

ความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อน  
ของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)  
**SATISFACTION OF RESORT SERVICE SELECTION  
ON VACATION OF IT EMPLOYEE GROUP OF  
THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED**

สุธี เหมมาลา

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sutee Hemmala

E-mail : sutee0072@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamheang University

Corresponding author

---

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ-ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเป็นแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) รวมเท่ากับ 0.831 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบ เทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 41 –50 ปี และช่วงอายุ 51 –60 ปี มีสถานภาพโสด มีตำแหน่งระดับพนักงานเจ้าหน้าที่ มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกันที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้

บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

**คำสำคัญ:**ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว,ที่พักตากอากาศ,การเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study personal factors such as sex, age, marital status, job position, salary and degree of study that affected to satisfaction of resort service selection on vacation of IT employee group of Thanachart Bank Public Company Limited and 2) to study marketing mix factors (7Ps) such as product, price, promotion, process, people and physical evidence that affected to of resort service selection on vacation of IT employee group in Thanachart Bank Public Company Limited. The sample group was 100 people of IT employees of Thanachart Bank Public Company Limited. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data with the total Cronbach's Alpha 0.831. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression Analysis.

The results of study showed that the most of IT employees of Thanachart Bank Public Company Limited are female, age between 41-50 years old and 51-60 years old, single status, staff position, got salary over 50,000 baht and got Bachelor degree had overall satisfaction resort service selection on vacation at highest levels, when focus in a part showed that the process in marketing mix (7Ps) has the highest mean. Moreover, the results of hypothesis testing showed that age difference in personnel factor of employees had affected satisfaction of resort service selection on vacation of IT employee group of Thanachart Bank Public Company Limited at statistical significance of 0.05 levels. Furthermore, marketing mix factors such as process and physical evidence had affected satisfaction of resort service selection on vacation of IT employee group of Thanachart Bank Public Company Limited at statistical significance of 0.05 level and 0.01 level respectively.

**Keywords :** Satisfaction of tourist, Resort, Resort service selection

## บทนำ

สถานการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาระหว่างปี พ.ศ. 2551-2561 จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 14.58 ล้านคน และส่วนในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 38.17 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.10 ต่อปี ทั้งนี้โดยในปี พ.ศ. 2561 นี้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก (รายงานสภาวะเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ฉบับที่ 1/2562, 2562)

สถานการณ์การเติบโตของธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ ระหว่าง ปี พ.ศ. 2556-2560 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2561) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่องทุกปี เฉลี่ยร้อยละ 13.98 ต่อปี โดยที่ปี พ.ศ. 2561 ช่วงเดือน ม.ค.-ส.ค. มีมูลค่าการจดทะเบียนธุรกิจสูงถึง 4,066 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ในช่วงเวลาเดียวกันทุนจดทะเบียนเป็นมูลค่า 2,587 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.18 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี

ผลประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2561) รายได้รวมของธุรกิจช่วงปี พ.ศ. 2557-2559 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.43 ต่อปี เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของธุรกิจ รายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นมาจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 8.48 และ ร้อยละ 12.99 ตามลำดับ แต่ธุรกิจขนาดเล็กมีรายได้ลดร้อยละ 6.62 อันเนื่องมาจากการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ที่กระจายตามจังหวัดเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญหลักๆ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี และเชียงใหม่ เป็นต้น

หากพิจารณายุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ โดยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยมชม และมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดขึ้น สอดคล้องกับแนวทาง แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย ในช่วง 20 ปีข้างหน้า ระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2580 แต่ไม่ได้พูดถึง สถานที่พักค้างคืนระหว่างวัน เช่น โรงแรมหรือที่พักตากอากาศ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสถานที่ใช้พักผ่อนพักผ่อนคลายเหนื่อยระหว่างวันท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลา ไปกับการท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยความสุข ความสะดวกสบาย ทุกช่วงเวลาในลาพักผ่อน ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และความทรงจำที่ดีของนักท่องเที่ยวให้หวนกลับมาเที่ยวชม หากิจกรรมท่องเที่ยวในปีต่อไป ส่งผลภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทย ที่จะทำให้อุตสาหกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีประสิทธิภาพสามารถขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยไปตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดเป้าหมายไว้

ซึ่งมีปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ-ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และวุฒิการศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ราชการชนชาติจำกัด (มหาชน) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2541) อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ในภาพรวม โดยเป็นทฤษฎีที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลกระทบที่เกิดจากแรงขับเคลื่อนจากภายนอก (Exogenous Factors) ที่กระตุ้นในแต่ละบุคคล เกิดความพึงพอใจและแสดงพฤติกรรมที่ต่างกันไป ตามแบบแผนทางสังคมของแต่ละบุคคล และ สอดคล้องกับ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ สถานภาพ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ ครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาดเพราะเกี่ยวข้องกับ อุปสงค์ (Demand) หรือพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้น ของตลาดใหม่และตลาดอื่นทั้งหมดไปหรือลดความสำคัญลง

ลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ราชการชนชาติจำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล(2543) อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) โดยที่ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้น

ความพึงพอใจต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าและบริการ นักการตลาดจะใช้กลยุทธ์ ในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องและเข้าถึง เพื่อจูงใจผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมาย ให้มาซื้อสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) กระบวนการบริการ (Process of Services) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง “ความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)” ซึ่งจะหาการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ-ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และวุฒิการศึกษา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ-ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ-ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อน ของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผลจากการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักตากอากาศให้เหมาะสมกับความหลากหลายของบุคคล
2. ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อนำผลจากการวิจัย ไปออกแบบ ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ

3. สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัย ไปปรับปรุงพัฒนาเป็นส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่พักตากอากาศ ของผู้วิจัยในอนาคต เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ

### วิธีดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) คือ การวิจัย ที่มีการเก็บข้อมูลวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการกระทำการใดใดกับตัวแปร เพื่อศึกษาและดูผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น การเก็บข้อมูลจะใช้การวิจัยแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Design) คือ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลครั้งเดียว จากกลุ่มตัวอย่างศึกษาที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีการทางสถิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างคุณสมบัติต่างๆ ของประชากรเป้าหมาย กับตัวแปรที่สนใจ (สุขภาพ ประสิทธิภาพ ,2550) ตัวอย่างในการศึกษาการวิจัย ที่ใช้หลักการคำนวณ โดยกำหนดค่าของความเชื่อมั่นที่ระดับ ร้อยละ 95 และระดับค่าของความเคลื่อนที่ที่ยอมรับได้ที่ระดับ ร้อยละ 5 ด้วยวิธีการคำนวณ จากสูตรของ Yamane's เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือสร้างแบบสอบถาม(Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ-ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษามีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งเป็นแบบชนิดกาหนดให้เลือกตอบ (Checklist) เพียงแค่ 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ ในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 34 ข้อ ประกอบด้วยคำถาม ในลักษณะให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลสำรวจพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 100 คน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 41 –50 ปี จำนวนทั้งสิ้น 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และช่วงอายุ 51 –60 ปี จำนวนทั้งสิ้น 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวนทั้งสิ้น 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งระดับพนักงานเจ้าหน้าที่ จำนวนทั้งสิ้น 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และส่วนใหญ่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 67 คนหรือร้อยละ 67 ตามตารางที่ 1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.36 รองลงมาคือด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.70 ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.55 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไป		พนักงานกลุ่ม IT ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) n = 100	
		จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	49	49
	หญิง	51	51
2. อายุ	20-30 ปี	12	12
	31-40 ปี	28	28
	41-50 ปี	30	30
	51-60 ปี	30	30
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	0	0
3. สถานภาพ	โสด	57	57
	แต่งงาน	39	39
	หย่าร้าง/หม้าย	4	4
4. อาชีพ-ตำแหน่งงาน	ระดับพนักงานเจ้าหน้าที่	57	57
	ระดับผู้จัดการหรือหัวหน้างาน	35	35
	ระดับผู้บริหาร	8	8
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4	4
	20,001 – 30,000 บาท	9	9
	30,001 – 40,000 บาท	11	11
	40,001 – 50,000 บาท	25	25
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	51	51
6. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	1
	ปริญญาตรี	67	67
	ปริญญาโท	32	32
	สูงกว่าปริญญาโท	0	0

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ</b>			
1.ทำเลที่ตั้งเหมาะสม แวดล้อมด้วยธรรมชาติที่สวยงาม	4.38	0.528	มากที่สุด
2.อาคารที่พักออกแบบได้สวยงาม เข้ากับบรรยากาศโดยรอบ	4.15	0.609	มาก
3.ห้องพักสะดวกสบาย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ทีวี เป้าผม ทีวี ผ้าขนหนู เครื่องทำน้ำอุ่น Internet wifi (4G/5G)	4.25	0.687	มากที่สุด
4.มีบริการเสริม (Room service) เช่น บริการซักรีด บริการอาหารถึงห้องพัก	2.88	1.047	ปานกลาง
5.อาหารและเครื่องดื่มมีหลากหลายอร่อยสะอาด	3.98	0.816	มาก
6.มีสถานที่ออกกำลังกาย ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และพื้นที่สันทนาการ	3.35	1.058	ปานกลาง
7.มีห้องประชุมสำหรับจัดประชุมสัมมนา รองรับการทำกิจกรรมกลุ่ม	2.39	1.053	น้อย
8. มีการดูแลอาคารสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.18	0.642	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.805</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านราคา</b>			
1.ราคาถูกกว่าที่อื่น เมื่อเทียบกับพักระดับเกรดเดียวกัน	4.17	0.779	มาก
2.ชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต	4.13	0.787	มาก
3.ราคาที่พัก อาหารและบริการมีความสมเหตุสมผล	4.55	0.539	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.702</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
1.เปิดให้จองผ่านเว็บไซต์ จองที่ปักชื้อดั่ง อย่าง agoda.com หรือ traveloka	3.70	0.785	มาก
2.จองห้องพักล่วงหน้าได้ทางโทรศัพท์หรือ call center	3.86	0.697	มาก
3.เข้าถึงได้จาก แพลกเก็จทัวร์ จากบริษัททัวร์นำเที่ยว	3.15	1.019	ปานกลาง
4.จองที่ปักได้ตาม บุต งานส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว	3.05	0.989	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.44</b>	<b>0.873</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
1.มีระบบสมาชิกให้คะแนนและสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด ของแถม	3.05	0.989	ปานกลาง
2.ให้ส่วนลดจากเว็บไซต์ จองที่ปักชื้อดั่งอย่าง agoda.com หรือ traveloka	3.88	0.924	มาก
3.ทำนทราบข่าวผ่านสื่อ social network (facebook,youtube ,web blog)	3.77	0.815	มาก
4.เข้าร่วมโครงการกับบริษัทบัตรเครดิตต่างๆ โดยให้ลูกค้าเข้าพักฟรี	3.72	1.055	มาก
5.มีแพคเกจเข้าพัก บริการอาหารพร้อมเครื่องดื่มสำหรับกลุ่มทัวร์ หรือ สัมมนา	3.34	1.085	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>0.974</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1. มีระบบการจอง การคืน ห้องพัก และการชำระเงินทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	4.26	0.630	มากที่สุด
2.มีระบบการดำเนินการที่ใส่ใจคุณภาพ ของชุมชน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง	4.16	0.692	มาก
3.มีระบบรักษาความปลอดภัย ชีวิตและทรัพย์สินที่ดี	4.59	0.534	มากที่สุด



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า (customer data privacy)	4.61	0.601	มากที่สุด
5. มีระบบลูกค้าสัมพันธ์ที่ดี รักษาฐานลูกค้าเดิม ติดตามและสร้างแรงจูงใจให้ผู้เคยเข้าพักกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป	4.18	0.783	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.648</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านบุคคล</b>			
1. พนักงานให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้ม และเป็นมิตร	4.53	0.559	มากที่สุด
2. พนักงานมีไหวพริบ สามารถช่วยเหลือ หรือ แก้ปัญหาได้อย่างดีให้กับผู้เข้าพัก	4.31	0.647	มากที่สุด
3. พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย และมีบุคลิกภาพดี	4.24	0.653	มากที่สุด
4. พนักงานพร้อมให้บริการลูกค้าทันทีเมื่อมาถึงสถานที่ตากอากาศ	4.36	0.578	มากที่สุด
5. พนักงานไม่เคยปฏิเสธต่อความต้องการของท่านเมื่อมีการร้องขอ	4.16	0.707	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>0.629</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. ที่พัктаกอากาศ มีการออกแบบ และการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์	3.93	0.685	มาก
2. ที่พัктаกอากาศ มีลิโอบบี้ ห้องอาหาร ที่สวยงามให้ความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ	4.12	0.756	มาก
3. ที่พัктаกอากาศ มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และให้ความสะดวกสบาย	4.47	0.594	มากที่สุด
4. ที่พัктаกอากาศ มีชื่อเสียง ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้เคยใช้บริการ	3.97	0.717	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.688</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>3.97</b>	<b>0.760</b>	<b>มาก</b>

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเลือกใช้บริการที่พัктаกอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมากที่สุด

### ตารางที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	4.22	0.524	มากที่สุด

### ผลการศึกษา การอภิปรายผล

ผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.291 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า เพศที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนไม่แตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา เทพสุทิน (2558) อธิบายว่า ตัวแปรทางด้านเพศที่แตกต่างการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปในเขตพื้นที่ เทศบาลเมืองพัทยาโดยรวม โดยที่โรงแรม สามารถให้บริการและตอบสนองความต้องการของทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกันพบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 1.2 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อายุที่ต่างกันของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการทดสอบวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 1 พนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี กับอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่า Sig เท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า พนักงานที่มี อายุระหว่าง 20-30 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างเป็นรายคู่กับอายุ พนักงานที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่พนักงานที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนโดยรวม น้อยกว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนกลุ่มที่ 2 พนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่มี อายุระหว่าง 31-40 ปี กับอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่า Sig เท่ากับ 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างเป็นรายคู่กับอายุ พนักงานที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนโดยรวม น้อยกว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา ยुरยาตร์ (2555) อธิบายว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าพักรีสอร์ทโดยรวมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก กลุ่มลูกค้ามีอายุต่างกัน มีความต้องการรูปแบบลักษณะสถานที่ และการบริการที่พักที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาสัมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.3 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.208 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า สถานภาพที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภาพร จิระวัฒนภิญโญ (2552) อธิบายว่า สถานภาพที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความพอใจการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยว ในเขต อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากที่พักตากอากาศ มีบริการตอบสนองความต้องการบุคคลทุกสถานะ

ผลการศึกษาสัมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ-ตำแหน่งงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.799 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า อาชีพตำแหน่งงาน ที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมัยพร แก้วรอด (2558) อธิบายว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะกูด จังหวัดภูเก็ต ทั้งในภาพรวมและรายด้านย่อย เนื่องจากทางโรงแรมให้สิทธิ การบริการการเข้าพักได้ทุกๆอาชีพเหมือนกัน

ผลการศึกษาสัมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.498 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภาพร จิระวัฒนภิญโญ (2552) อธิบายว่า รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยว ในเขต อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ผลการศึกษาสัมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.6 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.858 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมัยพร แก้วรอด (2558) อธิบายว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอ เกาะกูด จังหวัดภูเก็ตในภาพรวม เนื่องจากทางโรงแรมให้สิทธิ การบริการการเข้าถึงบุคคลทุกระดับการศึกษาที่เหมือนกัน

ผลการศึกษาสัมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.1 พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.905 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.1 ยังพบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ไม่ส่งผล และไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชวุฒิ งานดี (2559) อธิบายว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ตด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล

จังหวัดกระบี่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากรีพอร์ตให้บริการสนองความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ เหมือนกัน

ผลการศึกษาสम्मัติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.2 ค่า Sig. เท่ากับ 0.788 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.2 ยังพบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่ส่งผล และไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับงานวิจัย รสสุคนธ์ แซ่เฮีย (2556) อธิบายว่าปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการด้านราคาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรม ระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากโรงแรมระดับห้าดาวมีคุณภาพการให้บริการและสถานที่พักที่ดีและมี มาตรฐาน ทำให้ราคาค่าบริการห้องพักในโรงแรมระดับห้าดาวส่วนใหญ่มีราคาสูงกว่าโรงแรมในระดับ อื่นๆ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาสम्मัติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.3 ค่า Sig. เท่ากับ 0.312 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.3 ยังพบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผล และไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราเมศร์ อุณหภาณี (2559) อธิบายว่า การใช้บริการที่มีวิธีในการจองห้องพักต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงแรมระดับ 5 ดาว เช่น ทาราแกรนด์ และ บางกอก คอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากลูกค้ามองว่า เป็นมาตรฐาน โดยทั่วไปที่โรงแรมระดับ 5 ดาวสามารถที่จะดำเนินการได้

ผลการศึกษาสम्मัติฐานที่ 2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.4 ค่า Sig. เท่ากับ 0.456 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.4 ยังพบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ไม่ส่งผล และไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ไชศรีศรีศิริ (2558) อธิบายว่าส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในอำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ต้องติดต่อบริการบ่อยครั้ง และอาศัยทำเลที่พักอาศัยเพื่อการพักผ่อน จึงเน้นในเรื่องของทำเลที่ตั้ง ความสะอาดมากกว่า

ผลการศึกษาสम्मัติฐานที่ 2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2.5 ค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 2.5 และตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ส่งผลในทิศทางบวกกับความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักรักษาอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด เท่ากับ 0.302 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ไชศรีศรีศิริ (2558) อธิบายว่าส่วน

ประสบการณ์ตลาดด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในอำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม อย่างมี นัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าติดต่อธุรกิจขอความสะดวกรวดเร็ว การให้บริการ และการแก้ไขปัญหาตอบสนองความรวดเร็ว เป็น สิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจสูง

ผลการศึกษาระดับสมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.6 ค่า Sig. เท่ากับ 0.891 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.6 ยังพบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ไม่ส่งผล และไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนนท์ โชครศรีมีศิริ (2558) อธิบายว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกับความสะอาดของห้องพัก ทำเลที่ตั้ง และส่วนลดจากการเข้าพักมากกว่า

ผลการศึกษาระดับสมมติฐานที่ 2.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2.7 ค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 2.7 และตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลในทิศทางบวกกับความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด เท่ากับ 0.467 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2554) อธิบายว่า ปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ คุณภาพของห้องพัก เป็นไปตามที่คาดหวังและเป็นไปตามเงื่อนไขของการจอง รองลงมาคือ คุณภาพของห้องพักได้มาตรฐาน และการบริการโดยรวมเป็นไปตามที่ได้อ้างหรือโฆษณาไว้

## ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน

พนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันเรื่องของ อายุ มีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการที่พักตากอากาศ ต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดเพื่อจูงใจในการเข้าพัก ให้กับกลุ่มบุคคลที่มีอายุที่แตกต่างกัน เช่น มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าพักทุกวัย หันมาพักผ่อนเยี่ยมชมสถานที่พักตากอากาศ

1.2 ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ด้านการกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการที่พักตากอากาศควรให้ความสำคัญเรื่องของระบบรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า (customer data privacy) ที่พักตากอากาศควรมีระบบรักษาความปลอดภัย ชีวิตและทรัพย์สินที่ได้มาตรฐาน ที่พักตากอากาศควรมีระบบการจอง

การคืน ห้องพัก และการชำระเงินทำได้อย่างรวดเร็ว ที่พักตากอากาศควรมีระบบลูกค้าสัมพันธ์ที่ดี รักษาฐานลูกค้าเดิม ติดตามและสร้างแรงจูงใจให้ผู้เคยเข้าพักกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป และที่พักตากอากาศควรมีระบบการดำเนินการที่ใส่ใจคุณภาพ ของชุมชน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเลือกใช้บริการที่พักตากอากาศในวันหยุดพักผ่อนของพนักงานกลุ่ม IT ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการที่พักตากอากาศควรให้ความสำคัญกับความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ รวมทั้งดูแลและให้ความสะดวกสบายแก่ผู้เข้าพัก ที่พักตากอากาศควรมีล็อบบี้ ห้องอาหาร ที่สวยงาม ให้ความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบแก่ผู้เข้าพัก ผู้ประกอบการที่พักตากอากาศควรสร้างชื่อเสียงให้ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้เคยใช้บริการ และที่พักตากอากาศควรมีการออกแบบ และการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์

## เอกสารอ้างอิง

จันทิมา รักมั่นเจริญ.(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อาเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัยมัยพร แก้วรอด.(2558).พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวใน เขตตาดบล ปาดอง อาเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร.(2557).ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชลธิชา เตชะขจรมงคล.(2559).การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อาเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐริตา เทพสุทิน. (2558).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเทศบาลเมืองพัทยา.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐนนท์ โชครัตน์ศิริ.(2558).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ในอาเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ตฤณ พริ้งประเสริฐ.(2554).การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พัก แบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร.ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปราเมศร์ อุณหพาณี.(2559).ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว เช่นทาราแกรนด์ และ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์.กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

รสสุคนธ์ แซ่เฮี้ย.(2556).ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสมการตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ลลิตา ยุธยาตร์ (2555).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักรีสอร์ทในอาเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชชมงคลธัญบุรี.

วิชวุฒิ งานดี.(2559).การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกรีสอร์ตในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อาภาพร จิระวัฒนภิญโญ.(2552).การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภท รีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขต  
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ.(2541) .การวิเคราะห์สื่อ:แนวคิดและเทคนิค.กรุงเทพฯ: อินฟินิตี้เพรส.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562).สถิติการท่องเที่ยว. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก

[https://www.mots.go.th/old/more\\_news.php?cid=411](https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=411)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561) .รายงานบทวิเคราะห์ธุรกิจ . [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก

[https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2561/T26/T26\\_201808.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2561/T26/T26_201808.pdf)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2538). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552).การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ:พัฒนาศึกษา.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์.(2550).ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.กรุงเทพฯ:สามลดา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล .(2545).พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2553). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Yamane, Taro. (1973). Statistic An Introductory Analysis (3rd ed.). New York : Harper and Row.