

# คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

## Service Quality Affecting Customer Satisfaction and Intention of Returning to 5 Star-Hotels of Foreign Visitors in Bangkok

นันทพร กุดหินนอก

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 450,000 – 750,000 บาท รับรู้ข่าวสารของโรงแรม 5 ดาวผ่านสื่อออนไลน์เป็นอันดับ 1 มากที่สุด และรับรู้ข่าวสารของโรงแรม 5 ดาว ผ่านสื่อออนไลน์ ประเภท Facebook และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*คำสำคัญ:* คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการ

### Abstract

This report aims to study the service quality that affects customer satisfaction and intention of returning to 5 star – hotels of foreign visitors in Bangkok. Questionnaires were used as a research tool for gathering data from 400 foreign tourists at 5 star-hotels in Bangkok through the multi-stage sampling method. The statistics used to analyze the data is multiple regression analysis. The results show that majority of respondents were male with age between 41 – 50 years. Most of them were married and they completed a bachelor's degree. They worked in private companies and earn a monthly salary ranging from 450,000 to 750,000 baht. They received the information about 5 star-hotels via Facebook. The results show that the service quality for reliability, providing confidence to customers and customer commitment affected the satisfaction of the service statistically significant at 0.05.

*Keyword:* service quality, satisfaction, intention of returning

## 1. บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลก ทำให้ธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปัจจุบันมีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วยทั้งนี้ คุณภาพบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่งได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมระดับ 5 ดาว จัดได้ว่าเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียง มีจุดเด่นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความหรูหรา ความทันสมัยของห้องพักและการตกแต่งโรงแรม ความมีมาตรฐานด้านการบริการ ทำให้โรงแรมระดับ 5 ดาว มีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมในระดับอื่นทั่วไปและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าศักยภาพที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจหลักที่เป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยเป็นธุรกิจที่สร้างอาชีพและรายได้ภายในประเทศ ในขณะที่เดียวกันยังก่อให้เกิดรายได้จากการใช้จ่ายค่าที่พักของนักท่องเที่ยวในระหว่างการเข้าพักซึ่งถือเป็นรายได้หลักของการท่องเที่ยวจากสถิติค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2553 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,130.95 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 คิดเป็นร้อยละ 14.38 โดยในหมวดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินมากที่สุด คือ ค่าที่พักคิดเป็นร้อยละ 37.79 รองลงมา ได้แก่ ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก และค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 26.01 และ 17.74 ตามลำดับ จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 15.3 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 679,487.15 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ธุรกิจโรงแรมจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ ซึ่งการแบ่งประเภทของโรงแรมโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นหลัก จะเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ตลอดจนการบริการที่โรงแรมให้แก่ผู้เข้าพัก ดังนั้น โรงแรมจึงมีตั้งแต่แบบธรรมดา ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการมากนัก จนถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งจัดว่าเป็นโรงแรมที่ดีที่สุด มีทั้งการตกแต่งที่หรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อมและการบริการที่ดีเยี่ยม (ธีรชาติ เพียรการ, 2550)

จากสถิติของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ทำให้ธุรกิจโรงแรมได้เข้ามามีบทบาทในการรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักแรม ที่ต้องการสถานที่พักและอาหาร โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครจำนวนมากต่างพยายามแข่งขันกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักในโรงแรมและนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าพัก นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ มีความพึงพอใจ และเลือกกลับมาใช้บริการมากขึ้น โดยการพัฒนาคุณภาพของการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นได้ว่าในแต่ละปีปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานครโดยมุ่งศึกษาในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาว และความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ โดยผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และเพื่อให้กลุ่มธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการของโรงแรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าพักโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าพักโรงแรม

## 2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา** คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 2,241,184 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ยามาเน (Yamane, 1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

**การสุ่มตัวอย่าง** จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยเริ่มต้นโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเลือกจำนวนเขตพื้นที่ได้เป็น 4 จำนวนตามกลุ่มการบริหารงานของกรุงเทพจากกลุ่มกรุงเทพกลาง กรุงเทพใต้ กรุงเทพเหนือ กรุงเทพตะวันออก ผลของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้เขตพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เขตห้วยขวาง เขตสาทร เขตจตุจักร และเขตลาดกระบัง ต่อมาวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทำการแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด เท่าๆกัน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่ทั้ง 4 เขต

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้** คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด พบว่า แบบสอบถาม มีระดับความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.820 มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในสูง (พรธณี ลีกิจวัฒน์, 2553)

## 4. ผลการวิจัย

### 4.1 ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 450,000 – 750,000 บาท รับรู้ข่าวสารของโรงแรม 5 ดาวผ่านสื่อออนไลน์เป็นอันดับ 1 มากที่สุด และรับรู้ข่าวสารของโรงแรม 5 ดาว ผ่านสื่อออนไลน์ประเภท Facebook

### 4.2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Beta = 0.312) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ (Beta = 0.285) และคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Beta = 0.243) (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ  
โรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	-0.234	0.165		-1.418	0.157
คุณภาพการให้บริการ					
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.018	0.060	0.014	0.295	0.768
- ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.275	0.060	0.243	4.588	0.000*
- ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.087	0.066	0.076	1.317	0.189
- ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	0.304	0.048	0.312	6.377	0.000*
- ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ	0.310	0.049	0.285	6.360	0.000*

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจในการใช้บริการ ( $R^2$ ) = 0.662,  $F = 154.496$ ,  $p < 0.05^*$

การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.486	0.151		3.222	0.001
ความพึงพอใจในการใช้บริการ	0.849	0.038	0.746	22.333	0.000*

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์ความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ( $R^2$ ) = 0.556,  $F = 498.747$ ,  $p < 0.05^*$

การวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่ส่งผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณคุณภาพการบริการที่ส่งผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	-0.440	0.222		-1.984	0.048
ความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ	1.012	0.053	0.695	19.266	0.000*

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์ความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ( $R^2$ ) = 0.483,  $F = 371.165$ ,  $p < 0.05^*$

## 5. อภิปรายผล

คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการที่โรงแรมมีอุปกรณ์ทันสมัยครบครันในการอำนวยความสะดวก พนักงานการเงินมีความซื่อสัตย์ ไว้วางใจได้ รวมถึงโรงแรมมีหลักฐานการรับเงินหรือใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องชัดเจนให้แก่ลูกค้า และไม่ต้องกังวลเรื่องความปลอดภัยของทรัพย์สิน จึงทำให้คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาส ตันติพันธุ์พัฒน์ (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อการบริการที่พักอาศัยรายเดือนในเครือโซคซีย์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือได้

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว จากแหล่งต่างๆ จนเกิดความพึงพอใจก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว รวมถึงการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว จึงคิดที่จะแนะนำการให้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ให้แก่เพื่อนหรือบุคคลที่ใกล้ชิดซึ่งมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐสิฎฐ์ ประทีป ณ ถลาง (2549) ศึกษา เรื่องแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสปา: กรณีศึกษา บริษัท พรพรรณราสพา จำกัด จังหวัดภูเก็ต พบว่า แนวโน้มการใช้ซ้ำมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

คุณภาพการให้บริการส่งผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากโรงแรมแต่ละแห่งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับจากทางโรงแรม ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ จนถึงสามารถส่งผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่องโมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องในขอบเขตที่ยอมรับได้ ทำให้สามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันได้ว่า หากผู้ประกอบการสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ต่อคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ให้สูงขึ้นได้ จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงขึ้น จนถึงสามารถส่งผลทางตรงต่อความไว้วางใจและส่งผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของลูกค้าให้สูงขึ้นได้ในที่สุด

## 6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรอาศัยจุดเด่นในการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ โดยภายในโรงแรมต้องมีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการ การให้บริการต้องมีความซื่อสัตย์ครบถ้วนและถูกต้อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ นอกจากนี้ จากการศึกษา

พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาว  
ซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรจัดฝึกอบรมให้พนักงานมี  
ทักษะความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการใช้บริการ  
และจากการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ  
โรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรเน้นให้พนักงาน  
ให้ความสำคัญแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียม พนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการ และกรณีมีเรื่องร้องเรียนหรือเรื่องด่วน  
จะได้รับการช่วยเหลือจากพนักงานเป็นอย่างดี

## 7. เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ. สืบค้นจาก

<http://thai.tourismthailand.org/about-tat/annual-report>.

ณัฐพัชร ล้อประเสริฐ. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรชาติ เพียรการ. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
พะเยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). *โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของลูกค้าใน  
เขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปัญญา พงษ์อิทธิวา. (2548). *ความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มการซื้อซ้ำของลูกค้าผลิตภัณฑ์เครื่องถ่ายเอกสาร  
ยี่ห้อ Konica ของบริษัท อินเตอร์ พาร์อิสท์ วิศวกรรม จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้ตอนบน*. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประภาส ดันดีพันธุ์พิพัฒน์. (2549). *ความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อการบริการที่พักอาศัยรายเดือนในเครือโชคชัย  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรธณี ลีกิจวัฒน์. (2553). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพมหานคร:

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ภาวิณี เต็มดี. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการใน Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัฐสิมมูร์ ประทีป ณ ถลาง. (2549). *แนวโน้มการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสปา : กรณีศึกษา บริษัท พรธณ ราสปลา  
จำกัด จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ลัดดา บัญเพ็ง. (2547). *ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อซ้ำ อาหารเข้าซีเรียล  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณวิภา พีระวัชร. (2549). *คุณภาพในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสี่แยกบ้านแขก*. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมาคมโรงแรมไทย. (2545). *มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.