

บทที่ 4

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้า เกาะช้าง รีโซเทล จังหวัด ตราด ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้า ณ เกาะช้าง รีโซเทล จังหวัด ตราด ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยหาค่าการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้า เกาะช้าง ริโซเทล

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (n = 260)	ร้อยละ
เพศ		260	100.0
	ชาย	110	42.3
	หญิง	150	57.7
อายุ		260	100
	อายุต่ำกว่า 20 ปี	10	3.8
	อายุ 20-29 ปี	95	36.5
	อายุ 30-39 ปี	66	25.4
	อายุ 40-49 ปี	48	18.5
	อายุ 50 ปีขึ้นไป	41	15.8
การศึกษาสูงสุด		260	100
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	12.7
	ปริญญาตรี	157	60.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	26.9
อาชีพ		260	100
	นักเรียน/นักศึกษา	16	6.2
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	71	27.3
	แม่บ้าน	50	19.2
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	39.2
	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	21	8.1
รายได้ต่อเดือน		260	100
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	8	3.1
	5,000 – 9,999 บาท	7	2.7
	10,000 – 14,999 บาท	55	21.2
	15,000 – 19,999 บาท	83	31.9
	20,000 – 24,999 บาท	33	12.7
	25,000 บาท ขึ้นไป	74	28.5

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่าข้อมูลทั่วไปจากปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า เกาะช้าง รีโซเทล ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

อายุ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล อายุ 20 – 29 ปี มากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 อายุ 40 -49 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

การศึกษาสูงสุด พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7

อาชีพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 แม่บ้าน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ นักเรียนนักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

รายได้ต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 1 รายได้ต่อเดือน 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 รายได้ต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ รายได้ต่อเดือน 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด

การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลข้อมูลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 4.2 – 4.9

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ	3.69	0.650	มาก
2. ด้านราคา	3.72	0.894	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.58	0.820	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.906	มาก
5. ด้านบุคคลากร	3.78	0.611	มาก
6. ด้านกายภาพ	3.55	0.823	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.46	0.737	มาก
รวม	3.68	0.777	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา คือ ด้านบุคคลากร ($\bar{X} = 3.78$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ชื่อเสียงของสถานที่พักเป็นที่รู้จัก	3.21	0.707	ปานกลาง
2. คุณภาพของห้องพัก	4.04	0.585	มาก
3. คุณภาพของห้องอาหาร	3.54	0.760	มาก
4. ภูมิทัศน์ภายในที่พัก	3.93	0.585	มาก
5. กิจกรรมภายในที่พัก	3.73	0.611	มาก
รวม	3.69	0.650	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ โดยข้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของห้องพัก ($\bar{X}$ = 4.04) รองลงมาได้แก่ ภูมิทัศน์ภายในที่พัก ($\bar{X}$ = 3.93) กิจกรรมภายในที่พัก ($\bar{X}$ = 3.73) คุณภาพของห้องอาหาร ($\bar{X}$ = 3.54) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานที่พักเป็นที่รู้จัก ($\bar{X}$ = 3.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก	3.70	0.850	มาก
2. ลดราคาให้พิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 ห้อง	3.74	0.926	มาก
3. ลดราคาให้พิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 คืน	3.89	0.788	มาก
4. ราคาอาหารที่ขายในห้องอาหารมีราคาที่เหมาะสม	3.62	0.978	มาก
5. ราคากิจกรรมต่างๆภายในที่พักมีความเหมาะสม	3.65	0.932	มาก
รวม	3.72	0.894	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ลดราคาพิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 คืน ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ได้แก่ ลดราคาพิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 ห้อง ($\bar{X} = 3.74$) และ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ราคาอาหารที่ขายในห้องอาหารมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ประวัติ ชื่อเสียงของที่พัก เป็นที่รู้จัก	3.20	0.784	ปานกลาง
2. ช่องทางการสำรองที่พักมีหลากหลาย	3.68	0.726	มาก
3. เปิดทำการทุกวันไม่เว้นวันหยุด	3.95	0.734	มาก
4. ความสะดวกในการชำระเงิน	3.61	0.905	มาก
5. ความสะดวกในการเข้าถึง	3.48	0.952	มาก
รวม	3.58	0.820	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ เปิดทำการทุกวันไม่เว้นวันหยุด ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา ช่องทางการสำรองที่พักมีหลากหลาย ($\bar{X} = 3.68$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ประวัติชื่อเสียงที่พักเป็นที่รู้จัก ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ซื้อห้องพักพร้อมอาหารเช้า	4.50	0.552	มากที่สุด
2. ซื้อห้องพักพร้อมกิจกรรมบนเกาะช้าง	3.96	0.876	มาก
3. ซื้อห้องพักพร้อมตัวเรือเฟอร์รี่	3.49	1.042	มาก
4. ซื้อ โปรแกรมเที่ยวเกาะช้างแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour)	3.92	1.047	มาก
5. ราคาพิเศษสำหรับวันหยุดเทศกาล	4.02	1.013	มาก
รวม	3.98	0.906	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ซื้อห้องพักพร้อมอาหารเช้า ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ราคาพิเศษสำหรับวันหยุดเทศกาล ($\bar{X} = 4.02$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ซื้อ โปรแกรมเที่ยวเกาะช้างแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3.84	0.529	มาก
2. พนักงานโรงแรมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3.62	0.717	มาก
3. พนักงานโรงแรมสามารถอธิบายและ แนะนำการท่องเที่ยวบนเกาะช้างได้เป็น อย่างดี	3.84	0.551	มาก
4. พนักงานของโรงแรมมีความชำนาญในการ บริการ	3.77	0.710	มาก
5. พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียด ของโรงแรมได้เป็นอย่างดี	3.82	0.551	มาก
รวม	3.78	0.611	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทาง
การตลาดในด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ
พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี
และ พนักงานโรงแรมสามารถอธิบายและแนะนำการท่องเที่ยวบนเกาะช้างได้เป็นอย่างดี
($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาได้แก่ พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดของโรงแรมได้เป็นอย่างดี
($\bar{X} = 3.82$) และ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานโรงแรมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านกายภาพ

ด้านกายภาพ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ที่พักมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	3.92	0.744	มาก
2. การเดินทางเข้าสู่ที่พัก สะดวก ง่ายต่อการเดินทาง	3.66	1.021	มาก
3. โรงแรมมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง	3.82	0.724	มาก
4. ลูกค้าสามารถติดต่อโรงแรมได้สะดวกผ่านทางออฟฟิศกรุงเทพ	3.32	0.698	มาก
5. ลูกค้าสามารถพบเห็นสื่อโฆษณาของโรงแรมได้ง่ายและหลายช่องทาง	3.05	0.931	มาก
รวม	3.55	0.823	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พักมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ($\bar{X} = 3.82$) และ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ลูกค้าสามารถพบเห็นสื่อโฆษณาของโรงแรมได้ง่ายและหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.05$) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัย
ทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานโรงแรมให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี	3.82	0.629	มาก
2. ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการ Check in และ Check out	3.63	0.731	มาก
3. สามารถติดต่อสอบถามผ่าน Front Office ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.37	0.910	มาก
4. โรงแรมมีกิจกรรมเสริมพิเศษ เช่น สปา	3.08	0.731	มาก
5. พนักงานสามารถให้บริการหรือตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.42	0.684	มาก
รวม	3.46	0.737	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานโรงแรมให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาได้แก่ ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการ Check in และ Check out ($\bar{X} = 3.63$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ โรงแรมมีกิจกรรมเสริมพิเศษ เช่น สปา ($\bar{X} = 3.08$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท

การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลข้อมูลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 4.10 – 4.15

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.76	0.800	มาก
2. การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล	3.91	0.863	มาก
3. การประเมินทางเลือก	3.89	0.780	มาก
4. การตัดสินใจ	3.67	0.694	มาก
5. พฤติกรรมหลังการให้บริการ	3.63	0.652	มาก
รวม	3.77	0.758	มาก

จากตาราง 4.10 พบว่า ลูกคามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล($\bar{X} = 3.91$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 3.89$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของ
การตระหนักถึงความต้องการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

การตระหนักถึงความต้องการ	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความต้องการเดินทางไปเที่ยวเกาะช้าง	4.17	0.740	มาก
2. ท่านใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของที่พัก	3.61	0.776	มาก
3. ท่านใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทลเนื่องจากเดินทางสะดวกสบาย ใกล้แหล่งชุมชน	3.48	0.960	มาก
4. ท่านใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล โดยการเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ	3.78	0.727	มาก
รวม	3.76	0.800	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีการตระหนักถึงความต้องการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการเดินทางไปเที่ยวเกาะช้าง ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ลูกค้าใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล โดยเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ ($\bar{X} = 3.78$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ลูกค้าใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล โดยเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของ
การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากบุคคลในครอบครัว	3.95	0.830	มาก
2. ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากเพื่อนหรือคนรู้จัก	3.80	0.894	มาก
3. ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากสื่อโฆษณาต่างๆ	3.97	0.812	มาก
4. ท่านได้รับข้อมูลที่พิกจากงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯลฯ	3.92	0.918	มาก
รวม	3.91	0.863	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีการค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากสื่อโฆษณาต่างๆ ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากบุคคลในครอบครัว ($\bar{X} = 3.95$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเสาะแสวงหาข้อมูลที่พิกจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของ
การประเมินทางเลือก ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล

การประเมินทางเลือก	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การเปรียบเทียบราคาแต่ละที่พัก	3.98	0.724	มาก
2. การเปรียบเทียบชื่อเสียงของที่พัก	3.56	0.971	มาก
3. การเปรียบเทียบข้อมูลกับ โรงแรมที่มีมาตรฐานเดียวกัน	3.88	0.786	มาก
4. การเปรียบเทียบการบริการ	4.12	0.717	มาก
รวม	3.89	0.780	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกะช้าง รีโซเทล มีการประเมินทางเลือก ในการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเปรียบเทียบการบริการ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ การเปรียบเทียบราคาแต่ละที่พัก ($\bar{X} = 3.98$) และ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเปรียบเทียบชื่อเสียงของที่พัก ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของ
การตัดสินใจ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

การตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะพนักงานขายให้รายละเอียดได้ตรงกับความต้องการ	3.71	0.663	มาก
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะราคาที่พักที่เหมาะสม	3.82	0.641	มาก
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปพักที่ เกาะช้าง รีโซเทล	3.55	0.747	มาก
4. ถ้าท่านจะเดินทางไปเกาะช้างอีกครั้ง ท่านจะยังคงพักที่ เกาะช้าง รีโซเทล	3.58	0.723	มาก
รวม	3.67	0.694	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล มีการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะราคาที่พักที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะพนักงานขายให้รายละเอียดได้ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.71$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เพราะมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปพักที่ เกาะช้าง รีโซเทล ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของ
พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ลูกค้ามีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม	3.50	0.606	มาก
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการ	3.68	0.596	มาก
3. ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพอาหาร	3.32	0.688	มาก
4. ลูกค้ามีความพึงพอใจในบรรยากาศของที่พักร	4.00	0.631	มาก
5. ลูกค้ามีความพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆภายในโรงแรม	3.63	0.737	มาก
รวม	3.63	0.652	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ณ เกาะช้าง รีโซเทล พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ในการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมากทุกข้อ พบว่าอยู่ในระดับโดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีความพึงพอใจในบรรยากาศของที่พักร ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการ ($\bar{X} = 3.68$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพอาหาร ($\bar{X} = 3.32$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test F-test หรือ One-way ANOVA และใช้เชฟเฟ (Scheffe) ทดสอบรายคู่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.61	0.807	3.87	0.781	3.942*	0.000
2. การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	3.92	0.884	3.90	0.849	1.904	0.058
3. การประเมินทางเลือก	3.70	0.774	4.02	0.792	5.802*	0.000
4. การตัดสินใจ	3.56	0.655	3.74	0.713	5.813*	0.000
5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	3.58	0.628	3.66	0.669	3.922*	0.000
ภาพรวม	3.67	0.750	3.84	0.761	6.289*	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการ เกะ ช้าง รีโซเทล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	Ms	F	Sig
1. การตระหนักถึงความ ต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	9.540	4	2.385	3.990*	0.000
	ภายในกลุ่ม	158.854	255	0.623		
	รวม	168.394	259			
2. การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	12.317	4	3.079	4.260*	0.008
	ภายในกลุ่ม	181.227	255	0.711		
	รวม	193.544	259			
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	19.236	4	4.809	8.028*	0.002
	ภายในกลุ่ม	149.124	255	0.585		
	รวม	168.360	259			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.399	4	1.600	3.580*	0.000
	ภายในกลุ่ม	118.626	255	0.465		
	รวม	125.025				
5. พฤติกรรมหลังการใช้ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.868	4	1.217	3.046*	0.000
	ภายในกลุ่ม	105.822	255	0.415		
	รวม	110.690	259			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	20.197	4	6.732	13.331*	0.000
	ภายในกลุ่ม	98.983	255	0.505		
	รวม	119.180	259			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.18 – 4.23

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน
จำแนกตามอายุ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปีขึ้นไป
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.41	3.94	3.75	3.60	3.69
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.41	-				
อายุ 20-29 ปี	3.94	0.53*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.75	0.34*	-0.19	-		
อายุ 40-49 ปี	3.60	0.19*	-0.34	-0.15	-	-
อายุ 50 ปีขึ้นไป	3.69	0.28*	-0.25	-0.06	0.09	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล แตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปีขึ้นไป
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.45	3.93	3.75	3.48	3.78
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.45	-				
อายุ 20-29 ปี	3.93	0.48*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.75	0.30*	-0.18	-		
อายุ 40-49 ปี	3.48	0.03*	-0.45	-0.27	-	
อายุ 50 ปีขึ้นไป	3.78	0.33*	-0.15	0.03	0.30	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการตระหนักถึงความต้องการแตกต่างกันกับลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปีขึ้นไป
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.53	3.97	3.99	3.94	3.69
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.53	-				
อายุ 20-29 ปี	3.97	0.44*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.99	0.46*	0.02	-		
อายุ 40-49 ปี	3.94	0.41*	-0.03	-0.05	-	
อายุ 50 ปีขึ้นไป	3.69	0.16*	-0.28	-0.30	-0.25	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล แตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกษะช้าง รีโซเทล ด้านการประเมินทางเลือก

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปีขึ้นไป
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.60	4.21	3.79	3.54	3.76
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.60	-				
อายุ 20-29 ปี	4.21	0.61*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.79	0.19*	-0.42	-		
อายุ 40-49 ปี	3.54	-0.06*	-0.67	-0.25	-	
อายุ 50 ปีขึ้นไป	3.76	0.16*	-0.45	-0.03	0.22	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการ เกษะช้าง รีโซเทล ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกับกับลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการตัดสินใจ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี (1)	อายุ 20-29 ปี (2)	อายุ 30- 39 ปี (3)	อายุ 40- 49 ปี (4)	อายุ 50 ปี ขึ้นไป (5)
		3.23	3.84	3.58	3.52	3.69
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.23	-				
อายุ 20-29 ปี	3.84	0.61*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.58	0.35*	-0.26	-		
อายุ 40-49 ปี	3.52	0.29*	-0.32	-0.06	-	
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.69	0.46*	-0.15	0.11	0.17	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีสอร์ท ด้านการตัดสินใจ แตกต่างกับลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกษะช้าง รีโซเทล ด้านพฤติกรรม
หลังการใช้บริการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30- 39 ปี	อายุ 40- 49 ปี	อายุ 50 ปี ขึ้นไป
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.24	3.75	3.64	3.52	3.55
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	3.24	-				
อายุ 20-29 ปี	3.75	0.51*	-			
อายุ 30-39 ปี	3.64	0.40*	-0.11	-		
อายุ 40-49 ปี	3.52	0.28*	-0.23	-0.12	-	
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.55	0.31*	-0.20	-0.09	0.03	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีการตัดสินใจใช้บริการ เกษะช้าง รีโซเทล ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ แตกต่างกับลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี อายุระหว่าง 30 – 39 ปี อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามการศึกษา
สูงสุด

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F	Sig
1. การตระหนักถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	7.242	4	2.414	3.900	0.108
	ภายในกลุ่ม	161.151	255	0.630		
	รวม	168.393	259			
2. การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2.995	4	0.999	1.315	0.673
	ภายในกลุ่ม	190.548	255	0.744		
	รวม	193.543	259			
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	4.981	4	1.660	2.589	0.431
	ภายในกลุ่ม	156.629	255	0.638		
	รวม	161.610	259			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.514	4	2.156	4.574	0.073
	ภายในกลุ่ม	118.556	255	0.463		
	รวม	125.070				
5. พฤติกรรมหลังการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.110	4	0.073	1.538	0.783
	ภายในกลุ่ม	108.580	255	0.424		
	รวม	110.690	259			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.370	4	0.123	0.204	0.000
	ภายในกลุ่ม	118.810	255	0.606		
	รวม	119.180	259			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้านี้มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	Ms	F	Sig
1. การตระหนักถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	9.558	5	1.912	3.183*	0.000
	ภายในกลุ่ม	158.836	254	0.625		
	รวม	168.394	259			
2. การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	12.146	4	2.429	3.358*	0.002
	ภายในกลุ่ม	181.398	254	0.714		
	รวม	193.544	259			
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	15.038	5	3.008	5.242*	0.000
	ภายในกลุ่ม	153.322	254	0.604		
	รวม	168.360	259			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	4.858	5	0.972	2.085*	0.000
	ภายในกลุ่ม	120.168	254	0.473		
	รวม	125.070	259			
5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.375	5	0.675	1.593*	0.000
	ภายในกลุ่ม	107.314	254	0.423		
	รวม	110.689	259			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	34.913	4	8.727	20.198*	0.000
	ภายในกลุ่ม	84.267	255	0.432		
	รวม	119.180	259			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทลแตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล

การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.26 – 4.31

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน
จำแนกตามอาชีพ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา (1)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว (3)	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน (4)	แม่บ้าน (5)
		3.44	3.79	3.58	3.88	3.60
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.44	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	3.79	0.35*	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.58	0.14*	-0.21*	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	3.88	-0.44*	0.09*	0.30*	-	
แม่บ้าน (5)	3.60	0.16*	- 0.19*	0.02*	- 0.28*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้ายที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ
ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา (1)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว (3)	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน (4)	แม่บ้าน (5)
		3.40	3.77	3.51	3.92	3.83
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.40	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	3.77	0.37	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.51	0.11*	- 0.26*	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	3.92	0.52	-0.15	0.41	-	
แม่บ้าน (5)	3.83	0.43	0.06	0.32	-0.09	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการตระหนักถึงความต้องการ แตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ
ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา (1)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว (3)	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน (4)	แม่บ้าน (5)
		3.66	4.03	3.83	3.95	3.68
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.66	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	4.03	0.37	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.83	0.17	-0.2	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	3.95	0.29	-0.08	0.12	-	
แม่บ้าน (5)	3.68	0.02*	-0.35*	-0.15*	-0.27*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพแม่บ้านมีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล แตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงาน/ลูกจ้างเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ
ด้านการประเมินทางเลือก

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา (1)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว (3)	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน (4)	แม่บ้าน (5)
		3.64	3.91	3.56	4.12	3.64
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.64	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	3.91	0.27	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.56	-0.08	-0.35	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	4.12	0.48	0.21*	-	-	
แม่บ้าน (5)	3.64	0.00	-0.27	0.08	-0.48*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ
ด้านการตัดสินใจ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน	แม่บ้าน
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3.30	3.68	3.58	3.78	3.5
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.30	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	3.68	0.38	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.58	0.28	-0.10	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	3.78	0.48*	0.10	0.20	-	
แม่บ้าน (5)	3.50	0.20	-0.18	-0.08	-0.28*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการตัดสินใจ แตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามอาชีพ
ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา (1)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว (3)	พนักงาน / ลูกจ้าง เอกชน (4)	แม่บ้าน (5)
		3.21	3.55	3.44	3.63	3.36
นักเรียน / นักศึกษา(1)	3.21	-				
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (2)	3.55	0.34	-			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3)	3.44	0.23	-0.11	-		
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน (4)	3.63	0.42*	0.08	0.19	-	
แม่บ้าน (5)	3.36	0.15	-0.19	-0.08	-0.27*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการแตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	Ms	F	Sig
1. การตระหนักถึงความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	20.566	5	4.113	6.970*	0.000
	ภายในกลุ่ม	147.829	254	0.746		
	รวม	168.395	259			
2. การค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	16.622	5	3.075	4.641*	0.000
	ภายในกลุ่ม	176.921	254	0.697		
	รวม	193.543	259			
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	24.940	5	4.988	8.977*	0.000
	ภายในกลุ่ม	143.420	254	0.661		
	รวม	168.360	259			
4. การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	19.118	5	3.824	9.143*	0.000
	ภายในกลุ่ม	105.907	254	0.417		
	รวม	125.025	259			
5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.765	5	1.553	3.880*	0.000
	ภายในกลุ่ม	102.924	254	0.405		
	รวม	110.689	259			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	29.360	5	9.787	21.356*	0.000
	ภายในกลุ่ม	89.820	254	0.458		
	รวม	119.180	259			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.33 – 4.23

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 – 9,999 บาท (2)	10,000 – 14,999 บาท (3)	15,000 – 19,999 บาท (4)	20,000 – 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.40	3.56	3.49	4.02	3.86	3.71
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.40	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.56	0.16*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.49	0.09*	-0.07	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	4.02	0.62*	0.46	0.53	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	3.86	0.46*	0.30	0.37	-0.16	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.71	0.31*	0.15	0.22	-0.31	-0.15	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 - 9,999 บาท (2)	10,000 - 14,999 บาท (3)	15,000 - 19,999 บาท (4)	20,000 - 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.40	3.56	3.49	4.02	3.86	3.71
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.40	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.56	0.16*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.49	0.09*	-0.07	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	4.02	0.62*	0.46	0.53	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	3.86	0.46*	0.30	0.37	-0.16	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.71	0.31*	0.15	0.22	-0.31	-0.15	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการตระหนักถึงความต้องการ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ด้านการค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 - 9,999 บาท (2)	10,000 - 14,999 บาท (3)	15,000 - 19,999 บาท (4)	20,000 - 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.41	3.43	3.38	4.03	3.84	3.79
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.41	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.43	0.02*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.38	-0.03*	-0.05	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	4.03	0.62*	0.60	0.65	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	3.84	0.43*	0.41	0.46	-0.19	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.79	0.38*	0.36	0.41	-0.24	-0.05	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการค้นหาข่าวสาร / ข้อมูล แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้
ต่อเดือน ด้านการประเมินทางเลือก

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 - 9,999 บาท (2)	10,000 - 14,999 บาท (3)	15,000 - 19,999 บาท (4)	20,000 - 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.53	3.65	3.81	4.02	4.09	3.79
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.53	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.65	0.12*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.81	0.28*	0.16	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	4.02	0.49*	0.37	0.21	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	4.09	0.56*	0.44	0.28	0.07	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.79	0.26*	0.14	-0.02	-0.23	-0.30	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้
บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่ม อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ด้านการตัดสินใจ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 - 9,999 บาท (2)	10,000 - 14,999 บาท (3)	15,000 - 19,999 บาท (4)	20,000 - 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.60	3.86	3.55	4.30	3.96	3.68
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.60	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.86	0.26*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.55	-0.05*	-0.31	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	4.30	0.70*	0.44	0.75	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	3.96	0.36*	0.10	0.41	-0.34	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.68	0.08*	-0.18	0.13	-0.62	-0.28	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านการตัดสินใจ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	5,000 – 9,999 บาท (2)	10,000 – 14,999 บาท (3)	15,000 – 19,999 บาท (4)	20,000 – 24,999 บาท (5)	25,000 บาท ขึ้นไป (6)
		3.20	3.46	3.45	3.80	3.67	3.61
ต่ำกว่า 5,000 บาท (1)	3.20	-					
5,000 – 9,999 บาท (2)	3.46	0.26*	-				
10,000 – 14,999 บาท (3)	3.45	0.25*	-0.01	-			
15,000 – 19,999 บาท(4)	3.80	0.60*	0.34	0.35	-		
20,000 – 24,999 บาท(5)	3.67	0.47*	0.21	0.22	-0.13	-	
25,000 บาท ขึ้นไป (6)	3.61	0.41*	0.15	0.16	-0.19	-0.06	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ แตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้างรีโซเทล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product – moment Correlation) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน กับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

ปัจจัยทางการตลาด	ค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ					
	การตระหนักถึงความต้องการ (1)	การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล (2)	การประเมินทางเลือก (3)	การตัดสินใจ (4)	พฤติกรรมหลังการขาย (5)	ภาพรวม
ผลิตภัณฑ์/บริการ	0.568*	0.471*	0.524*	0.467*	0.421*	0.553*
ราคา	0.569*	0.390*	0.479*	0.477*	0.378*	0.550*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.610*	0.726*	0.731*	0.652*	0.590*	0.768*
การส่งเสริมการตลาด	0.533*	0.497*	0.650*	0.575*	0.483*	0.669*
บุคลากร	0.531*	0.488*	0.654*	0.570*	0.481*	0.670*
กายภาพ	0.540*	0.498*	0.670*	0.575*	0.489*	0.699*
กระบวนการให้บริการ	0.555*	0.508*	0.698*	0.603*	0.503*	0.708*
ภาพรวม	0.578*	0.652*	0.602*	0.542*	0.501*	0.659*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน กับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล โดยภาพรวม พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทลในภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกะช้าง รีโซเทล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะและความคิดเห็น โดยหาค่าการแจกแจงความถี่และ
หาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 จำนวนร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีสอร์ท
จังหวัด ตราด

รายการ	จำนวน (n = 260)	ร้อยละ
การนำเสนอความคิดเห็น	260	100.0
นำเสนอความคิดเห็น	102	39.23
ไม่นำเสนอความคิดเห็น	158	60.77
ความคิดเห็นที่นำเสนอ	102	100.0
ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ	102	100
1. ไม่เป็นที่รู้จัก	55	53.93
- ไม่มีการโฆษณา		
2. ความหลากหลายของห้องพัก	42	41.18
- ห้องพักรูปร่างหลายรูปแบบให้เลือก		
3. กิจกรรมภายในที่พัก	88	86.27
- กิจกรรมภายในที่พักมีน้อยเกินไป		
ด้านราคา	98	96.08
1. ราคาที่พัก	37	36.27
- เดินทางช่วงไหนก็ราคาเดียวกัน		
2. ราคาอาหาร	66	64.71
- ราคาไม่เหมาะสม		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	57	55.88
1. ไม่หลากหลาย	25	24.51
2. ไม่สามารถติดต่อได้ 24 ชั่วโมง	49	48.04
ด้านการส่งเสริมการตลาด	89	87.25
1. การโฆษณา	37	36.27
- น้อยเกินไป		
ด้านบุคลากร	77	75.49
1. พนักงานโรงแรม	66	64.71
- พนักงานสื่อสารไม่รู้เรื่อง เพราะไม่ใช่คนไทย		

รายการ	จำนวน (n = 260)	ร้อยละ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	46	45.10
1. ท่าเลที่ตั้ง	24	23.53
- หน้าหาดเป็นหาดหิน มีปะการัง หอยมือเสือ		
2. Office กรุงเทพฯ		
- การเดินทางไม่สะดวก	49	48.04
ด้านกระบวนการให้บริการ		
1. พนักงานโรงแรม	87	85.29
- พนักงานมีน้อย	15	14.71

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ลูกค้าที่ไม่นำเสนอความคิดเห็น มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 60.77 และนำเสนอความคิดเห็น จำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 39.23 โดยมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ มากที่สุด จำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ ด้านราคาจำนวน 98 คิดเป็นร้อยละ 96.08 ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 87.25 ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 87 คิดเป็นร้อยละ 85.29 ด้านบุคลากร จำนวน 77 คิดเป็นร้อยละ 75.49 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 57 คิดเป็นร้อยละ 55.88 ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 45.10 ตามลำดับ