

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์  
เกาะพยาม จังหวัดระนอง  
THE DECISION OF CUSTOMER OF ARCHANPHAN RESORT  
KOH PHAYAM, RANONG

นางสาวฐานิศา พิมพาลี  
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

TanisaPimlee

E-mail: neungtanisap@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management,  
Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

---

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ใช้ค่าร้อยละ ( Percentage) และความถี่ ( Frequency ) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองที่มีปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ และสถานภาพสมรส ต่างกัน ทำให้กระบวนการเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองไม่ต่างกัน และผู้บริการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองที่มีปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองต่างกัน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด

(Promotion), ด้านบุคลากร (People), ด้านกายภาพ (Physical evidence) และ ด้านกระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง

**คำสำคัญ:** กระบวนการตัดสินใจ ; ระนอง ; เกาะพยาม

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) To study the decision-making process for choosing to use the resort, Archanphan Resort KohPhayam, RANONG 2 )To study the decision-making process of choosing to use the resort. ArchanphanKohPhayam Resort, RANONG, classified by population factors 3)To study the service marketing mix factors (7P's) that affect the decision-making process of choosing to use the resort. Achanphan Resort KohPhayam, RANONG.

The sample group used in the research was 400 persons of the decision-making process of use resort Archanphan Resort KohPhayam, RANONG. using questionnaires as a collection tool. The statistics used in the analysis are percentage, frequency, mean, and standard deviation. Test the hypothesis with statistics, t-test, One-way variance statistics. If found differences will be compared to each pair. By means of LSD and Multiple Regression.

The hypothesis test found that the users who decided to use the resort of Archanphan Resort KohPhayam, RANONG, with different demographic factors, including gender, age and marital status, were different in choosing to use the resort. And service users who decide to use the resort, Archanphan Resort KohPhayam, RANONG, which has population factors consisting of education levels and average monthly income Making the decision-making process for choosing to use the resort of Archanphan Resort KohPhayam, RANONG

And marketing mix factors of services (7P's), product, price, promotion, people, physical and the process that affects the decision-making process of choosing to use the Archanphan Resort KohPhayam, RANONG.

**Keywords:** Decision Making Process ;RANONG ; KohPhayam

## บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักที่หล่อเลี้ยงธุรกิจหลายประเภทในประเทศไทย โดยเฉพาะ อาชีพบริการ การท่องเที่ยว อุทยาน บริโภค ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม การขนส่ง สปา อสังหาริมทรัพย์ และอื่นๆอีกมากมาย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนต่อกลไก เศรษฐกิจไทยอย่างมากมาย มาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2560 รายได้จากการท่องเที่ยว 2.76 ล้านล้านบาทและ คิดเป็น สัดส่วน 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2555)

กระแสโลกที่สำคัญกำลังเกิดขึ้นหลายสิ่งทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องปรับเพื่อให้เข้า กับยุคสมัยคือ 1) กระแสการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกสู่สังคมผู้สูงอายุโดย นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะ เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่ม ขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับวันอื่นๆ 2) กระแสการส่งเสริม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหลายประเทศโดยการผ่อนปรนกฎระเบียบการออกวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวและ สนับสนุนการลงทุนได้ ส่งผลให้สถานะการแข่งขันระหว่างประเทศทวีความรุนแรงขึ้น นโยบายการท่องเที่ยว ภายในประเทศที่ส่งเสริมให้คนออกมาเที่ยวเพื่อใช้จ่ายใช้สอยให้เกิดเงินทุนหมุนเวียน เช่น นโยบายให้นำ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวมาลดหย่อนภาษีได้เป็นต้น และ 3) กระแสการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้โซเชียลมีเดีย และสมาร์ทโฟนมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป รวมไปถึงทำให้การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวให้ ทัน สอดคล้องกับโลกดิจิทัล 4) กระแสการใส่ใจในสุขภาพ ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ ต่างกันมาให้ความสำคัญ ในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพกันมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดโรคร้ายต่างๆซึ่งจะนำไปสู่การเยียวยารักษาและ เกิดค่าใช้จ่ายตามมาจำนวนมาก ดังนั้น บรรดาผู้ประกอบการด้านสุขภาพจึงขยายบริการด้านสุขภาพให้ ครอบคลุมตั้งแต่การส่งเสริมสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจให้แข็งแรงเพื่อป้องกันโรคร้ายต่างๆ การบริการเสริม ความงามเพื่อเสริมบุคลิกภาพเข้ามามีบทบาทรวมไปถึงอาหารการกินก็กินเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวก็ต้อง นิยมถึงสิ่งที่จะต้องมากกว่าการที่ได้ท่องเที่ยวไปในที่ต่างๆและสิ่งที่ ต้องได้เพิ่มมากขึ้นกว่านั้นคือสุขภาพที่ดี นั้นเองแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่พ่วงกิจกรรมด้าน สุขภาพไว้ด้วย การท่องเที่ยว ในรูปแบบนี้จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสการเอาใจใส่ ดูแล

ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญ อย่างยิ่งนั่นคือ ธุรกิจ โรงแรมเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกสบายและบริการต่างๆให้ แก่ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยว เนื่องจากที่พักและอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ ห่างไกลจากบ้าน ทั้งผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือบุคคล ต่างๆที่มาทำธุระทุกคนย่อมมีความต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเสมือนอยู่บ้านของตน โดย ธรรมชาติบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ความ ต้องการ ฯลฯ ดังนั้นโรงแรม จึงมีหลายประเภทเพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และปัจจุบันพบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมให้ความสนใจกับ การขยายธุรกิจในประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทาง เศรษฐกิจและการ ท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจนี้ และทำให้ ธุรกิจโรงแรมต้องพัฒนาคุณภาพการบริการ และพัฒนากลยุทธ์การตลาด ตลอดจนปรับปรุง ปรังกิจการของ

ธุรกิจเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยเน้นความสำคัญและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการของโรงแรมมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการของรีสอร์ท เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของห้องพัก และเพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพ การยกระดับของโรงแรมให้มีความตอบสนองต่อทุกๆ ความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่ละกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประโยชน์สูงขึ้นไปจากเดิม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะ-พยาม จังหวัดระนอง
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะ-พยาม จังหวัดระนอง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะ-พยาม จังหวัดระนอง

### ตัวแปรศึกษาในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านความรู้ภายหลังการซื้อ

### สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง

### ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ได้ใช้วนการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีคำนวณ

ด้วยสูตรของ Taro Yamane โดยได้กำหนดระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ 0.05 ได้กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน

**2. ขอบเขตด้านเนื้อหา** งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองของผู้ที่มาใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยด้านประชากรได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านความรู้ภายหลังการซื้อ

### ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพักที่รีสอร์ททออาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง การเลือกประชากรกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา โดยได้กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เพื่อการตอบ ปัญหาการวิจัย หรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวน วรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อ กำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และ นำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการ พัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการ ตั้งข้อคำถามในแบบสอบถาม ต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีก ด้วย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบ แบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิดผู้วิจัยจะกำหนดเฉพาะคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในการตอบได้ โดย แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ

- เดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะ เป็นคำถามปลายเปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคลากร (People), ด้านกายภาพ (Physical evidence) และ ด้านกระบวนการ (Process) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 32 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีการให้คะแนนเพื่อตีความหมายดังนี้
- ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองโดยลักษณะคำถามเป็นแบบปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรฐานวัดประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีการให้คะแนนเพื่อตีความหมายดังนี้
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง จำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

### วิธีดำเนินการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่อง “กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง” มีวัตถุประสงค์แรก คือ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ประการที่สอง คือ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร และประการที่สาม คือ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท อาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความรู้สึกหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการรับรู้ปัญหา

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง จำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองไม่ต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง

3.2 ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง สามารถสรุปวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองเพราะตอบสนองต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ศิริประภา นพชัยยา , 2560: 23) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลๆ หนึ่งตระหนักถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากตัวเอง หรืออาจเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก ยกตัวอย่างเช่น ความหิวที่เกิดจากการเดินผ่านร้านอาหารที่มีการติดป้ายโฆษณาภาพอาหารที่มีความยั่ว ยวน ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดความหิวขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ โดยสิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น ทำให้บุคคลเรียนรู้วิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจาก

ประสบการณ์ในอดีตหรือจากบุคคลรอบข้าง และทำให้รู้ว่าจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้นอย่างไร และสอดคล้องกับแนวคิดของ (อัญธิกา แก้วศิริ, 2560) การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Need Recognition) ขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการในการบริโภคอาหารซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว กระจายน้ำ หรือสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) เช่น การกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) เช่น เห็นภาพอาหารน่ากิน จึงรู้สึกหิว เห็น เพื่อนทานอาหารแล้วหิว หรือการเห็นโฆษณาในโทรทัศน์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดจึงก่อให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้

1.2 ด้านการตัดสินใจซื้อ ของผู้ใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองเพราะเหมาะสมกับราคา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550) ที่กล่าวว่า เมื่อทำการประเมินแล้ว จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่างๆที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด กระบวนการตัดสินใจจะนำมาสิ้นสุดที่การซื้อสินค้า โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัยคือ สถานที่ เงื่อนไข และความพร้อมที่จะจำหน่าย

1.3 ด้านความรู้สึกหลังการซื้อ ของผู้ใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองมีความพึงพอใจการให้บริการจากการเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง และจะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อัญธิกา แก้วศิริ, 2560) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Post Consumption Evaluation) หลังจากมีหลังจากมีการบริโภคอาหารแล้ว ขั้นตอนต่อไปของผู้บริโภค จะมีพฤติกรรมประเมินผลการบริโภคโดยการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง หากคุณค่าของการรับประทานอาหารที่ได้รับจริงตรงกับที่ผู้บริโภครอคอยหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้ำก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และจะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำหรือบอกต่อและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล , 2550) ที่กล่าวว่า หลังการซื้อหรือการทดลองใช้สินค้าผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในตัวสินค้า (Satisfaction / Dissatisfaction) ซึ่งความพอใจหรือไม่พอใจ จะมีผลต่อความเชื่อ ทศนคติและความตั้งใจในการซื้อครั้งต่อไป กล่าวคือ ถ้าซื้อมาใช้แล้วดี ความรู้สึกพอใจนี้จะถูกเก็บเป็นความเชื่อต่อตัวสินค้า และทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ผลที่ตามก็คือ ความสนใจซื้อซ้ำและอาจบอกต่อผู้อื่น

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองผลการศึกษา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองโดยภาพรวมต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองทั้ง 3 ด้านต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ททอจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งสอดคล้องกับ



งานวิจัยของ (วัชระ วงษ์เกษม, 2552) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์หูฟังบลูทูธโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีอิทธิพลกับพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์หูฟังบลูทูธโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสอดคล้องกับ (สิริประภา วุฒิชนม, 2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบบต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค พบว่า เพศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคมากที่สุดเป็นอันดับแรก และก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธราธิป แววศรี, 2557) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อและใช้สมาร์ตโฟนที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ (ปรเมษฐ์ แก่นพุมิ, 2555) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแท็บเล็ตแตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองโดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุต่างกันั้น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองที่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ช่วงอายุระหว่าง 20-30 เป็นช่วงที่มีทั้งกำลังกายในการที่จะเดินทางท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (อัครเดช เนตรสุวรรณและคณะ, 2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองโดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันั้นจะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองต่างกัน ทั้งในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านความรู้สึกลหลังการซื้อ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการรีสอร์ทที่มีการศึกษาสูงก็ต้องการที่จะเลือกใช้บริการรีสอร์ทที่ทันสมัย สะดวกสบาย และเตรียมพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นางสาวจันทิมา รักมันเจริญ, 2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิยิม เจริญศิริ, 2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

2.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนองต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะแสดงถึงพฤติกรรม ความสามารถ หรืออำนาจในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทต่างกัน อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อย อาจนำไปซื้อสินค้าหรือบริการที่มีความจำเป็นมากกว่าและมีการพิจารณาด้านราคาของสินค้าและบริการนั้นๆอย่างรอบคอบ ซึ่งต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนมาก ที่อาจจะตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นางสาวจันทิมา รักมันเจริญ, 2558) ที่

ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิยม เจริญศิริ, 2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

3. ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของรีสอร์ท สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพในการให้บริการ หากรีสอร์ทมีชื่อเสียง หรือมีการบริหารแบบเครือข่ายจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฉันทหทัย คำสาร, 2555) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของที่พักรวมเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ (กรณีย์ สุทธธรรมณ์, 2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม รอยัลโดมอน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าระบบสาธารณูปโภคของห้องพักหลากหลาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ (สินินาถ ต้นตราผล, 2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่กรณีศึกษาโรงแรมธาริน พบว่าผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่อง ความสะอาดของห้องพัก และสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพ พบว่าการให้ความสำคัญกับความสะอาดและความสวยงามของห้องพัก

3.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ราคาที่มีความเหมาะสมกับระดับของโรงแรม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ศรันย์สุทธธรรมณ์, 2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม รอยัลโดมอน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับสูงในปัจจัยย่อยเรื่องความเหมาะสมของราคาห้องพัก และสอดคล้องกับการศึกษาของ (สินินาถ ต้นตราผล, 2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน พบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยมีความพึงพอใจราคาห้องพักเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเมดิสัน กรุงเทพ พบว่าบริการคุ้มค่างบราคาที่จ่ายไป

3.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก คือ แหล่งชุมชน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรณีย์สุทธธรรมณ์(2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรมแรม รอยัลโดมอน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าการติดต่อกับพนักงานชาย และพนักงานชายติดต่อกับที่สำนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางและ

สอดคล้องกับการศึกษาของ (สินินาถ ตันตราผล, 2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน พบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่ตั้งเป็นอันดับแรกและสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเมดิสัน กรุงเทพฯ พบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในระดับดีคือทำเลที่ตั้งของโรงแรม

3.4 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญระดับมากคือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (กรัณย์ สุทธารมณ, 2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัลโดมอน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าการจัดบุฟเฟ่ต์ราคาประหยัดลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเช่นกัน และการลดราคาห้องพักสำหรับแขกที่พักประจำสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ พบว่าการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับดี คือ การให้บริการส่วนลด พนักงานขายและฝ่ายสำรองห้องพักมีความรู้ความสามารถมีการอธิบายรายละเอียดต่างๆ ได้เป็นอย่างดี การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์ และพนักงานขาย

3.5 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ พนักงานมีความนอบน้อมยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ พบว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการของบุคลากร มีความพึงพอใจระดับดี ประกอบด้วย การแต่งกายของพนักงาน การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการ บุคลิกภาพและมารยาทของพนักงาน ความเหมาะสมของจำนวนพนักงาน และการรับฟังปัญหาและความคิดเห็นของพนักงาน

3.6 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับดารศึกษาของ (สินินาถ ตันตราผล, 2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน พบว่ามีความพึงพอใจเรื่องความสะอาดของห้องพัก และสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว, 2550) ที่ศึกษาแนวทางในการปรับปรุง การให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับดี ประกอบด้วย ความสะอาดของห้องรับรอง สถานที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของโรงแรม และบรรยากาศของห้องรับรอง

3.7 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทอาจารย์พันธ์ เกาะพยาม จังหวัดระนอง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า กระบวนการที่รวดเร็วไม่ล่าช้า

ซึ่งสอดคล้องกับ (เบญจมาศ ชูแก้ว,2550) ที่ศึกษาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯพบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการพบว่า มีความพึงพอใจในระดับดี คือความรวดเร็วในการให้บริการ ขณะเดียวกันมีการศึกษาอื่น คือ การอธิบายรายละเอียดกับการเข้าพัก การนำเสนอบริการด้านต่างๆ ความทันสมัยของเทคโนโลยี การตอบคำถามเกี่ยวกับการบริการของลูกค้า

## บรรณานุกรม

- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- โสภิตา สุกง่า. (2552). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสปาไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สิริประภา วุฒิชนม. (2555). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบบต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภค. การศึกษาอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุจินดา เยาวกุลพัฒนา. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศิริประภา นพชัยยา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ( Service Marketing Mix ). ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2560. <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- วัชระ วงษ์เกษม. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหูฟังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรวิกร สยามิภักดี. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543) .ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) [ออนไลน์]. สืบค้น 27 มกราคม 2561 จาก <http://spssthis.blogspot.com/>
- อัญธิกา แก้วศิริ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

อิสริย์ คากลิ่ง. (2559).พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขต พื้นที่อำเภอ  
ชะอำจังหวัดเพชรบุรีและอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด