

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัย ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

N ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

t ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย

F ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวน

df ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

ss ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Sum of Square)

MS ค่าเฉลี่ยผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Mean Square)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	147	36.80
1.2 หญิง	253	63.20
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	97	24.20
2.2 25 – 34 ปี	115	28.80
2.3 35 – 44 ปี	83	20.80
2.4 45–54 ปี	63	15.80
2.5 ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	42	10.50
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าประถมศึกษา	23	5.80
3.2 ประถมศึกษา	29	7.20
3.3 มัธยมศึกษาตอนต้น	54	13.50
3.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	70	17.50
3.5 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	60	15.00
3.6 ปริญญาตรีขึ้นไป	164	41.00
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
4.1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	117	29.20
4.2 เกษตรกรรม	41	10.20
4.3 รับจ้าง/ลูกจ้าง	94	23.50
4.4 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	58	14.50
4.5 นักเรียน นักศึกษา	90	22.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 ไม่มีรายได้	75	18.80
5.2 ต่ำกว่า 5,000 บาท	37	9.20
5.3 5,000–10,000 บาท	85	21.20
5.4 10,001–15,000บาท	81	20.20
5.5 15,001–20,000บาท	62	15.50
5.6 20,001บาทขึ้นไป	60	15.00
รวม	400	100.00
6. ภูมิลำเนา		
6.1 ภาคกลาง	174	43.50
6.2 ภาคเหนือ	40	10.00
6.3 ภาคตะวันตก	50	12.50
6.4 ภาคตะวันออก	105	26.20
6.5 ภาคใต้	31	7.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 มีอายุมากที่สุด คือ 25–34ปีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ประกอบอาชีพมากที่สุด คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมา คือ รับจ้าง/ลูกจ้างจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด คือ 5,000–10,000 บาทจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 รองลงมา คือ 10,001–15,000บาทจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 และมีภูมิลำเนามากที่สุด คือ ภาคกลางจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.60	มาก	1
ด้านราคา	3.88	0.70	มาก	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97	0.72	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00	0.70	มาก	2
รวม	4.00	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.70) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.72) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.39	0.73	มาก	1
2.	การสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง	4.12	0.73	มาก	3
3.	การคมนาคมขนส่งติดต่อได้สะดวก	4.16	0.73	มาก	2
4.	ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.99	0.85	มาก	4
รวม		4.16	0.60	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.73) รองลงมา การคมนาคมขนส่งติดต่อได้สะดวก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.73) การสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.73) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมด้านราคา

ข้อ	ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม	3.87	0.84	มาก	2
2.	ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	3.87	0.86	มาก	3
3.	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม	3.89	0.88	มาก	1
รวม		3.88	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านราคา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.88) รองลงมา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.84) และที่ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	ทำให้สามารถจัดแบ่งเขตพื้นที่ และแยกแยะความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวจากชุมชนใกล้เคียงได้อย่างชัดเจน	3.92	0.89	มาก	4
2.	สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวหลายช่องทาง	3.97	0.86	มาก	3
3.	สามารถเลือกช่องทางการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ	4.02	0.85	มาก	1
4.	สถานที่ตั้งของบริษัทท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวหาได้ง่าย	3.98	0.92	มาก	2
รวม		3.97	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ สามารถเลือกช่องทางการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 4.02, S.D. = 0.85$) รองลงมาสถานที่ตั้งของบริษัทท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวหาได้ง่าย ($\bar{X} = 3.98, S.D. = 0.92$) สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.86$) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ทำให้สามารถจัดแบ่งเขตพื้นที่ และแยกแยะความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวจากชุมชนใกล้เคียงได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.92, S.D. = 0.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	สามารถรับข่าวสารการท่องเที่ยวได้สม่ำเสมอ	4.02	0.86	มาก	2
2.	สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดได้จากแหล่งต่างๆ ได้เพียงพอ	4.01	0.80	มาก	3
3.	วิธีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อมีความน่าสนใจ	3.99	0.90	มาก	4
4.	มีเว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดที่น่าสนใจและให้ข้อมูลได้อย่างเพียงพอ	3.91	0.94	มาก	5
5.	มีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีความครอบคลุมและให้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง	4.06	0.94	มาก	1
รวม		4.00	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00, S.D. = 0.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ มีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีความครอบคลุมและให้ข้อมูลได้เพียงพอและอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.06, S.D. = 0.94$) รองลงมาสามารถรับข่าวสารการท่องเที่ยวได้สม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.02, S.D. = 0.86$) สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดได้จากแหล่งต่างๆ ได้เพียงพอ ($\bar{X} = 4.01, S.D. = 0.80$) วิธีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.90$) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยได้แก่ มีเว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดที่น่าสนใจและให้ข้อมูลได้อย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.94$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวม

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
ด้านลักษณะของตราสินค้า	4.21	0.67	มาก	1
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	4.04	0.69	มาก	2
ด้านคุณค่าตราสินค้า	4.02	0.67	มาก	3
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	3.98	0.72	มาก	4
รวม	4.06	0.54		

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด คือ ด้านลักษณะของตราสินค้า ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.67) รองลงมาคือ ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.69) ด้านคุณค่าตราสินค้า ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.67) และด้านประโยชน์ของตราสินค้า ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมด้านลักษณะของตราสินค้า

ข้อ	ด้านลักษณะของตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	เกิดความชื่นชอบต่อสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอชะอำ	4.23	0.83	มาก	2
2.	สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอชะอำมีชื่อเสียงและคุณค่าเมื่อท่องเที่ยว	4.24	0.76	มาก	1
3.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความผสมผสานของสีสันของธรรมชาติ	4.17	0.87	มาก	4
4.	สนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักไปท่องเที่ยว	4.20	0.77	มาก	3
รวม		4.21	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านลักษณะของตราสินค้า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอชะอำมีชื่อเสียงและคุณค่าเมื่อท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.76) รองลงมาเกิดความชื่นชอบต่อสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอชะอำ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.83) สนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักไปท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.77) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยได้แก่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความผสมผสานของสีสันของธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมด้านคุณสมบัติของตราสินค้า

ข้อ	ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	สถานที่ท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงามนำมาพักผ่อน	4.09	0.81	มาก	1
2.	สถานที่ท่องเที่ยวมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเอกลักษณ์	4.06	0.85	มาก	2
3.	มีการจัดโปรโมชั่น กิจกรรมต่างๆ ที่ดีไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.96	0.83	มาก	3
รวม		4.04	0.69	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านคุณสมบัติของตราสินค้า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงามนำมาพักผ่อน ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.81) รองลงมาสถานที่ท่องเที่ยวมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.85) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยได้แก่ มีการจัดโปรโมชั่น กิจกรรมต่างๆ ที่ดีไว้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมด้านคุณค่าตราสินค้า

ข้อ	ด้านคุณค่าตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรับรู้เสียงต่างๆของ ธรรมชาติได้หลากหลาย	4.04	0.88	มาก	2
2.	มีความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยว	4.06	0.88	มาก	1
3.	ทำให้มีผลต่อเศรษฐกิจที่ดีในการดำรงชีพของ ประชาชนในอำเภอชะอำดีขึ้น	3.95	0.96	มาก	3
รวม		4.02	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านคุณค่าตราสินค้า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุดได้แก่ มีความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.88) รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรับรู้เสียงต่างๆของธรรมชาติได้หลากหลาย ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.88) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ทำให้มีผลต่อเศรษฐกิจที่ดีในการดำรงชีพของประชาชนในอำเภอชะอำดีขึ้น ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมด้านประโยชน์ของตราสินค้า

ข้อ	ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ ที่
1.	สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน	4.06	0.92	มาก	1
2.	ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย และมี คุณภาพดี	3.88	0.92	มาก	3
3.	นักท่องเที่ยวได้รับความภูมิใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอชะอำ	3.99	0.96	มาก	2
รวม		3.98	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำด้านประโยชน์ของตราสินค้า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ ได้แก่ สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.92) รองลงมานักท่องเที่ยวได้รับความภูมิใจในการมาท่องเที่ยวอำเภอชะอำ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.96) และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย และมีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่ง ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วน บุคคล

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ด้านลักษณะของตราสินค้า ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า ด้านคุณค่าตราสินค้า และด้านประโยชน์ของตราสินค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว สอบถามโดยเปรียบเทียบทั้งในภาพรวมและรายด้าน ทำการวิเคราะห์โดยการทดสอบค่าที (t-test) และการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว (F-test) เมื่อพบความแปรปรวนมีความแตกต่างกัน จึงทำให้การเปรียบเทียบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยว ชายหาดชะอำ	เพศ				t	Sig.
	ชาย n = 147		หญิง n = 253			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านลักษณะของตราสินค้า	4.21	0.68	4.22	0.66	0.18	0.86
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	4.07	0.70	4.02	0.69	0.65	0.51
ด้านคุณค่าตราสินค้า	4.02	0.72	4.02	0.64	0.07	0.95
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	4.01	0.73	3.96	0.71	0.68	0.49
รวม	4.08	0.56	4.05	0.52	0.40	0.69

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	16.10	4.03	9.83**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	161.75	0.41		
	รวม	399	177.85			
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	21.37	5.34	12.40**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	170.26	0.43		
	รวม	399	191.63			
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	11.00	2.75	6.39**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	170.10	0.43		
	รวม	399	181.10			
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	6.53	1.63	3.24**	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	198.96	0.50		
	รวม	399	205.49			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	11.55	2.89	11.02**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	103.49	0.26		
	รวม	399	115.04			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมและรายด้านมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความกักตึในแหล่ง
ท้องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วย
วิธี LSD

ความกักตึในแหล่ง ท้องเที่ยวชายหาดชะอำ	อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป
ด้านลักษณะของตรา สินค้า	ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.29**	0.34**	0.09	0.30*
	25-34 ปี		-	0.06	0.20*	0.59**
	35-44 ปี			-	0.26*	0.64**
	45-54 ปี				-	0.39**
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป					-
ด้านคุณสมบัติของตรา สินค้า	ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.47**	0.54**	0.37**	0.01
	25-34 ปี		-	0.07	0.09	0.48**
	35-44 ปี			-	0.16	0.55**
	45-54 ปี				-	0.39**
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป					-
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.19*	0.34**	0.07	0.21
	25-34 ปี		-	0.15	0.12	0.41**
	35-44 ปี			-	0.27*	0.56**
	45-54 ปี				-	0.29*
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป					-
ด้านประโยชน์ของตรา สินค้า	ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.04	0.05	0.12	0.36**
	25-34 ปี		-	0.01	0.17	0.41**
	35-44 ปี			-	0.18	0.42**
	45-54 ปี				-	0.24
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป					-
รวม	ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.25**	0.32**	0.10	0.22*
	25-34 ปี		-	0.07	0.14	0.47**
	35-44 ปี			-	0.22*	0.54**
	45-54 ปี				-	0.33**
	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	11.02	2.21	5.21**	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	166.83	0.42		
	รวม	399	177.85			
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	5.34	1.07	2.26*	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	186.29	0.47		
	รวม	399	191.63			
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	8.07	1.61	3.67**	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	173.03	0.44		
	รวม	399	181.10			
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	10.62	2.12	4.30**	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	194.87	0.50		
	รวม	399	205.49			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	7.56	1.51	5.54**	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	107.48	0.27		
	รวม	399	115.04			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของตราสินค้า ด้านคุณค่าตราสินค้า และด้านประโยชน์ของตราสินค้ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านคุณสมบัติของตราสินค้ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าประถมศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรีขึ้นไป
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	0.13	0.47**	0.47**	0.14	0.48**
	ประถมศึกษา		-	0.34*	0.34*	0.01	0.35**
	มัธยมศึกษาตอนต้น			-	0.01	0.32**	0.01
	มัธยมศึกษาตอนปลาย				-	0.33**	0.01
	อนุปริญญาฯ					-	0.33**
	ปริญญาตรีขึ้นไป						-
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	0.32	0.35*	0.43**	0.21	0.42**
	ประถมศึกษา		-	0.31	0.11	0.11	0.10
	มัธยมศึกษาตอนต้น			-	0.08	0.14	0.07
	มัธยมศึกษาตอนปลาย				-	0.22	0.01
	อนุปริญญาฯ					-	0.21*
	ปริญญาตรีขึ้นไป						-
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	0.26	0.36*	0.42**	0.28	0.53**
	ประถมศึกษา		-	0.01	0.16	0.02	0.72*
	มัธยมศึกษาตอนต้น			-	0.06	0.08	0.17
	มัธยมศึกษาตอนปลาย				-	0.14	0.11
	อนุปริญญาฯ					-	0.25*
	ปริญญาตรีขึ้นไป						-
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	0.02	0.36*	0.12*	0.39*	0.53**
	ประถมศึกษา		-	0.34*	0.39*	0.37*	0.51**
	มัธยมศึกษาตอนต้น			-	0.06	0.03	0.17
	มัธยมศึกษาตอนปลาย				-	0.02	0.11
	อนุปริญญาฯ					-	0.13
	ปริญญาตรีขึ้นไป						-

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความภักดีใน แหล่งท่องเที่ยว ชายหาดชะอำ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ประถม ศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี ขึ้นไป
	ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	0.18	0.38**	0.44**	0.26*	0.49**
	ประถมศึกษา		-	0.20	0.25*	0.07	0.31**
รวม	มัธยมศึกษาตอนต้น			-	0.05	0.13	0.10
	มัธยมศึกษาตอนปลาย				-	0.18	0.05
	อนุปริญญาฯ					-	0.23**
	ปริญญาตรีขึ้นไป						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ วิเคราะห์รายคู่

โดยรวม ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในกลุ่มของระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรีขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาของกลุ่มการศึกษاپริญญาตรีขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาประถมศึกษา และอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มของระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นมากกว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาของกลุ่มการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านลักษณะของตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในกลุ่มของระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาของกลุ่มการศึกษاپริญญาตรีขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาประถมศึกษา และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และกลุ่มของระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลายมีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มของระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอน

ปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยว ชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในคู่ของระดับ การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา มีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และคู่ของระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความคิดเห็นมากกว่าระดับ การศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาคู่ของระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่าระดับ การศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณค่าตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในคู่ของระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่า ประถมศึกษา มีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 และคู่ของระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำ กว่าประถมศึกษาคู่ของระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษา ประถมศึกษาและอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านประโยชน์ของตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในคู่ของระดับ การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาและ ประถมศึกษา มีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 และคู่ของระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาและ ประถมศึกษา มีความรักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	5.83	1.46	3.35**	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	172.02	0.44		
	รวม	399	177.85			
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	9.07	2.27	4.90**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	182.57	0.46		
	รวม	399	191.63			
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	8.74	2.19	5.01**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	172.36	0.44		
	รวม	399	181.10			
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	8.31	2.08	4.16**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	197.19	0.50		
	รวม	399	205.49			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	5.98	1.49	5.41**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	109.06	0.28		
	รวม	399	115.04			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมและรายด้านมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	รับจ้าง/ลูกจ้าง	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียนนักศึกษา
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	0.23	0.01	0.13	0.28**
	เกษตรกร	-	-	0.23	0.10	0.05
	รับจ้าง/ลูกจ้าง	-	-	-	0.13	0.28**
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.15
	นักเรียน นักศึกษา	-	-	-	-	-
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	0.30*	0.03	0.03	0.35**
	เกษตรกร	-	-	0.26	0.26	0.59
	รับจ้าง/ลูกจ้าง	-	-	-	0.01	0.32**
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.32**
	นักเรียน นักศึกษา	-	-	-	-	-
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	0.47**	0.15	0.20	0.31**
	เกษตรกร	-	-	0.31*	0.27*	0.16
	รับจ้าง/ลูกจ้าง	-	-	-	0.04	0.15
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.11
	นักเรียน นักศึกษา	-	-	-	-	-
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	0.49**	0.05	0.17	0.03
	เกษตรกร	-	-	0.44**	0.32*	0.46**
	รับจ้าง/ลูกจ้าง	-	-	-	0.12	0.02
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.14
	นักเรียน นักศึกษา	-	-	-	-	-
รวม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	0.37**	0.06	0.13	0.24**
	เกษตรกร	-	-	0.31**	0.24*	0.13
	รับจ้าง/ลูกจ้าง	-	-	-	0.07	0.18*
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.11
	นักเรียน นักศึกษา	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	3.52	0.71	1.59	0.16
	ภายในกลุ่ม	394	174.33	0.44		
	รวม	399	177.85			
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	6.34	1.27	2.69*	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	185.30	0.47		
	รวม	399	191.63			
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	5.01	1.00	2.24*	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	176.09	0.45		
	รวม	399	181.10			
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	5.88	1.18	2.32*	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	199.62	0.51		
	รวม	399	205.49			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	2.95	0.59	2.07	0.07
	ภายในกลุ่ม	394	112.10	0.29		
	รวม	399	115.04			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า ด้านคุณค่าตราสินค้า และด้านประโยชน์ของตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านลักษณะของตราสินค้ามีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ไม่มีรายได้	-	0.27*	0.25*	0.39**	0.17	0.18
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		-	0.03	0.11	0.10	0.10
	5,000 - 10,000 บาท			-	0.14	0.07	0.07
	10,001 - 15,000บาท				-	0.21	0.21
	15,001 - 20,000บาท					-	0.01
	20,001บาทขึ้นไป						-
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ไม่มีรายได้	-	0.05	0.06	0.19	0.13	0.20
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		-	0.01	0.25	0.19	0.25
	5,000 - 10,000 บาท			-	0.25*	0.19	0.26*
	10,001 - 15,000บาท				-	0.06	0.01
	15,001 - 20,000บาท					-	0.07
	20,001บาทขึ้นไป						-
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ไม่มีรายได้	-	0.16	0.25*	0.07	0.04	0.06
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		-	0.09	0.23	0.12	0.22
	5,000 - 10,000 บาท			-	0.32**	0.21	0.33*
	10,001 - 15,000บาท				-	0.11	0.02
	15,001 - 20,000บาท					-	0.09
	20,001บาทขึ้นไป						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ วิเคราะห์รายคู่

ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในกลุ่มของรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีรายได้มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มของรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทและ 5,000–10,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีรายได้มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณค่าตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในกลุ่มของรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือน 5,000–10,000 บาท มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ด้านประโยชน์ของตราสินค้า ปรากฏว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในกลุ่มของรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือน 5,000–10,000 บาท มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มของรายได้ต่อเดือน 5,000–10,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีรายได้และกลุ่มของรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่ารายได้ต่อเดือน 5,000–10,000 บาท มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามภูมิลำเนา

ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	15.93	3.98	9.72**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	161.92	0.41		
	รวม	399	177.85			
ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	6.47	1.62	3.45**	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	185.16	0.47		
	รวม	399	191.63			
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	21.24	5.31	13.12**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	159.86	0.41		
	รวม	399	181.10			
ด้านประโยชน์ของตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	20.63	5.16	11.02**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	184.86	0.47		
	รวม	399	205.49			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	14.72	3.68	14.49**	0.00
	ภายในกลุ่ม	395	100.32	0.25		
	รวม	399	115.04			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมและรายด้านมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีในแหล่ง
ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามภูมิลำเนา เป็นรายคู่
ด้วยวิธี LSD

ความภักดีในแหล่ง ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ	ภูมิลำเนา	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันตก	ภาค ตะวันออก	ภาคใต้
ด้านลักษณะของตรา สินค้า	ภาคกลาง	-	0.50**	0.39**	0.24**	0.53**
	ภาคเหนือ		-	0.10	0.25*	0.03
	ภาคตะวันตก			-	0.15	0.13
	ภาคตะวันออก				-	0.29*
	ภาคใต้					-
ด้านคุณสมบัติของตรา สินค้า	ภาคกลาง	-	0.20	0.33**	0.22*	0.24
	ภาคเหนือ		-	0.14	0.02	0.04
	ภาคตะวันตก			-	0.12	0.10
	ภาคตะวันออก				-	0.02
	ภาคใต้					-
ด้านคุณค่าตราสินค้า	ภาคกลาง	-	0.31**	0.59**	0.28**	0.63**
	ภาคเหนือ		-	0.28*	0.23	0.32*
	ภาคตะวันตก			-	0.31**	0.35**
	ภาคตะวันออก				-	0.35**
	ภาคใต้					-
ด้านประโยชน์ของตรา สินค้า	ภาคกลาง	-	0.42**	0.52**	0.28**	0.65**
	ภาคเหนือ		-	0.10	0.13	0.23
	ภาคตะวันตก			-	0.23*	0.13
	ภาคตะวันออก				-	0.37**
	ภาคใต้					-
รวม	ภาคกลาง	-	0.36**	0.46**	0.26**	0.51**
	ภาคเหนือ		-	0.10	0.10	0.16
	ภาคตะวันตก			-	0.20*	0.05
	ภาคตะวันออก				-	0.25*
	ภาคใต้					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

มีความคิดเห็นมากกว่าภูมิลำเนาภาคตะวันตก มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ตารางที่ 4.23 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาด	ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ				
	ด้าน	ด้าน	ด้าน	ด้าน	รวม
	ลักษณะของ ตราสินค้า (Y ₁)	คุณสมบัติ ของตรา สินค้า (Y ₂)	คุณค่าตรา สินค้า (Y ₃)	ประโยชน์ ของตรา สินค้า (Y ₄)	
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.67**	0.60**	0.52**	0.49**	0.73**
ด้านราคา (X ₂)	0.55**	0.55**	0.43**	0.29**	0.58**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.66**	0.56**	0.45**	0.35**	0.64**
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.59**	0.58**	0.37**	0.30**	0.59**
รวม (X)	0.73**	0.68**	0.52**	0.42**	0.75**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.23 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทางบวกอยู่ในระดับสูง ($r_{X,Y} = 0.75$, $p = 0.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำโดยรวมในทางบวกทุกด้าน มีพิจารณาเป็นรายคู่ผลปรากฏดังนี้

คู่ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง อันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมในทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.73

คู่ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง รองลงมา ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมในทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.64

คู่ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง อันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมในทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.59

คู่ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง รองลงมา ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีความสัมพันธ์กับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยรวมในทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.58