

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด และผลการทดสอบสมมติฐาน
2. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด และผลการทดสอบสมมติฐาน**

สำหรับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้แบ่งการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการออกเป็น 8 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 5) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 6) ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 7) ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ และ 8) ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ ซึ่งรายละเอียดของผลการศึกษา มีดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.12	0.62	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.03	0.72	มาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.66	0.56	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.64	0.68	มาก
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.49	0.82	ปานกลาง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.48	0.69	ปานกลาง
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.39	0.87	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย	3.03	0.91	ปานกลาง
รวมปัจจัยทุกด้าน	3.60	0.57	มาก

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมทุกด้านในระดับมาก (3.60) ทั้งนี้เมื่อจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบน เกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ (4.12) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (4.03) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.66) ปัจจัยด้านราคา (3.64) ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ (3.49) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.48) ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ (3.39) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (3.03) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีการตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม	4.11	0.77	มาก
มีรูปลักษณ์อาคารภายนอกสวยงาม	3.99	0.78	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.92	0.82	มาก
มีการตกแต่งห้องพักสวยงาม	3.92	0.72	มาก
มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.89	0.86	มาก
มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม	3.80	0.75	มาก
มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วน	3.77	0.81	มาก
มีภาพลักษณ์ที่ดี	3.73	0.87	มาก
มีพื้นที่ภายในห้องพักไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร	3.44	0.92	ปานกลาง
มีประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลาย	3.38	0.98	ปานกลาง
ชื่อเสียงของรีสอร์ท	3.32	1.06	ปานกลาง
เปิดให้บริการด้านอาหารตลอด 24 ชั่วโมง	2.76	1.13	ปานกลาง

จากตาราง 4 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นรายชื่อพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม (4.11) มีรูปลักษณ์อาคารภายนอกสวยงาม (3.99) มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (3.92) มีการตกแต่งห้องพักสวยงาม (3.92) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี (3.89) มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม (3.80) มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วน (3.77) มีภาพลักษณ์ที่ดี (3.73) มีพื้นที่ภายในห้องพักไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร (3.44) มีประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลาย (3.38) ชื่อเสียงของรีสอร์ท (3.32) และ เปิดให้บริการด้านอาหารตลอด 24 ชั่วโมง (2.76) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกพัก รีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านราคาในการเลือกพัก รีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.85	0.83	มาก
มีการปรับราคาลดลงในช่วงโลว์ซีซั่น	3.71	0.96	มาก
เปิดรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.68	0.89	มาก
มีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย	3.65	0.84	มาก
มีส่วนลดพิเศษ	3.57	1.06	มาก
มีอัตราค่าบริการต่ำกว่ารีสอร์ทระดับเดียวกันแห่งอื่น	3.42	0.93	ปานกลาง

จากตาราง 5 ผลการศึกษาปัจจัยด้านราคาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (3.85) มีการปรับราคาลดลงในช่วงโลว์ซีซั่น (3.71) เปิดรับชำระด้วยบัตรเครดิต (3.68) มีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย (3.65) มีส่วนลดพิเศษ (3.57) และมีอัตราค่าบริการต่ำกว่ารีสอร์ทระดับเดียวกันแห่งอื่น (3.42) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกพัก รีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์	3.87	0.90	มาก
มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก	3.67	0.88	มาก
มีบริการรับ-ส่งจากท่าเรือ	3.65	1.06	มาก
มีระบบจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต	3.64	1.02	มาก
มีบริการรับ-ส่งจากสนามบิน	3.52	1.11	มาก
มีระบบจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่าย	3.41	0.92	ปานกลาง
มีสำนักงานรับจองห้องพักในกรุงเทพฯ	3.36	1.08	ปานกลาง
มีสำนักงานรับจองห้องพักที่จังหวัดตราด	2.75	1.10	ปานกลาง

จากตาราง 6 ผลการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับ  
 ราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการข้อมูล  
 ทางเว็บไซต์ (3.87) มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก (3.67) มีบริการรับ-ส่งจากท่าเรือ (3.65)  
 มีระบบรับจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต (3.64) มีบริการรับ-ส่งจากสนามบิน (3.52) มีระบบ  
 รับจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่าย (3.41) มีสำนักงานรับจองห้องพักในกรุงเทพฯ (3.36)  
 และมีสำนักงานรับจองห้องพักที่จังหวัดตราด (2.75) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการ  
 จำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีการมอบส่วนลดสำหรับการเข้าพักครั้งต่อไป	3.56	1.14	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน	3.13	1.19	ปานกลาง
มีการออกร้านในนิทรรศการท่องเที่ยว	3.12	1.17	ปานกลาง
มีการจัดเทศกาลพิเศษ เช่น เทศกาลอาหารทะเล	2.91	1.25	ปานกลาง
มีโครงการสะสมแต้มแลกกับของรางวัล	2.83	1.12	ปานกลาง
มีการมอบของที่ระลึกเมื่อเข้าพัก เช่น พวงกุญแจ	2.63	1.25	ปานกลาง

จากตาราง 7 ผลการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายพบว่า ปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับ  
 ราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการมอบ  
 ส่วนลดสำหรับการเข้าพักครั้งต่อไป (3.56) มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน (3.13) มีการออก  
 ร้านในนิทรรศการท่องเที่ยว (3.12) มีการจัดเทศกาลพิเศษ เช่น เทศกาลอาหารทะเล  
 (2.91) มีโครงการสะสมแต้มแลกกับของรางวัล (2.83) และ มีการมอบของที่ระลึกเมื่อเข้า  
 พัก (2.63) ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
ให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	4.27	0.81	มาก
ให้บริการลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเสมอภาค	4.12	0.82	มาก
ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง	4.05	0.85	มาก
แผนกต้อนรับมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.98	0.85	มาก
แผนกบริการห้องพักมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.93	0.86	มาก
ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.88	0.84	มาก

จากตาราง 8 ผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร (4.27) ให้บริการลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเสมอภาค (4.12) ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง (4.05) แผนกต้อนรับมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี (3.98) แผนกบริการห้องพักมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี (3.93) และให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (3.88) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีทำเลที่ตั้งดีชายหาด	4.46	0.78	มาก
มีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่พลุกพล่าน มีความเป็นส่วนตัว	4.23	0.83	มาก
มีสภาพทางธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น	4.23	0.75	มาก
มีความปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวทางทะเล	4.12	0.87	มาก
มีชายหาดส่วนตัว	4.12	0.99	มาก
มีพื้นที่กว้างขวาง	4.00	0.91	มาก
มีที่ตั้งที่เดินทางไป-มา ภายในเกาะได้อย่างสะดวก	3.95	0.94	มาก
มีสถานที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางเข้าถึง	3.91	1.00	มาก

จากตาราง 9 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านคุณลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งติดชายหาด (4.46) มีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่พลุกพล่านเป็นส่วนตัว (4.23) มีสภาพทางธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น (4.23) มีความปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวทางทะเล (4.12) มีชายหาดส่วนตัว (4.12) มีพื้นที่กว้างขวาง (4.00) มีที่ตั้งที่เดินทางไป-มา ภายในเกาะได้อย่างสะดวก (3.95) และ มีสถานที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางเข้าถึง (3.91) ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีตัวแทนรับจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ	3.63	1.00	มาก
อยู่ในเครือข่ายของโรงแรมชั้นนำ	3.37	1.03	ปานกลาง
มีการเข้าร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอื่น	3.29	1.10	ปานกลาง
มีเครือข่ายตัวแทนรับจองห้องพักจำนวนมาก	3.27	0.97	ปานกลาง

จากตาราง 10 ผลการศึกษาปัจจัยด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีตัวแทนรับจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ (3.63) อยู่ในเครือข่ายของโรงแรมชั้นนำ (3.37) มีการเข้าร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอื่น เช่น สายการบิน บริษัททัวร์ ฯลฯ (3.29) และ มีเครือข่ายตัวแทนรับจองห้องพักจำนวนมาก (3.27) ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	$\bar{X}$	SD	ระดับการมีผล
มีบริการสระว่ายน้ำ	4.11	0.82	มาก
มีบริการแพ็คเกจดำน้ำ	3.63	1.16	มาก
มีบริการกิจกรรมกลางแจ้ง	3.59	1.20	มาก
มีบริการนวดแผนโบราณ	3.54	1.23	มาก
มีบริการเรือนำเที่ยวรอบเกาะ	3.50	1.20	ปานกลาง
มีบริการสปา	3.41	1.28	ปานกลาง
มีบริการอินเทอร์เน็ต	3.38	1.27	ปานกลาง
มีบริการเรือสำราญขนาดเล็ก	3.16	1.20	ปานกลาง
มีบริการสปอร์ตคลับ / ฟิตเนส	3.10	1.36	ปานกลาง

จากตาราง 11 ผลการศึกษาปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดแผนงานบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการสระว่ายน้ำ (4.11) มีบริการแพ็คเกจดำน้ำ (3.63) มีบริการกิจกรรมกลางแจ้ง (3.59) มีบริการนวดแผนโบราณ (3.54) มีบริการเรือนำเที่ยวรอบเกาะ (3.50) มีบริการสปา (3.41) มีบริการอินเทอร์เน็ต (3.38) มีบริการเรือสำราญขนาดเล็ก (3.16) และ มีบริการสปอร์ตคลับหรือฟิตเนส (3.10) ตามลำดับ

ทั้งนี้ การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” ได้กำหนดการทดสอบสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ ซึ่งรายละเอียดของผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดคุณลักษณะทางประชากรในการศึกษาไว้ 6 คุณลักษณะ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาค ซึ่งรายละเอียดของผลการศึกษา มีดังนี้



ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	25	25.0	14	14.0	39	39.0
หญิง	49	49.0	12	12.0	61	61.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 12 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของนักท่องเที่ยวพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 74 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 26 คน และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งเป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.0 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแบ่งเป็นชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และหญิง คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ระหว่างนักท่องเที่ยวชายและนักท่องเที่ยวหญิง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะ ช้าง จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว ชาย (n = 39)		นักท่องเที่ยว หญิง (n = 61)		t	p.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.53	0.57	3.76	0.54	-1.97	0.06
ปัจจัยด้านราคา	3.48	0.71	3.48	0.65	-1.92	0.06
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.35	0.61	3.35	0.74	-1.51	0.13
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	2.79	0.81	3.18	0.94	-2.07	0.04*
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.91	0.76	4.12	0.69	-1.42	0.15
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.06	0.55	4.16	0.67	-0.80	0.42
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.27	0.78	3.46	0.93	-1.04	0.30
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.35	0.71	3.57	0.88	-1.28	0.20
รวมทุกปัจจัย	3.47	0.53	3.69	0.58	-1.95	0.06

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชายและหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $t = -1.95, p > 0.05$ )

ทั้งนี้ เมื่อทำการศึกษำแนกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชายและหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงด้านเดียวเท่านั้น คือ ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการจำหน่าย ( $t = -2.07, p < 0.05$ ) โดยนักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่งเสริมการจำหน่ายมากกว่านักท่องเที่ยวชาย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่พบว่า นักท่องเที่ยวชายและหญิงให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ						
ต่ำกว่า 21 ปี	2	2.0	0	0.0	2	2.0
21-30 ปี	37	37.0	5	5.0	42	42.0
31-40 ปี	19	19.0	6	6.0	25	25.0
41-50 ปี	14	14.0	11	11.0	25	25.0
51-60 ปี	2	2.0	4	4.0	6	6.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 14 เมื่อทำการศึกษาระดับอายุของนักท่องเที่ยวพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 37.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า มีจำนวนเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 25.0 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ที่เป็นชาวไทยมี คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี พบว่า มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 14.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวที่มีระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 2.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่อายุต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด	ระดับอายุ										F	p	LSD Significant Difference
	ต่ำกว่า 21 ปี (n = 2) (1)		21-30 ปี (n = 42) (2)		31-40 ปี (n = 25) (3)		41-50 ปี (n = 25) (4)		51-60 ปี (n = 6) (5)				
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.20	0.05	3.81	0.57	3.67	0.45	3.60	0.49	3.06	0.80	3.08	0.01*	2, 3, 4 > 5
ปัจจัยด้านราคา	3.08	0.11	3.73	0.69	3.71	0.60	3.65	0.68	2.94	0.80	2.20	0.07	-
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.93	0.26	3.60	0.80	3.50	0.49	3.47	0.68	2.81	0.41	2.08	0.08	-
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	2.41	0.58	3.21	0.91	2.98	0.93	3.00	0.83	2.25	0.89	1.82	0.13	-
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.16	0.00	4.16	0.65	3.92	0.84	4.06	0.73	3.80	0.57	1.36	0.52	-
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	3.56	0.26	4.10	0.65	4.20	0.53	4.16	0.67	3.97	0.70	0.60	0.65	-
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	2.75	0.35	3.41	0.93	3.60	0.85	3.33	0.75	2.83	0.95	1.27	0.28	-
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	2.38	0.54	3.53	0.87	3.63	0.81	3.42	0.72	3.20	0.92	1.34	0.25	-
รวมทุกปัจจัย	2.93	0.12	3.69	0.60	3.65	0.50	3.58	0.52	3.11	0.61	2.23	0.07	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 2.23, p > 0.05$ )

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงปัจจัยเดียว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $F = 3.08, p < 0.05$ ) โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี , อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่อายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา						
มัธยมศึกษา	16	16.0	8	8.0	24	24.0
ปริญญาตรี	40	40.0	9	9.0	49	49.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	18	18.0	9	9.0	27	27.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 16 เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวตามระดับการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มี คิดเป็นร้อยละ 24.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 16.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 40.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ทั้งนี้ มีนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.0 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 18.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด	ระดับการศึกษา						F	p.	LSD Significant Difference
	ชั้นมัธยมศึกษา (n = 24) (1)		ปริญญาตรี (n = 49) (2)		ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 27) (3)				
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.29	0.56	3.88	0.48	3.60	0.51	10.94	0.00*	2 > 1, 3 และ 3 > 1
ปัจจัยด้านราคา	3.49	0.58	3.85	0.63	3.40	0.77	4.94	0.00*	2 > 1, 3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.32	0.70	3.64	0.66	3.32	0.71	2.75	0.06	-
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	2.72	0.66	3.27	0.86	2.87	1.08	3.69	0.02*	2 > 1
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.81	0.60	4.28	0.56	3.79	0.92	6.01	0.00*	2 > 1, 3 และ 1 > 3
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	3.96	0.63	4.34	0.48	3.87	0.72	6.48	0.00*	2 > 1, 3 และ 1 > 3
ปัจจัยด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการ	3.38	0.99	3.60	0.77	3.00	0.83	4.45	0.01*	2 > 3
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.15	0.79	3.73	0.75	3.33	0.87	4.98	0.00*	2 > 1, 3
รวมทุกปัจจัย	3.39	0.51	3.82	0.47	3.40	0.63	8.15	0.00*	2 > 1, 3

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 8.15$ ) โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมทุกด้านมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและระดับปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $F = 2.75, p > 0.05$ ) โดยรายละเอียดผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยอื่นมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $F = 10.94, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านราคา ( $F = 4.94, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ( $F = 3.69, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ( $F = 6.01, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ( $F = 6.48, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ ( $F = 4.45, p < 0.05$ ) และ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ ( $F = 4.98, p < 0.05$ ) ตามลำดับ

เมื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละปัจจัยเป็นรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและระดับปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ						
พนักงานบริษัทเอกชน	35	35.0	6	6.0	41	41.0
ธุรกิจส่วนตัว	16	16.0	8	8.0	24	24.0
ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	6	6.0	6	6.0	12	12.0
ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ	9	9.0	1	1.0	10	10.0
เกษียณอายุ / ว่างาน	3	3.0	4	4.0	7	7.0
นักศึกษา	5	5.0	1	1.0	6	6.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 18 สำหรับการประกอบอาชีพพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยมี คิดเป็นร้อยละ 41.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 35.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.0 รองลงมาได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 16.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวที่รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอิสระ มี คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 9.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ทั้งนี้พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุและไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษามี คิดเป็นร้อยละ 6.0 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 5.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 1.0



ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	อาชีพ												F	p.	LSD Significant Difference
	ข้าราชการ (n = 12) (1)		พนักงานบริษัทเอกชน (n = 41) (2)		ธุรกิจส่วนตัว (n = 24) (3)		ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ (n = 10) (4)		นักศึกษา (n = 6) (5)		เกษียณอายุ/ว่างงาน (n = 7) (6)				
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.58	0.64	3.77	0.53	3.80	0.60	3.48	0.46	3.19	0.31	3.41	0.50	2.07	0.07	-
ปัจจัยด้านราคา	3.72	0.88	3.66	0.70	3.68	0.76	3.41	0.57	3.44	0.38	3.85	0.26	0.48	0.78	-
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.42	0.84	3.59	0.66	3.55	0.62	3.32	0.45	3.20	0.32	3.16	1.23	0.84	0.51	-
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	2.77	1.18	3.24	0.83	3.15	1.01	2.73	0.80	2.61	0.57	2.59	0.47	1.54	0.18	-
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.00	0.66	4.11	0.63	4.09	0.93	4.00	0.48	3.66	0.58	3.83	0.93	0.54	0.73	-
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.04	0.72	4.14	0.64	4.18	0.56	4.25	0.59	3.83	0.28	4.01	0.87	0.46	0.80	-
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.20	0.97	3.54	0.74	3.55	0.92	3.37	0.83	3.04	0.53	2.57	1.19	2.02	0.08	-
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.35	0.99	3.55	0.75	0.87	0.73	3.10	0.83	2.75	0.55	3.20	0.90	2.99	0.01*	1 > 4 และ 2 > 4, 5, 6
รวมทุกปัจจัย	3.51	0.70	3.70	0.52	3.73	0.62	3.46	0.47	3.21	0.26	3.33	0.57	1.60	0.16	-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 การทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 1.60$ ,  $p > 0.05$ )

เมื่อจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น คือ ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการ ( $F = 2.99$ ,  $p < 0.05$ ) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ประกอบการอิสระ หรือนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุหรือว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ย

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่า 15,001 บาท	25	25.0	1	1.0	26	26.0
15,001-30,000 บาท	25	25.0	1	1.0	26	26.0
30,001-45,000 บาท	10	10.0	0	0.0	10	10.0
45,001-60,000 บาท	5	5.0	6	6.0	11	11.0
60,000 บาท ขึ้นไป	9	9.0	18	18.0	27	27.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 20 เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวตามระดับรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวนเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 26.0 โดยที่ทั้งสองกลุ่มรายได้ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็น ร้อยละ 25.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 1.0 กลุ่มละเท่าๆ กัน ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 5.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ทั้งนี้มีนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 60,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.0 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 9.0 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 18.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										F	p	LSD Significant Difference
	ต่ำกว่า 15001 บาท (n = 26) (1)		15001-30000 บาท (n = 26) (2)		30001-45000 บาท (n = 10) (3)		45001-60000 บาท (n = 11) (4)		60001 บาท ขึ้นไป (n = 27) (5)				
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.76	0.63	3.76	0.45	3.93	0.42	3.58	0.55	3.41	0.57	2.46	0.05*	1, 2, 3 > 5
ปัจจัยด้านราคา	3.67	0.64	3.77	0.66	3.75	0.50	3.63	0.59	3.45	0.83	0.80	0.52	-
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.77	0.67	3.54	0.53	3.67	0.64	3.30	0.48	3.14	0.81	3.40	0.01*	1, 2, 3 > 5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	3.26	0.91	3.32	0.64	3.33	0.71	2.53	0.72	2.62	1.06	3.93	0.00*	1, 2, 3 > 4, 5
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.06	0.70	4.10	0.56	4.30	0.62	4.01	0.91	3.85	0.82	0.81	0.52	-
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.16	0.58	4.32	0.52	4.25	0.47	4.12	0.78	3.85	0.69	2.09	0.08	-
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.68	0.84	3.43	0.50	3.50	0.82	3.00	1.07	3.18	1.06	1.73	0.14	-
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.47	0.87	3.61	0.75	3.91	0.49	3.41	0.92	3.26	0.88	1.31	0.27	-
รวมทุกปัจจัย	3.73	0.60	3.73	0.42	3.83	0.40	3.45	0.48	3.35	0.66	2.77	0.03*	1, 2, 3 > 5

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่างกันพบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 2.77, p < 0.05$ ) โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,001 บาท, รายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,000-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมทุกด้านมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $F = 2.46, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $F = 3.40$ ) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ( $F = 3.93, p < 0.05$ ) ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกศึกษาเป็นรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,001 บาท , รายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,000-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,001 บาท , รายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,000-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 45,001-60,000 บาท และรายได้มากกว่า 60,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

คุณลักษณะทางประชากร	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนา						
กรุงเทพมหานคร	33	33.0	1	1.0	34	36.0
จังหวัดอื่นๆ	37	37.0	0	0.0	37	37.0
ทวีปเอเชีย	2	2.0	4	4.0	6	6.0
ทวีปอเมริกา	1	1.0	3	3.0	4	4.0
ทวีปยุโรป	1	1.0	18	19.0	19	19.0
รวม	74	74.0	26	26.0	100	100.0

จากตาราง 22 เมื่อทำการศึกษาภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มี ภูมิฐานะอยู่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 34.0 และมีภูมิฐานะจากจังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 37.0 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิฐานะอยู่ในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 2.0 ในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า มี นักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะอยู่ในทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 19.0 ในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ และ ทวีปอเมริกา จำนวนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ทั้งนี้พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มี ภูมิฐานะอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 1.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด	ภูมิลำเนา										F	p	LSD Significant Difference
	กรุงเทพฯ (n = 34) (1)		จังหวัดอื่นๆ (n = 37) (2)		ทวีปเอเชีย (n = 6) (3)		ทวีปอเมริกา (n = 4) (4)		ทวีปยุโรป (n = 19) (5)				
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD			
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.68	0.61	3.82	0.51	3.55	0.38	3.83	0.11	3.34	0.55	2.64	0.03*	1,2 > 5
ปัจจัยด้านราคา	3.75	0.74	3.62	0.62	3.66	0.68	4.04	0.49	3.41	0.73	1.10	0.36	-
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.45	0.54	3.74	0.64	3.43	0.54	3.50	0.74	3.04	0.87	3.49	0.01*	1,2 > 5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	3.14	0.83	3.40	0.84	2.86	0.87	3.00	0.68	2.16	0.69	7.59	0.00*	1,2 > 5
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.96	0.71	4.18	0.64	4.05	0.58	4.70	0.39	3.72	0.86	2.33	0.06	-
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.13	0.61	4.32	0.56	3.91	0.77	4.59	0.34	3.69	0.57	4.34	0.00*	1, 2, 4 > 5
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.30	0.86	3.69	0.72	2.95	0.57	3.50	0.88	3.06	1.09	2.35	0.06	-
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.45	0.81	3.70	0.80	3.07	0.55	3.94	0.27	3.18	0.91	2.02	0.09	-
รวมทุกปัจจัย	3.61	0.55	3.81	0.51	3.44	0.42	3.89	0.31	3.20	0.58	4.48	0.00*	1, 2, 4 > 5

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.48, p < 0.05$ ) โดยนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทย, ในทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $F = 2.64, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $F = 3.49, p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ( $F = 7.59, p < 0.05$ ) และปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ( $F = 4.34, p < 0.05$ ) ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อจำแนกศึกษาเป็นรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทยและในทวีปอเมริกาให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**สมมติฐานที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 74)		นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (n = 26)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.76	0.52	3.39	0.58	3.01	0.00*
ปัจจัยด้านราคา	3.68	0.68	3.52	0.70	1.04	0.30
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.59	0.63	3.16	0.78	2.79	0.00*
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	3.27	0.84	2.35	0.76	4.89	0.00*
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.09	0.66	3.88	0.85	1.26	0.21
ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	4.25	0.57	3.77	0.65	3.52	0.00*
ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	3.47	0.83	3.13	0.97	1.74	0.08
ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	3.57	0.81	3.24	0.83	1.76	0.08
รวมทุกปัจจัย	3.71	0.53	3.31	0.57	3.25	0.00*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $t = 3.27$ ,  $p < 0.05$ )

จากการศึกษาจำแนกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $t = 3.01$ ,  $p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $t = 2.79$ ,  $p < 0.05$ ) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ( $t = 4.89$ ,  $p < 0.05$ ) และปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ( $t = 3.52$ ,  $p < 0.05$ ) โดย

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสี่มากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศ ขณะที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ในการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้ทำการแบ่งระดับคะแนนความพึงพอใจต่อการใช้บริการออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับน้อย (1-4 คะแนน) ระดับปานกลาง (5-7 คะแนน) และระดับมาก (8-10 คะแนน) ซึ่งรายละเอียดของผลการศึกษา มีดังนี้

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ท	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจในระดับมาก	64	64.0
พึงพอใจในระดับปานกลาง	32	32.0
พึงพอใจในระดับน้อย	4	4.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 25 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 64 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการใช้บริการรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง โดยมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 32 ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 4 เท่านั้น ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ท	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
พึงพอใจในระดับมาก (n= 64)	8.78	0.76	มาก
พึงพอใจในระดับปานกลาง (n= 32)	6.44	0.80	ปานกลาง
พึงพอใจในระดับน้อย (n= 4)	3.00	1.41	น้อย
รวม	7.80	1.07	ปานกลาง

จากตาราง 26 ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง (7.80) ซึ่งเมื่อจำแนกพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการเป็นกลุ่มพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (8.78) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (6.44) และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อย (3.00) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved