนเข้าพักเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

9. ปัจจัยย่อยเรื่องความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติเป็นปัจจัยในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจพักรักทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิง กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มที่ใช้บริการแพคเกจพักรัก



ในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยเกือบทุกเรื่องมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องมีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เท่านั้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกแพ็คเกจในจังหวัดกาญจนบุรี มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการแพ็คเกจในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในแต่ละปัจจัยทางการตลาด ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 2,001-3,000 บาท และมากกว่า 3,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญ และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรที่จะให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัยในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะการเตรียมเสื้อชูชีพให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรว่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยที่มีชื่อเสียงหรือประสานงานกับสถานีตำรวจเพื่อมีส่วนร่วมในการตรวจตรารักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และควรที่จะทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการเอาใจใส่ของผู้ประกอบการในด้านความปลอดภัยต่างๆ ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการให้บริการ นอกจากนี้ควรสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวว่าแพ็คเกจมีโครงสร้างที่แข็งแรง มั่นคง มีการออกแบบที่ได้มาตรฐาน และปลอดภัย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เห็นว่าปัจจัยย่อยในเรื่องความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพ็คเกจเป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำให้หลากหลาย เช่น มีสไลเดอร์ เรือพาย เป็นต้น แม้ว่านักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพ็คเกจในราคา 1,001-2,000 บาท จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ก็ควรจัดกิจกรรมทางน้ำให้หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมกับครอบครัว หรือเพื่อนๆ และเพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง และราคาแพ็คเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรกำหนดอัตราค่าแพ็คเกจให้เหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ตลอดจนกำหนดราคาที่พักอย่างให้แข่งกับคู่แข่งมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง มีรายได้น้อยกว่า

10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท และใช้บริการแพคเกจที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยในเรื่องราคาแพคเกจที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการควรหมั่นตรวจตราพนักงานว่ามีการบวกเพิ่มบิลอื่นๆ ให้แก่ลูกค้าหรือไม่ เช่น การคิดราคาห้องพัก ค่าน้ำดื่ม อาหาร เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่างบราคาที่พัก และรู้สึกสบายใจที่ไม่มีมีการบวกบิลเพิ่มเติม เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป และใช้บริการแพคเกจที่พักในราคา 1,001-2,000 บาท และ 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยในเรื่องของการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง เป็นอันดับแรก

แต่อย่างไรก็ตามทางผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามฤดูกาล (Seasonal Pricing) เพื่อกระตุ้นยอดขายในเวลาที่ถูกค้ำมาใช้บริการน้อย โดยใช้ราคาที่ถูกลงเป็นแรงจูงใจ เช่น การกำหนดราคาช่วง Low Season ให้ต่างจากช่วง High Season อย่างเห็นได้ชัด หรือแม้กระทั่งการตั้งราคาห้องพักพิเศษในแต่ละช่วงวันในสัปดาห์ เช่น ลดราคาพิเศษเฉพาะวันจันทร์ถึงพฤหัสบดีที่ไม่ตรงกับวันหยุด เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมายังแพคเกจที่พักในจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุดคือ ช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน จึงควรกำหนดราคาพิเศษในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักน้อย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องการมีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจทุกระดับราคาก็เห็นว่า ปัจจัยย่อยเรื่องการมีบริการจองแพคเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการติดต่อจองแพคเกจที่หลากหลาย และต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกในการจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มีประสิทธิภาพ อีกทั้งจัดให้มีพนักงานรับผิดชอบการจองห้องพักที่มีความรู้ ความชำนาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์ สามารถให้บริการได้ทันที รวมถึงการจองผ่านเว็บไซต์ของแพคเกจที่พัก ควรมีการออกแบบระบบการจองห้องพักอย่างรวดเร็วและถูกต้องผ่านทางหน้าเว็บไซต์ โดยใช้ระบบการให้บริการ Web Server ที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว รองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่สนใจจากที่ต่างๆ ได้ และใช้โปรแกรมที่มีความถูกต้องแม่นยำ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในระดับสูง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการควรมีการขยายคู่สายโทรศัพท์ให้มีหลายคู่สาย และควรมีเบอร์ติดต่อหลายเบอร์ รวมทั้งมีโทรศัพท์มือถือด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อจองที่พัก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และใช้บริการแพคเกจที่พักในราคา 1,001-3,000 บาท เห็นว่ามีผลต่อการ

ตัดสินใจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์สถานที่พักผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแพที่พัก ตลอดจนบุคลากรที่มีหน้าที่ในการให้บริการทุกคน ควรให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างดีที่สุด เพราะหากนักท่องเที่ยวมาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจ ก็จะมีการบอกต่อไปยังญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก อีกทั้งยังช่วยให้โรงแรมประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และยังเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการแพที่พักได้มากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการที่พักแรมที่ยังไม่มีเว็บไซต์ของแพที่พักอย่างเป็นทางการ จึงควรเร่งพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแพที่พัก โดยมีการออกแบบที่ใช้ขนาดตัวอักษรและสีที่ง่ายต่อการอ่าน และควรพัฒนาข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะข้อมูลด้านราคาห้องพักในแต่ละช่วงเวลาทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยระบุราคาในแต่ละช่วงเวลาอย่างชัดเจน และอาจพิจารณาใช้ช่องทางสื่อสังคม Social Media เช่น Facebook หรือ Twitter ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน มาช่วยในการประชาสัมพันธ์แพที่พัก ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ได้ผลดีและมีต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการอาจลงมือเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองหรือจัดให้มีพนักงานผู้รับผิดชอบคอยป้อนข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว ซึ่งจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ชื่อของสถานที่ปรากฏอยู่บนฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลดีในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้เครื่องมือสืบค้น (Search Engine) ในการค้นหาแพที่พักแพในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี

แต่อย่างไรก็ตามทางผู้ประกอบการก็ควรมีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ ด้วยการให้ส่วนลด เป็นต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และใช้บริการแพที่พักในราคามากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพที่พักในราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยในเรื่องการมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพที่พัก เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และมีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป ต่อไป มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น แต่ทางผู้ประกอบการก็ควรทำกิจกรรมในเรื่องนี้ด้วย แต่อาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ การนำเสนอให้สะดุดตา และควรมีการส่งเสริมการขาย นอกจากการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเก่าที่แนะนำลูกค้าใหม่ 10-20% หรือการจัดทำบัตรสะสมแต้มเพื่อเก็บสะสมแลกที่พักริ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเก่าแนะนำให้ลูกค้าใหม่มาพักแพที่พัก แม้ว่าจะมีผลต่อการเลือกแพที่พักในระดับปานกลางของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแพที่พักในราคา มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไปก็ตาม

**ด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรเริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักในงานด้านการบริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความเคารพและให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ให้บริการได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว และมีทักษะในการสื่อสารได้ดี พูดจาชัดเจน ชัดคำ มีไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ นอกจากนี้ควรทำการฝึกอบรมทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญในการให้บริการมากขึ้นรวมถึงการส่งมอบการดูแลเอาใจใส่ในทุกกระบวนการให้บริการตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาและออกไป อีกทั้งพนักงานทุกคนควรดูแล และเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยที่ดี พูดจาสุภาพเรียบร้อย และให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเมื่อเดินทางมาถึง ตลอดจนทางผู้ประกอบการควรที่จะทำการสื่อสารให้ลูกค้าภายนอกหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบว่า ทางเจ้าของแพคเกจดูแล เอาใจใส่นักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนญาติคนหนึ่ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความอบอุ่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

**ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีการจัดเตรียมแพคเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพักเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจเป็นอันดับแรก ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในส่วนนี้ด้วยการหมั่นตรวจสอบห้องพักด้วยตนเอง แม้จะเป็นช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักมากนักก็ตาม แต่ห้องพักต้องมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้เสมอ เช่น การตรวจสอบน้ำ - ไฟ การตรวจสอบข้าวของเครื่องใช้ว่ายังทำงานได้ดีหรือไม่ เช่น เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ โทรศัพท์ รวมถึงเตียงนอน หมอน ผ้าห่ม หากมีการปูที่ไว้เป็นเวลานาน จำเป็นต้องมีการพลิกตรวจดูว่ามีคราบสกปรก ผุ หรือแมลงเข้าไปอาศัยอยู่หรือไม่เสมอ ผ้าขนหนูและผ้าเช็ดเท้า หากไม่มีผู้เข้าพักควรเก็บพับไว้ในตู้อย่างเรียบร้อย ในบริเวณห้องพัก ควรมีการเช็ดถูและปิดกวางดหยากรไย ห้องน้ำควรได้รับการจัดพื้นคราบต่างๆ และฉีดพ่นน้ำยาดับกลิ่นหากมีความจำเป็น เพื่อคงสภาพห้องพักที่พร้อมแก่การให้บริการอยู่เสมอ

**ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าเพศชายหรือหญิง มีรายได้ทุกระดับ และใช้บริการแพคเกจทุกระดับราคาต่างก็เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแพคเกจเป็นอันดับแรก ดังนั้น การเลือกจุดจอดแพ ควรเลือกจุดที่มีทิวทัศน์สวยงาม น้ำไม่ไหลเชี่ยว และสะอาด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ชมความงามของทิวทัศน์ ที่มีความเงียบสงบ มีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น อีกทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้/เฟอร์นิเจอร์ควรได้รับการดูแลให้มีความสะอาดและดูใหม่ และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การจัดตกแต่งสวนหย่อม สนามหญ้า เพื่อความร่มรื่น ผ่อนคลาย และความสวยงาม

แม้ว่าจะไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพคเกจก็ตาม โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิง กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มที่ใช้บริการแพคเกจในราคามากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งเห็นว่าเรื่องมีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลายมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางเท่านั้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บรรณานุกรม

- กฤษณที รื่นรมย์. 2551. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 - 2559” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.senate.go.th>
- การะเกด แก้วมรกต. 2554. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นิตยาพร เสมอใจ. 2548. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชัชญา สัจฉะไชย. 2555. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรม. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ต่อศักดิ์ สง่างาม. 2556. เจ้าพนักงานตรวจเรือปฏิบัติการ สำนักงานเจ้าท่า ภูมิภาคจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. (2 มิถุนายน 2556).
- ทรงวุฒิ ศีลแดนจันทร์. 2557. ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. (11 ตุลาคม 2557).
- รัชมาศ มิ่งขวัญ. 2551. ทศนคติของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. 2536. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- น้ำทิพย์ น้ำระน้อย. 2555. รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรเฮาส์บริเวณโค้งปะปา อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. 2548. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ. 2554. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ศิริ ฮามสุโพธิ์. 2543. **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมาน บริบูรณ์. 2556. **นายกเทศมนตรีตำบลท่ากระดาน**. สัมภาษณ์. (20 พฤศจิกายน 2556).
- สาทิพย์ จินากักดี. 2550. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง  
จังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง. “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ  
พ.ศ. 2555-2559” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:  
<http://www.tourism.go.th/tourism/th/home/detail.php?id=2415>. 22 มิ.ย. 2556.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/  
statplan/statplan.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/statplan/statplan.html), (3 มิถุนายน 2555).
- Sudman, Seymour. 1976. *Applied Sampling*. New York: Academic Press. *Tourism Research*.  
25(2): 275-291.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



**แบบสอบถาม**

**เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพคเกจที่พักในจังหวัด**

**กาญจนบุรี**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตร คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานศึกษาใน ครั้งนี้ หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

- สถานที่เก็บข้อมูล**
- |                         |                   |                           |
|-------------------------|-------------------|---------------------------|
| 1. ( ) แพที่ตัน         | 2. ( ) เลคเฮฟเว่น | 3. ( ) อนันตาริเวอร์ฮิลส์ |
| 4. ( ) แพที่ไกร่ง       | 5. ( ) แพโคนซอ    | 6. ( ) แพนันทนา           |
| 7. ( ) แพผักหวานวิว     | 8. ( ) แพเพชรฟ้า  | 9. ( ) แพล่องไพร          |
| 10. ( ) รัکن้ำวีร์สอร์ท |                   |                           |

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย / (ถูก) หน้าข้อความที่ท่านเลือก**

- 
- |                         |                                  |  |                          |
|-------------------------|----------------------------------|--|--------------------------|
| 1. เพศ                  | ( ) (1) ชาย                      | ( ) (2) หญิง                             |                          |
| 2. อายุ                 | ( ) (1) ต่ำกว่า 20 ปี            | ( ) (2) 20 – 30 ปี                       | ( ) (3) 31 – 40 ปี       |
|                         | ( ) (4) 41 – 50 ปี               | ( ) (5) 51 ปีขึ้นไป                      |                          |
| 3. สถานภาพ              | ( ) (1) โสด                      | ( ) (2) สมรส                             | ( ) (3) หม้าย / หย่าร้าง |
| 4. การศึกษาขั้นสูงสุด   | ( ) (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | ( ) (2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า/ปวช. |                          |
|                         | ( ) (3) ปวส. หรือ อนุปริญญา      | ( ) (4) ปริญญาตรี                        |                          |
|                         | ( ) (5) สูงกว่าปริญญาตรี         |  |                          |
| 5. อาชีพ                | ( ) (1) ธุรกิจส่วนตัว            | ( ) (2) พนักงานบริษัทเอกชน               |                          |
|                         | ( ) (3) รับจ้างทั่วไป            | ( ) (4) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ     |                          |
|                         | ( ) (5) เกษียณอายุ               | ( ) (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....              |                          |
| 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | ( ) (1) น้อยกว่า 10,000 บาท      | ( ) (2) 10,001 – 20,000 บาท              |                          |
|                         | ( ) (3) 20,001 – 30,000 บาท      | ( ) (4) 30,001 – 40,000 บาท              |                          |
|                         | ( ) (5) 40,001 – 50,000 บาท      | ( ) (6) 50,000 บาทขึ้นไป                 |                          |

7. ถิ่นที่อยู่

- (1) ภาคกลาง                       (2) ภาคใต้                       (3) ภาคตะวันออก  
 (4) ภาคออกเฉียงเหนือ       (5) ภาคเหนือ                       (6) ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจเลือกแพทย์ที่พักในจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / (ถูก) หน้าข้อความที่ท่านเลือก

1. คุณเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนใน 1 ปี  
 (1) น้อยกว่า 1 ครั้ง                       (2) 1-3 ครั้ง                       (3) มากกว่า 3 ครั้ง
2. วัน / ช่วงเวลาใดที่ท่านมักท่องเที่ยว คือ  
 (1) วันหยุดสุดสัปดาห์                       (2) วันธรรมดา  
 (3) วันหยุดติดต่อกหลายวัน                       (4) ทุกโอกาสตามความสะดวก  
 (5) อื่นๆ (ระบุ).....
3. ระยะเวลาในการเข้าพักต่อครั้ง  
 (1) 1 คืน                       (2) 2 คืน                       (3) 3 คืน  
 (4) 4 คืนขึ้นไป
4. วัตถุประสงค์ในการเข้าพักแพทย์ที่พักในครั้งนี้  
 (1) เพื่อพบปะสังสรรค์                       (2) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ  
 (3) เพื่อประชุมสัมมนา                       (4) อื่นๆ (ระบุ).....
5. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกแพทย์ที่พัก  
 (1) ตัวท่านเอง                       (2) ภรรยา /สามี  
 (3) บริษัทของท่าน                       (4) เพื่อน /ญาติพี่น้อง  
 (5) บริษัทนำเที่ยว                       (6) อื่นๆ (ระบุ).....
6. วิธีในการจองแพทย์ที่พัก  
 (1) ทางโทรศัพท์                       (2) บริเวณเคาน์เตอร์  
 (3) ทางแฟกซ์                       (4) ทางอินเทอร์เน็ต  
 (5) อื่นๆ (ระบุ).....

7. เหตุผลในการเลือกแพที่พักในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) (1) มีชื่อเสียง
  - ( ) (2) มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย
  - ( ) (3) ชอบสถานที่
  - ( ) (4) ญาติ หรือเพื่อน แนะนำ
  - ( ) (5) บริษัทนำเที่ยวแนะนำ
  - ( ) (6) สิ่งอำนวยความสะดวกของแพที่พัก
  - ( ) (7) ราคา หรือโปรโมชั่นต่างๆ
  - ( ) (8) สื่อโฆษณา เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์
  - ( ) (9) แพที่พักมีให้เลือกหลากหลาย
  - ( ) (10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. อัตราค่าแพที่พักที่ท่านใช้บริการ
- ( ) (1) 1,001 – 2,000 บาท
  - ( ) (2) 2,001 – 3,000 บาท
  - ( ) (3) 3,001 – 4,000 บาท
  - ( ) (4) 4,001 – 5,000 บาท
  - ( ) (5) 5,001 บาทขึ้นไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกแพ็คเกจใน  
จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ทับช่องระดับที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกแพ็คเกจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1. แพคเกจที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
2. การมีแพ็คเกจให้เลือกหลายระดับ เริ่มต้น ปานกลาง หูหรา					
3. ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร/ ลักษณะการออกแบบแพ็คเกจ					
4. ระบบรักษาความปลอดภัยเห็นได้เด่นชัด เช่น เสื้อชูชีพ					
5. มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ดี					
6. มีกิจกรรมและเครื่องเล่นทางน้ำที่หลากหลาย					
7. ความสะอาดของแพ็คเกจรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่ม					
<b>ปัจจัยด้านราคา (Price)</b>					
1. ราคาแพ็คเกจมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ					
2. มีอัตราค่าบริการแพ็คเกจต่ำกว่าแพ็คเกจอื่น ๆ ไป					
3. ราคาอาหารเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
4. มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆ อย่างละเอียด					
5. ไม่มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด					
6. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น เครื่องเล่นทางน้ำ เป็นต้น					
7. สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัท					
8. มีการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างถูกต้อง					
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)</b>					
1. มีบริการจองแพ็คเกจได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
2. ทางเข้าแพ็คเกจสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว					
3. มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ					
4. มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของแพ็คเกจ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b>					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสารการท่องเที่ยว					
2. มีการโฆษณาตามสื่อ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ					
3. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ					
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับแพ็คเกจ เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น					
5. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน					
6. มีการลดราคาแพ็คเกจในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว					
7. มีการสะสมแต้มแลกรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป					
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร (People)</b>					
1. พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย					
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี					
3. พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี					
4. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ					
5. พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
6. พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึง					
7. พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี					
8. พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า					
9. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี					
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)</b>					
1. การจองห้องพักจากช่องทางที่เลือก มีความรวดเร็วและถูกต้อง					
2. มีการจัดเตรียมแพ็คเกจให้เรียบร้อยก่อนเข้าพัก					
3. มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก					
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม เป็นต้น					
5. มีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					
5. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดที่พักจากพนักงาน					
6. การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการสำรองห้องพัก การจัดหาห้องพักและการ Check out					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ( Physical Evidence)</b>					
1. ด้านหน้ามีป้ายชื่อสถานประกอบการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน					
2. มีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย					
3. การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย					
4. ความสงบเงียบและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ					
5. การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นางสาวกรรณิกา พุ่มแหยม

วัน เดือน ปีเกิด

3 พฤศจิกายน 2530

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการประชาสัมพันธ์  
คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ปีการศึกษา 2552

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการแพฟี่ตัน แอนด์ รีสอร์ท



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved