

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Satisfaction of Tourists from Thailand
on 3-Star Hotels in Bangkok



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Satisfaction of Tourists from Thailand
on 3-Star Hotels in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2558

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ภูเกริก บัวสอน)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ดวงธิดา นันทาภิรัตน์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

23 กรกฎาคม 2558

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, กรกฎาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร (77 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ภูเกริก บัวสอน

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรม 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มแก่ลูกค้า และผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุด เฉพาะในเขตลาดพร้าวและรัชดา และในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ t-test และ One Way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัยพบว่า

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศชายและหญิงอายุ 41–50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีรายได้ต่อเดือน 45,001–60,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7

เมื่อศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเข้าพัก 1–3 ครั้ง/ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อติดต่องาน/ธุรกิจ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีผู้ร่วมเข้าพักคือ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีงบประมาณ 1,501–2,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีเหตุผลในการเลือกโรงแรมคือ ความสวยงาม จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และคิดกลับไปใช้บริการ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 เพราะชอบที่บริการประทับใจ

เมื่อศึกษาความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา ที่จอดรถอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานครนั้นมีความสัมพันธ์กับความสวยงามของโรงแรม, มีที่จอดรถเพียงพอ, มีการให้บริการที่ประทับใจ, มีบริการซักรีด/ ซักแห้ง และมีฟิตเนส

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, โรงแรมขนาด 3 ดาว



Chaisiriporn, C. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), July 2015,
Graduate School Bangkok University.

The Satisfaction of Tourists from Thailand on 3-Star Hotels in Bangkok (77 pp.)

Advisor: Phukrirk Buasorn, Ph.D.

ABSTRACT

This research aims to study the demographic characteristics that affects satisfaction with medium-sized 3-star hotels in Bangkok as well as to study the satisfaction that Thai customers have for 3-star hotels in Bangkok. The study is a quantitative research using the survey that were randomly distributed to customers. Total 300 questionnaires were handed in the districts of Ladprao and Ratchada. In this study, the researchers used a t-test and One-way ANOVA for data analysis and the findings are as follows.

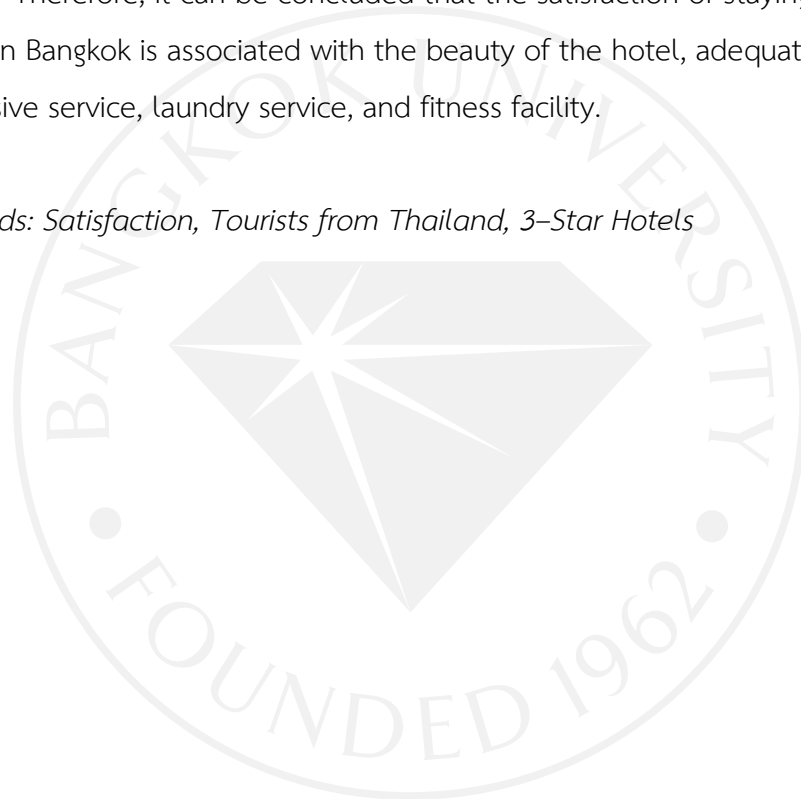
The study of general information of respondents showed that the majority of the respondents were female, 154 people, representing 51.3 per cent. Those who male and female were 41–50 years old accounted for 114 in number, or 38.0 per cent. A monthly income of 45,001–60,000 Baht accounted for 133 in number, or 44.3 percent. Marital status of married accounted for 168 in number, or 56.0 per cent. The highest education of higher than Bachelor's degree accounted for 164 in number, or 54.7 per cent.

The study of respondents' behavior in staying at 3-star hotels found that the majority of the respondents, 168 people or 56.0 per cent, indicated that the number of visits were 1–3 times/year. 164 respondents or 54.7 per cent stated that the purpose of the stay was for job/business purposes. Those who had their colleagues as co-guests accounted for 127 people, representing 42.3 per cent. 102 people, or 34.0 per cent, had a budget of 1,501–2,000 Baht. The most common reason for choosing to stay at any hotel was the beauty look of the hotel, accounted for 165 people or 19.0 per cent. And 218 respondents admitted that they would consider revisiting the hotel, representing 72.7 per cent, due to impressive services.

When studying with emphasis on customers' needs from 3–star hotels, the results showed that, in total, the respondents had requirements in various areas from 3–star hotels in the highest level, with the average of 4.31 in score. When classifying customers' needs in details, it was found that the respondents wanted laundry service in the highest level, with the average of 4.54 points. Next, the parking area is needed in the highest level with the average of 4.53 and the fitness facility is also needed in the highest level with the average score of 4.52.

Therefore, it can be concluded that the satisfaction of staying at 3–star hotels in Bangkok is associated with the beauty of the hotel, adequate parking area, impressive service, laundry service, and fitness facility.

Keywords: Satisfaction, Tourists from Thailand, 3–Star Hotels



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ที่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความเมตตา กรุณา จากคณาจารย์ทุกท่าน ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ ดร.ภูเกริก บัวสอน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเป็นอย่างสูง ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการแนะนำ ให้ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อข้าพเจ้า รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในสารนิพนธ์ของข้าพเจ้าเป็นอย่างดี นับตั้งแต่ข้าพเจ้าได้เริ่มต้นดำเนินการจนแล้วเสร็จเรียบร้อย และขอขอบพระคุณ ดร.ชลวิช สุธัญญารักษ์, ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์ และ ดร. สุปราณี ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบในการค้นคว้าอิสระของข้าพเจ้าในด้านแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัว ที่คอยสนับสนุนและคอยเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้า และขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้

คุณประโยชน์ที่อันจะเกิดขึ้นจากการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ขอขอบมอบให้แก่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ทุกท่าน ตลอดจนคนใกล้ชิดที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำ

ท้ายสุดนี้ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้มา ณ ที่นี้ด้วย และผู้วิจัยขอรับข้อผิดพลาดทั้งหมดไว้เพียงผู้เดียว

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.6 สมมติฐานงานวิจัย	5
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของลูกค้า	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของลูกค้า	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความต้องการของลูกค้า	13
2.5 แนวคิดและทฤษฎีการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า	14
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	16
2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมระดับกลางและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	22
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย	24
3.6 ประเภทของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีดำเนินการวิจัย	
3.7 วิธีการทางสถิติ	26
3.8 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว	32
4.3 ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว	35
4.4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว	36
4.5 การทดสอบสมมติฐาน	40
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผล	62
5.2 อภิปรายผล	64
5.3 ข้อเสนอแนะ	67
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	71
ประวัติผู้เขียน	77
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: สมมติฐานที่ 1	7
ตารางที่ 3.2: สมมติฐานที่ 2	28
ตารางที่ 4.1: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ	29
ตารางที่ 4.2: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ	30
ตารางที่ 4.3: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	30
ตารางที่ 4.4: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ	31
ตารางที่ 4.5: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	31
ตารางที่ 4.6: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกจำนวนเข้าพัก	32
ตารางที่ 4.7: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจุดประสงค์เข้าพัก	32
ตารางที่ 4.8: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามผู้ร่วมเข้าพัก	33
ตารางที่ 4.9: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามงบประมาณ	33
ตารางที่ 4.10: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเหตุผล	34
ตารางที่ 4.11: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามการคิดกลับไปใช้บริการ	34
ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว	35
ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	36
ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านราคา	37
ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	37
ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	38
ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	39
ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านบุคลากร ที่ให้บริการ	39
ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้ บริการ	40
ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ โรงแรม	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.21: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test	41
ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	42
ตารางที่ 4.23: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	44
ตารางที่ 4.24: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ความพึงพอใจด้านราคา	44
ตารางที่ 4.25: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	45
ตารางที่ 4.26: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	46
ตารางที่ 4.27: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	47
ตารางที่ 4.28: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	49
ตารางที่ 4.29: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	50
ตารางที่ 4.30: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	51
ตารางที่ 4.31: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	52
ตารางที่ 4.32: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานะ	53
ตารางที่ 4.33: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.34: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	57
ตารางที่ 4.35: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านราคา	58
ตารางที่ 4.36: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความพึงพอใจโดยภาพรวม	59
ตารางที่ 4.37: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ความพึงพอใจโดยภาพรวม ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	61



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย	5
ภาพที่ 1.2: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย (ส่วนที่ 1)	7
ภาพที่ 1.3: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย (ส่วนที่ 2)	8



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรงแรมในประเทศไทยนั้นเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อสมัยรัชกาลที่ 4 หรือเมื่อประมาณ พ.ศ. 2406 โดยโรงแรมแรกคือ โรงแรมยูเนียนโฮเต็ล และโรงแรมบอร์ดิ้งโฮเต็ล ซึ่งเหตุผลของการสร้างโรงแรมนั้นก็คือ ในสมัยก่อนประชาชนมีการไปมาหาสู่มีการค้าขายกัน ซึ่งส่วนใหญ่ชาวจีนที่เข้ามาค้าขาย ส่วนใหญ่นั้นก็จะนอนวัดจึงได้มีการสร้างโรงแรมขึ้น และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ก็ได้มีการปรับปรุงโรงแรม เช่น ทำให้โรงแรมหรูหราขึ้น มีการนำไฟฟ้าไปใช้ในโรงแรม มีการเปิดห้องอาหารในโรงแรม และในสมัยนี้เองธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยนั้นรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก มีการเปิดโรงแรมเพิ่มขึ้นมากมายแต่ก็เป็นโรงแรมของชาวต่างชาติหมดทั้งสิ้น จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2465 พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้บัญชาการการรถไฟในสมัยนั้นได้สร้างโรงแรมรถไฟหัวหินเป็นโรงแรมที่สร้างขึ้นใกล้ ๆ กับสถานีรถไฟที่หัวหิน เป็นโรงแรมแห่งแรกที่มีผู้บริหารเป็นคนไทยและสร้างขึ้นโดยคนไทย เปิดบริการเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2466

ในปัจจุบันนี้โรงแรมนั้นได้เกิดขึ้นมากมายทั้งโรงแรมที่เก่าแก่ที่อยู่มานานและโรงแรมที่สร้างขึ้นใหม่ให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกรับบริการ ไม่ว่าจะเป็น การบริการห้องพัก การจัดประชุม การสัมมนา หรือการบริการห้องอาหาร สิ่งเหล่านี้เองเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมคอยบริการแก่นักท่องเที่ยวและลูกค้า

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจหลักที่มีผลประกอบการแปรผันโดยตรงกับสถานการณ์การท่องเที่ยว เพราะเป็นที่สำหรับพักผ่อน จัดประชุมสัมมนาทางวิชาการหรือด้านการค้าต่าง ๆ ธุรกิจโรงแรมนั้นสามารถสร้างเม็ดเงินให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก โดยศูนย์วิจัยของกลีร์ได้คาดการณ์ไว้ว่ารายได้ของธุรกิจโรงแรมในปี 2557 จะมีมูลค่าประมาณ 369,840 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 5.7

โรงแรมของไทยนั้นได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติว่ามีการบริการที่ดีและมีราคาที่ถูกกว่าโรงแรมระดับเดียวกันในต่างประเทศ และด้วยความสวยความของทัศนียภาพในประเทศไทย เช่น เกาะ ทะเล สิ่งเหล่านี้เองจะเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาใช้บริการของโรงแรมในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมก็เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูงมากเป็นลำดับต้น ๆ โดยในปัจจุบันนี้มีโรงแรมเกิดขึ้นมากมาย หลากหลายรูปแบบ และในอนาคตอุตสาหกรรมโรงแรมจะมีการพัฒนาไปตามเทคโนโลยี ทำให้ผู้บริโภคที่มาใช้บริการนั้นมีสิทธิ์เลือกมากขึ้น ตามความพอใจ

ในปี 2558 เป็นต้นไปคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพราะมีการเปิดเขตการค้าเสรีหรือ AEC ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจำเป็นต้องมีการเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อาทิเช่น การสร้างจุดแตกต่างหรือจุดเด่นของตัวเองให้ได้ เพราะถ้าโรงแรมเหมือน ๆ กันหมดนั้นผู้บริโภคก็อาจจะตัดสินใจด้วยโปรโมชั่นหรือราคาที่ถูกที่สุด

โรงแรมในกรุงเทพมหานครนั้นแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ หรือที่เรารู้จักก็คือแบ่งได้เป็น 5 ดาว ซึ่งแต่ละดาวนั้นแบ่งได้ดังนี้

1 ดาว หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ง่าย ๆ และพอใช้ มีห้องน้ำห้องส้วมเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพักเท่านั้น บรรยากาศเป็นกันเองเหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับปานกลางหรือต่ำลงมา

2 ดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับดาวเดียว ห้องพักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครันขึ้น ไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอกเหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับปานกลางหรือต่ำลงมา

3 ดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอกเหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง

4 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะอาดสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับปานกลางหรือสูงขึ้นไป

5 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรู มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

โรงแรมขนาดกลางหรือโรงแรมในระดับ 3 ดาว ในประเทศไทยหรือในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีจำนวนเยอะมากทั้งเก่าและใหม่ ส่วนใหญ่จะเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าระดับกลางที่ต้องการเข้ามาพักในราคาที่ไม่แพงจนเกินไปเมื่อเทียบกับโรงแรมระดับ 5 ดาว และการบริการนั้นก็อาจจะไม่ดีเท่ากับโรงแรมระดับ 5 ดาว แต่โรงแรมขนาดกลางนั้นก็สามรถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ทำให้มีลูกค้าเข้ามาพักอยู่อย่างเสมอ ๆ และนี่ก็เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องศึกษาว่าเพราะเหตุใดโรงแรมขนาดกลางจึงสามารถอยู่ได้และเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

โรงแรมขนาดกลางหรือโรงแรมระดับ 3 ดาวนั้นก็จะมีมาตรฐานในเรื่องราคาหรือการบริการที่อยู่ในระดับกลางและลูกค้าที่เข้ามาเข้าพักก็อยู่ในระดับกลาง และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการในราคาที่เหมาะสมหรือราคาที่รับได้ แต่ในปัจจุบันโรงแรมขนาด 3 ดาวนั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และมีการแข่งขันที่สูงมากทั้งแข่งในระดับเดียวกันเองหรือมีคู่แข่งทางอ้อมจากโรงแรมระดับต่าง ๆ ดังนั้นทางโรงแรมระดับ 3 ดาวควรที่จะมีการพัฒนาโรงแรม บุคลากร หรือมีการยกระดับการบริการเพื่อสร้าง

ความพึงพอใจหรือสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ หรือถ้าไม่ต้องการที่จะเพิ่มเติมหรือพัฒนา ก็ควรรักษามาตรฐานของโรงแรมเอาไว้ เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีที่ทั้งต่อโรงแรมเองหรือต่อประเทศเอง เพราะถ้าเมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจหรือเกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่งก็อาจจะเกิดการบอกต่อหรือกลับมาใช้บริการใหม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองจะเป็นชื่อเสียงและสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก และจะพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนในประเทศได้อีกด้วย

ในปัจจุบันนี้กรุงเทพมหานครมีโรงแรมเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่า ในปี 2556 กรุงเทพมหานครมีโรงแรมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 406 แห่ง และมีจำนวนห้องพักรวมกันทั้งสิ้น 73,291 ห้อง และคาดกันว่าในปีต่อ ๆ ไปนั้นจำนวนโรงแรมจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปีเช่นกันและปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจโรงแรมขยายตัวเพิ่มมากขึ้นนั้น เช่น ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร การขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำก็จะทำให้โรงแรมมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น การเปิดการค้าเสรี ก็จะทำให้นักท่องเที่ยว นักธุรกิจหลังไหลเข้ามาเพิ่มขึ้น

จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทำให้โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการจองห้องพักในเขตกรุงเทพมหานครช่วง 5 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2556 ที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น 72.3% จาก 65% ในช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากและมีการแข่งขันที่สูง ผู้วิจัยจึงทำวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับกลางขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นเพื่อจะได้ทราบความคิดเห็นของลูกค้าและเพื่อการปรับปรุงธุรกิจโรงแรมขนาดกลางให้อยู่รอดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยต่อการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว โดยใช้ในการแจกแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างเป็นคนไทยจำนวน 300 คน โดยเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกโรงแรมและชำระเงิน (ไม่ใช่ผู้ติดตาม) ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยจะทำการสุ่มแจกแบบสอบถามแก่ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยศึกษาพื้นที่ย่านรัชดาภิเษก ลาดพร้าว

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

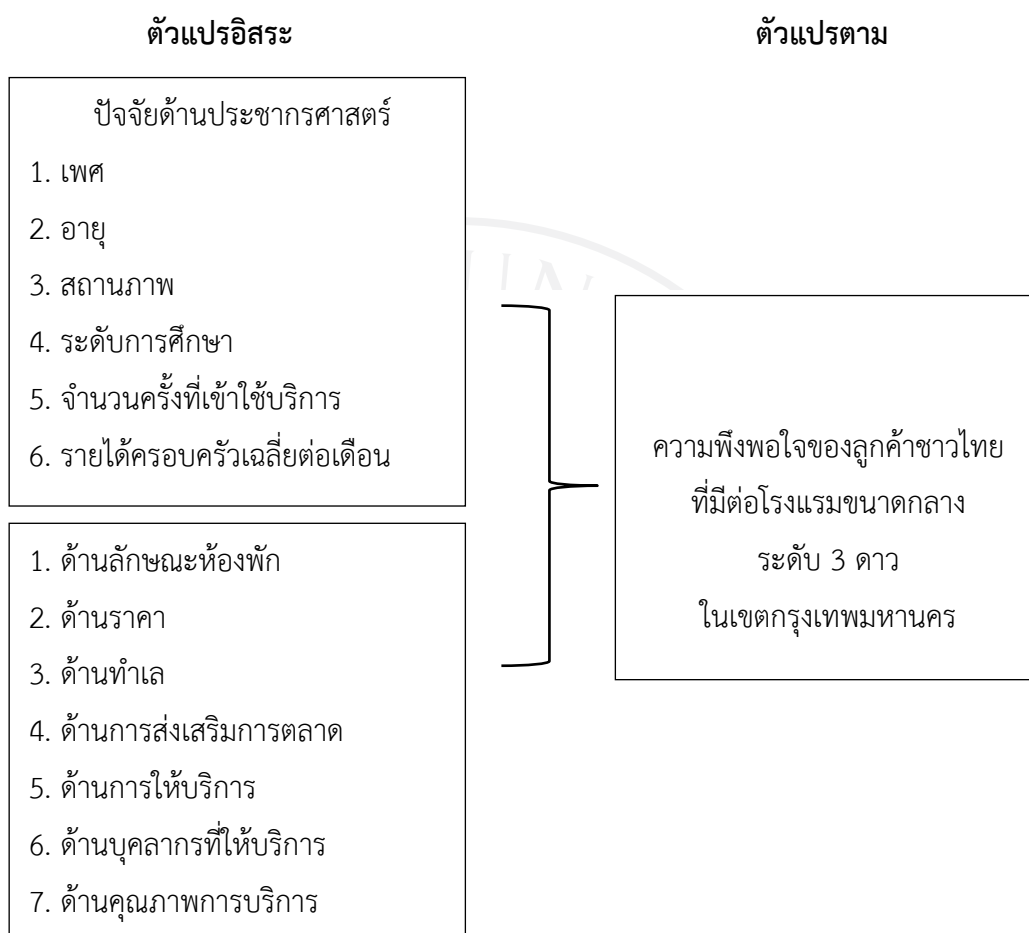
1.4.1 เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการให้ทราบวิธีการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว

1.4.2 ได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.3 สามารถนำข้อมูลจากวิจัยฉบับนี้ไปเป็นข้อมูลที่จะนำไปเป็นแนวทางการศึกษา งานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายกันได้

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



1.6 สมมติฐานงานวิจัย

1.6.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

1.6.2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การบริการ หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งตอบสนอง ปฏิบัติ หรือให้ความสะดวกสบายแก่อีกบุคคลหนึ่งเพื่อเหตุผลใดเหตุผลหนึ่งบางประการ

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งได้รับความสะดวกสบายหรือชื่นชอบในประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้เจอหรือประสบมากับตัวเอง

นักท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเดินทางไปประเทศใดประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่ประเทศบ้านเกิดของตัวเองเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ซึ่งบุคคลที่ถือเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อสุขภาพบุคคลที่เดินทางมาเพื่อประชุมหรือติดต่อธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งบุคคลที่เดินทางมาเพื่อประกอบการค้า และบุคคลที่เดินทางมาเพื่อชมทิวทัศน์ แม้จะเป็นเวลาไม่ถึง 24 ชั่วโมงก็ตาม

โรงแรม หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น ห้องพัก ร้านอาหาร สปา ห้องประชุม เพื่อให้บุคคลที่ต้องการเข้ามาใช้บริการได้

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการบริการในโรงแรมและมีการจ่ายเงินเพื่อเป็นสิ่งตอบแทน

AEC หมายถึง Asean Economics Community คือ การรวมตัวของชาติใน Asean 10 ประเทศโดยมีไทย, พม่า, ลาว, เวียดนาม, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, กัมพูชา, บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกันจะมีรูปแบบคล้าย ๆ กลุ่ม Euro Zone นั่นเองจะทำให้มีผลประโยชน์, อำนาจต่อรองต่าง ๆ กับคู่ค้าได้มากขึ้น และการนำเข้าส่งออกของชาติในอาเซียนก็จะเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า (เรียกว่า สินค้าอ่อนไหว) ซึ่ง Asean จะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและมีผลจริง ๆ จัง ๆ ณ วันที่ 1 มกราคม 2558 ณวันนั้นจะทำให้ภูมิภาคนี้เปลี่ยนไปอย่างมากอย่างที่คิดไม่ถึงทีเดียว

โรงแรมระดับ 3 ดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับกลางหรือมีฐานะปานกลาง

ซึ่งแหล่งที่มาของคำศัพท์นิยามมาจากมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์กรความร่วมมือระหว่างสมาคมโรงแรมไทย (THA) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) เป็นผู้รับรองมาตรฐานโรงแรมในเมืองไทยว่าโรงแรมแต่ละโรงแรมนั้นจะอยู่ในหมวดหมู่ใดตั้งแต่ 1-5 ดาว และแต่ละดาวมีลักษณะดังนี้ (“มาตรฐานในการให้ดาว”, 2558)

ภาพที่ 1.2: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย (ส่วนที่ 1)

การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย

มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว ★

ให้บริการอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป อาทิ

1. ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 10 ตารางเมตร
2. เตียงขนาด 3 ฟุต
3. กระจกแต่งหน้า
4. ถังขยะ
5. โต๊ะ
6. เก้าอี้
7. ผ้าเช็ดตัว
8. กระจกชำระ



มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว ★★★★★

มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ

1. ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 24 ตารางเมตร
2. ตาแมว
3. โซฟาลoungeประตู่
4. เตียงขนาดไม่ต่ำกว่า 3.5 ฟุต
5. โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป มีรายการมากกว่า 8 ช่อง
6. ตู้เย็น
7. มินิบาร์
8. กาน้ำร้อนพร้อมขา
9. กาแฟ
10. ชุดขัดรองเท้า
11. กุญแจผ้า
12. เลือกอุณหภูมิน้ำ
13. รองเท้าแตะ
14. ตู้เสื้อผ้า
15. ไฟหัวเตียง
16. เครื่องเขียน
17. กระจกแต่งหน้า
18. ถังขยะ
19. โต๊ะ
20. เก้าอี้
21. นาฬิกา
22. โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป
23. โทรทัศน์ติดต่อกายใน
24. โทรทัศน์ทางไกล และโทรทัศน์ต่างประเทศได้โดยตรง
25. ห้องน้ำซีกโครก
26. ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำร้อน และน้ำเย็น
27. ฝอยอาบน้ำ
28. แชมพู
29. สบู่
30. หมวกคลุมหน้า
31. แก้วน้ำ
32. ผ้าเช็ดหน้า
33. ผ้าเช็ดเท้า
34. กุญแจผ้าอนามัย
35. ผ้าเช็ดตัว
36. กระจกชำระ
37. ผ้าเช็ดมือ
38. Sewing kit
39. โคล์เป่าผม
40. ปลั๊กไฟสำหรับโคนหนวด
41. ร่มพกพา
42. ห้องอาหาร

มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว ★★

มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ

1. ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 14 ตารางเมตร
2. ตาแมว
3. โซฟาลoungeประตู่
4. เตียงขนาด 3 ฟุต
5. กระจกแต่งหน้า
6. ถังขยะ
7. โต๊ะ
8. เก้าอี้
9. นาฬิกา
10. โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป
11. โทรทัศน์ติดต่อกายใน
12. ห้องน้ำซีกโครก
13. ผ้าเช็ดตัว
14. กระจกชำระ

มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว ★★★

มีสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลาง อาทิ

1. ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร
2. ตาแมว
3. โซฟาลoungeประตู่
4. เตียงขนาด 3 ฟุต
5. ตู้เสื้อผ้า
6. ไฟหัวเตียง
7. เครื่องเขียน
8. กระจกแต่งหน้า
9. ถังขยะ
10. โต๊ะ
11. เก้าอี้
12. นาฬิกา
13. โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป
14. โทรทัศน์ติดต่อกายใน
15. ห้องน้ำซีกโครก

ที่มา: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย. (2558). สืบค้นจาก http://www.kohtaotoday.com/standard_hotel.html.

ภาพที่ 1.3: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย (ส่วนที่ 2)

- | | |
|--|--|
| 16. ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำร้อน และน้ำเย็น | 43. ห้องออกกำลังกายมากกว่า 5 ชนิด และ Fitness Center |
| 17. สบู่ | 44. ห้องอบไอน้ำ |
| 18. หมวกอาบน้ำ | 45. ห้องนวด |
| 19. แก้วน้ำ | 46. สระว่ายน้ำ |
| 20. ผ้าเช็ดหน้า | 47. ห้องประชุมใหญ่ พร้อมอุปกรณ์ |
| 21. ผ้าเช็ดเท้า | 48. ห้องประชุมย่อยไม่น้อยกว่า 2 ห้อง |
| 22. ถุงใส่ผ้าอนามัย | 49. ห้องประชุมพร้อมอุปกรณ์ |
| 23. ผ้าเช็ดตัว | 50. ห้องน้ำสาธารณะ |
| 24. กระดาษชำระ | 51. ห้องน้ำหนักนฬิกา |
| 25. บริการเสริมอื่นๆ ตามสมควร เช่น รมเซอวิส , ห้องอาหาร , ห้องประชุมพร้อมอุปกรณ์ , ห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำหนักนฬิกา ... | |

มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว ★★★★★

ห้องพักมีการตกแต่งที่สวยงาม ทั้งในและนอก อาทิ

- | | |
|---|--|
| 1. ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร | 27. โคมอาบน้ำ |
| 2. ตาแมว | 28. แชมพู |
| 3. โชคล็องประตู | 29. สบู่ |
| 4. เตียงขนาด 4 ฟุตขึ้นไป | 30. หมวกอาบน้ำ |
| 5. โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป มีรายการมากกว่า 12 ช่อง | 31. แก้วน้ำ |
| 6. ตู้เย็น | 32. ผ้าเช็ดหน้า |
| 7. มินิบาร์ | 33. ผ้าเช็ดเท้า |
| 8. กาน้ำร้อนพร้อมชา | 34. ถุงใส่ผ้าอนามัย |
| 9. กาแฟ | 35. ผ้าเช็ดตัว |
| 10. ชุดขัดรองเท้า | 36. กระดาษชำระ |
| 11. ถุงซักผ้า | 37. ผ้าเช็ดมือ |
| 12. เสื้อคลุมอาบน้ำ | 38. Sewing kit |
| 13. รองเท้าแตะ | 39. ไม้เป่าผม |
| 14. ตู้เสื้อผ้า | 40. ปลั๊กไฟสำหรับโคมไฟ |
| 15. ไฟหัวเตียง | 41. รมเซอวิส |
| 16. เครื่องเขียน | 42. ห้องอาหาร |
| 17. กระจกแต่งหน้า | 43. ห้องออกกำลังกายมากกว่า 7 ชนิด และ Fitness Center |
| 18. ถังขยะ | 44. ห้องชุด เลือกใช้บริการ 3 แบบ |
| 19. โต๊ะ | 45. ห้องอาหารไทย และสากล |
| 20. เก้าอี้ | 46. ห้องอบไอน้ำ |
| 21. น้ำดื่ม | 47. อ่างกอล์ฟ |
| 22. โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป | 48. ห้องนวด |
| 23. โทรทัศน์ติดต่อกายใน | 49. สระว่ายน้ำ |
| 24. โทรทัศน์ทางไกล และโทรทัศน์ต่างประเทศได้โดยตรง หรืออุปกรณ์ติดต่อสื่อสารครบครัน | 50. ห้องประชุมใหญ่ พร้อมอุปกรณ์ |
| 25. ห้องน้ำซีกโครก | 51. ห้องประชุมย่อยไม่น้อยกว่า 4 ห้อง |
| 26. ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำร้อน และน้ำเย็น | 52. ห้องประชุมพร้อมอุปกรณ์ |
| | 53. ห้องน้ำสาธารณะ |
| | 54. ห้องน้ำหนักนฬิกา |

ที่มา: การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย. (2558). สืบค้นจาก http://www.kohtaotoday.com/standard_hotel.html.

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของลูกค้า
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของลูกค้า
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความต้องการของลูกค้า
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมระดับกลางและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ

ความหมายของการบริการ

จินตนา บุญบงการ (2539, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า “เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องสัมผัส แต่ต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะเกิดขึ้นทันทีและส่งมอบให้ ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการไม่ใช่สิ่งที่จะต้องได้ชัดเจนแต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่ไม่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่า การบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า Service”

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2542, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า “เป็นสิ่งที่จะต้องสัมผัส แต่ต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดยจากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น”

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 18) ให้คำนิยามว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ”

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549, หน้า 7) ได้ไว้กล่าวว่า “การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการที่จะตอบสนอง

ความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น”

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า “กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้”

แนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพบริการ

คุณภาพของการบริการนั้นสามารถแปลความหมายได้เป็นหลายอย่าง เช่น การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ การมีบริการที่ดี ราคาที่ลูกค้าสามารถรับได้ การบริการที่มีคุณภาพจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งนั่นก็คือการทำให้ลูกค้ามีความสุข และความพึงพอใจที่ได้รับบริการที่ดี

คุณภาพของการบริการจึงเป็นตัวชี้วัดของการบริการที่ดีซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้และตรงกับความคาดหวังที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้มากน้อยเพียงใด กล่าวคือ ถ้าเราคาดหวังไว้มากแต่บริการที่เราได้รับน้อยกว่าที่เราคาดหวังไว้ ก็คือ คุณภาพการบริการนั้นไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือถ้าเราคาดหวังไว้ว่าบริการที่เราจะได้รับนั้นเท่ากับความคาดหวังเราและคุณภาพที่ออกมาตรงกับความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่ง แต่ถ้าเราคาดหวังเอาไว้ในระดับที่เราคาดหวังไว้และคุณภาพการบริการที่เราได้รับนั้นมีคุณภาพเกิดกว่าที่เราคาดหวังไว้ก็จะทำให้การได้รับบริการนั้นเกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพบริการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความพึงพอใจสามารถนำไปใช้ได้กับการบริการทั่วไป มี 10 ประการ ดังนี้

- 1) การบริการนั้นต้องมีมาตรฐานและเหมือนเดิมทุกครั้งเพิ่มขึ้นได้แต่ห้ามลดลง
- 2) ควรมีการเตรียมพร้อมที่จะให้บริการต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา อย่างเต็มใจ
- 3) ผู้ให้บริการควรมีความรู้ความสามารถตรงกับบริการที่จะให้บริการแก่ลูกค้า
- 4) จะต้องมีความสะดวกหรือง่ายแก่การติดต่อสื่อสารและไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนานเมื่อมาใช้บริการ
- 5) ต้องมีความสุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน และมีความเข้าใจในตัวลูกค้า เพราะเราเป็นผู้ให้บริการ
- 6) ควรให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อลูกค้า พูดด้วยความสุภาพและเข้าใจง่าย และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าด้วย
- 7) การบริการนั้นมีความไว้วางใจได้ มีความซื่อตรง และทำให้ลูกค้าเชื่อถือ

8) การบริการควรมีความปลอดภัยให้กับลูกค้าและไม่มีควรมีความเสี่ยงที่จะทำให้ลูกค้าเกิดอันตราย

9) พยายามเข้าใจและใส่ใจลูกค้าให้มากที่สุดเข้าใจถึงความคาดหวังในตัวลูกค้า

10) พยายามให้ลูกค้าสัมผัสได้กับความพิเศษ เช่น การบริการที่ดีหรือความสามารถของผู้ให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2541) ได้อธิบายแนวคิดของ Kotler (1997) ไว้เกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพว่า ผู้ให้บริการจะต้องมีการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้ดีคือ การรักษาระดับคุณภาพของตัวเองเอาไว้และทำให้บริการของเรานั้นเหนือกว่าคู่แข่ง โดยการนำเสนอคุณภาพการบริการที่ดีให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจ และคุณภาพของการให้บริการสามารถกำหนดคุณภาพได้ดังนี้

1) สร้างความเชื่อถือให้ลูกค้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการในการปฏิบัติงานและควรทำให้ลูกค้าเชื่อถืออย่างสม่ำเสมอเมื่อมาใช้บริการ

2) มีความเต็มใจความพร้อมในการช่วยเหลือลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการอย่างรวดเร็วทันใจเพื่อไม่ให้นักค้าต้องรอนาน

3) ผู้ให้บริการควรมีทักษะความรู้ความสามารถที่จะบริการลูกค้าเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการให้บริการ

4) มีความสะดวกในการติดต่อขอข้อมูลต่าง ๆ และสามารถเข้าถึงหรือเข้ารับบริการได้ง่าย

5) ควรมีความสุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน และให้เกียรติต่อผู้มาใช้บริการ

6) ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

7) ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

8) ควรสร้างความปลอดภัยให้ลูกค้าต่อความเสี่ยงและอันตรายต่าง ๆ

9) ควรมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันให้ลูกค้า และพนักงานควรแต่งกายอย่างสุภาพ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 124-125) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ว่า การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งมีผลต่อทุกอย่างที่บุคคลได้ดำเนินการทำให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือการบริการ เช่น การตัดสินใจในการซื้อหรือใช้บริการ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการศึกษาของแต่ละคนที่ได้ตัดสินใจในการที่ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เช่น เวลา การบริการ หรืออื่น ๆ ซึ่งเราต้องศึกษาว่า ผู้บริโภคนั้นคือใคร ชื่ออะไร ทำไมจึงซื้อ ชื่ออย่างไร ชื่อเมื่อไหร่ ชื่อที่ไหน ชื่อบ่อยแค่ไหน และใครมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ

พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเราต้องศึกษาถึงสาเหตุว่าทำไมผู้บริโภคนั้นถึงเข้ามาใช้บริการของเรา เช่น สิ่งกระตุ้นนั้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นนี้จะเข้ามาในความรู้สึกของผู้บริโภคเมื่อไหร่ก็ได้ โดยผู้ให้บริการหรือผู้ขายนั้นไม่มีทางรู้

พฤติกรรมของผู้ซื้อ เจ้าของการบริการสนใจที่ต้องการจะศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากคือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการที่จะแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ด้วยเงินและรวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่จะซื้อด้วย

การที่เราควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นก็เพื่อว่าเราจะได้ทำการตลาดที่ถูกต้องจริง ๆ ตามชีวิตของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคมีวิธีการซื้ออย่างไร ใช้อย่างไร และมีความต้องการอย่างไร

บทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ บทบาทของลูกค้ำที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะซื้อ

- 1) ผู้เริ่ม คือ คนที่มีความจำเป็นในความต้องการสินค้าหรือบริการนั้น
- 2) ผู้มีอิทธิพล คือ บุคคลหนึ่งที่มีผลต่อผู้เริ่มไม่มาทางใดทางหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ
- 3) ผู้ตัดสินใจ คือ บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจว่า ซื้อหรือไม่ซื้อ ชื่อที่ไหน เป็นต้น
- 4) ผู้ซื้อ คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าจริง
- 5) ผู้ใช้ คือ ผู้ที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้นโดยตรง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของลูกค้ำ

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988, p. 16) ได้กล่าวถึงความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง ความต้องการหรือความปรารถนาในความคิดหรือทัศนคติของมนุษย์ที่ลูกค้ำคาดหวังไว้ในบริการนั้น ๆ ที่พวกเขาจะได้รับเพื่อตอบสนองต่อความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้ำ และลูกค้ำจะมีการประเมินผลการบริการนั้นจากทัศนคติของลูกค้ำและที่ลูกค้ำคาดหวังไว้ ทัศนคติและความคาดหวังต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากการใช้ชีวิตหรือสิ่งแวดล้อมที่แต่ละคนนั้นได้ประสบพบเจอต่าง ๆ กันมา หรือคือประสบการณ์ชีวิตของแต่ละคนนั้นต่างกันก็จะทำให้ทัศนคติหรือความคาดหวังนั้นต่างกันไปด้วย

องค์ประกอบที่จะทำให้อูกค้ำนั้นเกิดความคาดหวังนั้นมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบด้วยกัน ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เช่น เมื่อลูกค้ำได้ยินเพื่อนบอกว่าโรงแรมแห่งนี้มีบริการที่ดีและราคาไม่แพงอยากใหลองเข้าไปพัก เช่นนั้นแล้วลูกค้ำก็จะเกิดความคาดหวัง

ตามมาว่าจะได้รับบริการที่ดีในราคาที่ไม่แพง ถ้าไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก็อาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล เช่นเมื่อลูกค้ามีความต้องการที่จะเข้าพักที่โรงแรมแห่งนี้และคาดหวังว่าจะได้รับบริการในแบบที่ตนเองต้องการ แต่เมื่อไม่ได้รับบริการในแบบที่ตนเองต้องการหรือมีความคาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต เมื่อลูกค้าเคยเข้าพักโรงแรมแห่งนี้แล้วได้รับประสบการณ์ที่ดีในการได้รับบริการที่ดีจากทางโรงแรมลูกค้าก็จะอยากที่จะกลับเข้าไปใช้บริการอีกครั้ง และลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังว่าถ้ากลับไปใช้บริการอีกครั้งก็จะได้รับบริการที่ดีเช่นเดิมจากทางโรงแรม

องค์ประกอบที่ 4 การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไปสู่ลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากการประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้วลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังว่าต้องเป็นไปตามที่ตนเองได้รับข้อมูลข่าวสารมาตามที่ตนเองอ่านแต่ถ้าเมื่อเข้าไปใช้บริการแล้วไม่เป็นไปตามที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นได้

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2542, หน้า 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้านั้นจะเกิดขึ้นจาก 7 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 1) ชื่อเสียงขององค์กรหรือคำร่ำลือต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กร
- 2) บุคคลที่คอยให้บริการ หรือ พนักงาน เช่น การแต่งตัว หรือการพูดจา
- 3) ตัวของบริการหรือสินค้า เช่น แบรินด์ของโรงแรมต่าง ๆ ที่ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ
- 4) ราคาของการบริการนั้น ๆ ว่าเหมาะสมหรือไม่
- 5) สภาพแวดล้อมในขณะนั้นเมื่อลูกค้าไปใช้บริการ
- 6) คุณภาพหรือมาตรฐานของตัวลูกค้าเอง
- 7) คู่แข่งของบริการหรือสินค้านั้น ๆ

ในความคาดหวังบางครั้งนั้นลูกค้าจะนำประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าประสบพบเจอมาปะปนมาด้วยความคาดหวัง เช่น เมื่อลูกค้าเคยมีประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ ในการได้รับบริการในอดีตมาและเมื่อได้มารับบริการที่เป็นมาตรฐานในปัจจุบันก็จะทำให้ความคาดหวังของลูกค้านั้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ และอาจจะทำให้ลูกค้านั้นเกิดความไม่พึงพอใจตามมาด้วยนั่นเอง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความต้องการของลูกค้า

Maslow (1943) กล่าวไว้ว่า ความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นแบ่งได้ทั้งหมดเป็น 5 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

ประเภทที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่มนุษย์ทุกคนพึงมี เช่น ความต้องการน้ำ อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย ถ้าลูกค้าอยู่ในระดับปานกลางก็จะอยู่ในโรงแรมระดับ 3 ดาว กินอาหารในราคาที่ไม่แพงมากและได้รับการบริการที่อยู่ในระดับปานกลาง

ประเภทที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย เมื่อมนุษย์ทุกคนนั้นได้รับการตอบรับจากความต้องการพื้นฐานในระดับที่ตนเองต้องการและลำดับต่อมา ก็จะอยากได้รับความต้องการความปลอดภัย ความปลอดภัยนั้นหมายถึง ปลอดภัยทั้งร่างกายและจิตใจ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี เมื่อลูกค้าระดับปานกลางต้องการได้ความปลอดภัยก็จะเลือกอยู่โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีคนรักษาความปลอดภัย เพื่อความปลอดภัยในชีวิต

ประเภทที่ 3 ความต้องการทางสังคม เมื่อมนุษย์ทุกคนได้รับความปลอดภัยแล้ว สิ่งต่อมาที่ต้องการก็คือความต้องการทางด้านสังคม เช่น การเข้าสมาคมต่าง ๆ การได้รับการเป็นสมาชิกในสมาคมนั้น ๆ การได้รับความรักความสนิทสนมจากเพื่อนฝูง เมื่อลูกค้าได้รับความปลอดภัยแล้วก็จะอยากได้ความต้องการด้านสังคมก็คือ อยากได้รับการยอมรับจากสังคมในระดับเดียวกัน

ประเภทที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง เมื่อมนุษย์ได้รับความต้องการทางด้านสังคมแล้วลำดับต่อมาก็คือความต้องการสร้างตัวเองให้โดดเด่นขึ้นมา เพื่อให้ตัวเองได้รับการยอมรับจากคนหมู่มาก เช่น การได้เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนที่สูงขึ้น เมื่อลูกค้ามีความต้องการในระดับนี้ก็จะเลือกอยู่โรงแรมในระดับสูงขึ้นไปอีกเพื่อให้ตนเองนั้นได้รับการยอมรับ

ประเภทที่ 5 ความต้องการสูงสุด เป็นความต้องการหรือปรารถนาในระดับสูงสุดที่จะเติมเต็มความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด ลูกค้าเหล่านี้อาจจะเลือกอยู่โรงแรมในระดับสูง ราคาแพง ๆ เพื่อให้ตนเองมีหน้ามีตา หรือได้รับการยอมรับจากทางสังคม หรือเพื่อรับบริการที่ดี

ความต้องการของมนุษย์เหล่านี้เริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นพื้นฐานไปจนถึงความต้องการที่สูงสุดเพราะมนุษย์ทุกคนนั้นล้วนมีความต้องการอยู่ในตัวของทุก ๆ คน อยู่ที่ว่าพอใจในความต้องการระดับไหน และความต้องการในขั้นใดที่จะทำให้มนุษย์นั้นเกิดความพึงพอใจในความต้องการของตนเอง

2.5 แนวคิดและทฤษฎีการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ความหมายของความพึงพอใจ

มณฑชัย แก้วหลวง (2543, หน้า 8) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามความต้องการ ซึ่งระดับความพึงพอใจที่ต่างกันจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่ต่างกันที่ตนได้พบเจอมา”

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 141) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการใช้บริการซ้ำจนในที่สุดเกิดความติดใจ ต้องการใช้บริการนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว”

กฤษณี รื่นรัมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุณหนนท์ (2548, หน้า 793) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้บริการนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผลจากการใช้บริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังบุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ

อนnek สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 169) ได้สรุปความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนเองได้ประสบพบเจอมา

อนnek สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 177) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ผู้ที่ได้บริการจะรับรู้ได้ถึงด้านที่ดีหรือไม่ดีนั้น จากการได้รับการบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับ

ผลิตภัณฑ์บริการ ในการที่ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์บริการจะต้องมีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และผู้บริการต้องแสดงถึงความจริงใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการให้ผู้รับบริการได้มีความพึงพอใจที่ดี

ราคาค่าบริการ จะต้องเหมาะสมกับการบริการที่ดีและทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า สามารถเต็มใจที่จะจ่ายราคานี้ได้โดยเต็มใจ

สถานที่บริการ ผู้รับบริการทุกคนนั้นจะมองหาสถานที่ที่สะดวกต่อตนเองมากที่สุด สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ สามารถเดินทางโดยรถสาธารณะได้โดยง่าย มีสถานที่ที่กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น Wifi ฟรี

การส่งเสริมและแนะนำบริการ ผู้ให้บริการนั้นต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกต่อผู้ที่รับบริการ เช่น ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการบริการ หรือการบริการที่มีคุณภาพให้ผู้รับบริการได้ตัดสินใจ

ผู้ให้บริการ มีความสำคัญมากที่สุดในการที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เช่น ความเอาใจใส่ การแสดงพฤติกรรม สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของผู้รับบริการ

สภาพแวดล้อมของการบริการ สถานที่ให้บริการจะต้องมีความสวยงาม สะอาด สะอาด มีการตกแต่งที่สวยงาม ทำให้ผู้รับบริการอยากที่จะเข้ามาใช้บริการ

กระบวนการบริการ ผู้รับบริการต่างต้องการการบริการที่ดีทั้งนั้น ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีกระบวนการจัดการที่ดีเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างมีคุณภาพและผู้ให้บริการสามารถนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในกระบวนการได้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สมพงษ์ เกษมสิน (2524) กล่าวว่า บุคคลที่จะเกิดความพึงพอใจได้นั้นจะต้องมีสิ่งที่จะพอใจ และสิ่งที่จะพอใจมี 2 ประการ คือ 1) สิ่งพอใจทางด้านร่างกาย และ 2) สิ่งพอใจทางด้านจิตใจ

เน่งน้อย พงษ์สามารถ (2519) กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้น หมายถึง ท่าที ความรู้สึกทั่วไปที่บุคคลได้รับ เกิดจากกิจกรรม บุคคล หรือกลุ่มบุคคล

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของคน หมายถึง ถ้าเกิดความพึงพอใจขึ้นนั้นก็คือความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองที่ดี

พิทักษ์ ตรุษทิพย์ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์รู้สึกต่อสิ่งรอบข้างที่เป็นสิ่งเร้าหรือกระตุ้น ซึ่งเป็นผลลัพธ์ โดยสุดท้ายจะบ่งบอกถึงผลลัพธ์ว่าไปในทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือแค่รู้สึกเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือกระตุ้น

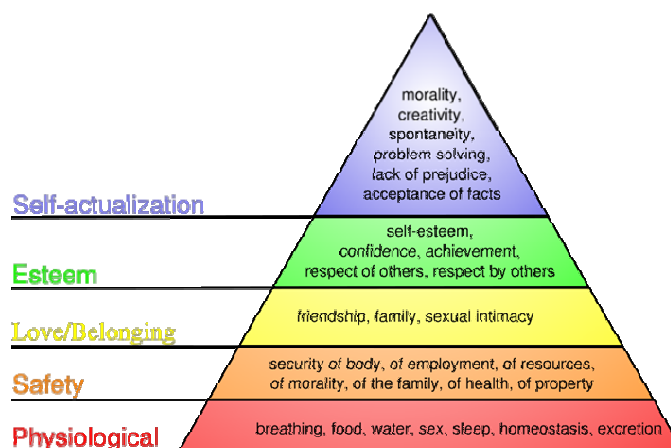
พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540) ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการที่ผู้ให้บริการทำให้เป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวังของผู้บริโภค

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน (2543) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบที่มีการจูงใจไว้ 4 กลุ่ม คือ

1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ทฤษฎีของมาสโลว์นั้นจะกล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์ คือ สิ่งที่ทำให้มนุษย์อยู่รอดหรือมีชีวิตอยู่ ไปยังจุดสูงสุดนั้นก็คือ ความสำเร็จสมหวังในชีวิต โดยมนุษย์จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นก็ต่อเมื่อความต้องการในระดับต่าง ๆ ของมนุษย์ได้รับการตอบสนองนั่นเอง (Maslow, 1943)

ภาพที่ 2.1: ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์



ที่มา: อุกกฤษฎ์ ทรงชัยสงวน. (2543). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

2) ทฤษฎีการจูงใจของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) กล่าวว่า สิ่งจูงใจที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจนั้น มี 2 ประการ คือ 1) องค์ประกอบจูงใจ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรงและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า และ 2) องค์ประกอบค้ำจุน เป็นสิ่งที่ช่วยป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจกับการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย เงินเดือน โอกาสในการก้าวหน้า ความสัมพันธ์ต่อผู้ร่วมงาน สถานะงาน นโยบายและการบริหารงาน สภาพการทำงาน ชีวิตส่วนตัว ความมั่นคงในงาน การปกครองบังคับบัญชา (Herzberg, Mausner & Snyderman, 1959)

3) ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland (1985) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกมาเป็น 3 อย่างด้วยกัน คือ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) ความต้องการความรักใคร่ และ 3) ความต้องการที่จะมีอำนาจ คนจะเกิดความสำเร็จหรือความพึงพอใจได้เมื่อค้นพบและทำงานได้ตรงกับความต้องการของตัวเอง

4) ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของ Vroom (1964) กล่าวว่า สิ่งที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจนั้นก็คือผลตอบแทน คือ บุคคลมักจะเลือกสิ่งที่ดีที่สุดหรือผลตอบแทนที่ดีที่สุดให้กับตนเอง ถ้าได้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจมากและประสิทธิภาพการทำงานก็จะมีสูงที่สุดเช่นกัน

ศิวิรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อธิบายแนวคิดของ Kotler (1997) ไว้ว่า เป็นความรู้สึกหลังจากการใช้บริการเป็นการเปรียบเทียบว่าการบริการนั้นมีประสิทธิภาพเช่นไร ถ้าผลที่ออกมาตรงกับความต้องการของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ออกมานั้น ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจนั่นเอง

Beer (1964) ได้กล่าวไว้ว่า ทศนคติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิด ความพึงพอใจหรือไม่เกิดความพึงพอใจ

- 1) V = Valance คือ ความพึงพอใจ
- 2) I = Instrumentality คือ สิ่งที่เป็นตัวกลางนำไปสู่ความพึงพอใจ
- 3) E = Expectancy คือ ความคาดหวังของแต่ละบุคคลในแต่ละบุคคลนั้นมีความคาดหวัง ในหลาย ๆ สิ่งและต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อความคาดหวังนั้น และถ้าบุคคลนั้นได้รับการ ตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจและเมื่อเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้ความคาดหวังนั้นสูง เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และจะแสดงรูปแบบเป็นสมการได้ดังนี้

ผลของความพึงพอใจ + ความคาดหวัง = แรงจูงใจ

จากสมการข้างต้นสรุปได้ว่า แรงจูงใจของบุคคลต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ถ้าบุคคลมี ความคาดหวังที่คาดหวังไว้ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและได้รับการตอบแทนที่ดี แรงจูงใจก็จะทำให้ บุคคลคนนั้นรู้สึกถึงความพึงพอใจ แต่ถ้ากลับกันบุคคลมีทัศนคติด้านลบและไม่ได้รับผลตอบแทน ตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจนั้นก็ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

Aday และ Andersen (1974) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน 6 ประเภทเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมี ประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมีทั้งหมด 6 ข้อด้วยกัน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการเมื่อไปใช้บริการ แบ่งเป็น
 - 1.1) การที่ลูกค้าใช้เวลารอคอยต่อการรับบริการในสถานที่รับบริการ
 - 1.2) การได้รับบริการเมื่อลูกค้ามีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
 - 1.3) ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับต่อสถานที่บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ
- 2) ความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารหรือประสานงานของผู้ให้บริการ แบ่งเป็น
 - 2.1) ลูกค้าสามารถขอรับบริการตามความต้องการของลูกค้า
 - 2.2) ผู้ให้บริการมีความสนใจ เอาใจใส่ในตัวลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ
 - 2.3) ผู้ให้บริการมีการติดตามผล หลังจากลูกค้ามารับบริการ
- 3) ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับจากการมาใช้บริการ
- 4) ความพึงพอใจต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ให้บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ เช่น การมีอัธยาศัยที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาสุภาพ ความห่วงใยต่อผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก่อนที่จะมาใช้บริการ

6) ความพึงพอใจต่อราคาค่าใช้จ่ายต่างๆเมื่อลูกค้าต้องจ่ายเงินว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ต่อคุณภาพการบริการและราคาสามารถรับได้หรือไม่

การวัดความพึงพอใจ

Stromborg (1984) การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นจะวัดในเรื่องใดนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะศึกษาแต่มีวิธีที่ใช้กันดังนี้

1) การสัมภาษณ์ วิธีนี้ผู้ศึกษาจะมีแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้อดีของวิธีนี้คือผู้สัมภาษณ์อธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้

2) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดมีลักษณะคำถามที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบข้อดีของวิธีนี้ได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอนมีความสะดวกรวดเร็วในการสำรวจสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมาก ๆ

3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นแสดงออกจากการพูดจากริยาหรือท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยความอดทนในการสังเกตและต้องกระทำอย่างจริงจัง และควรมีการวางแผนให้ดีก่อนลงมือทำ

เสาวนีย์ กันทะแสน (2545, หน้า 58-60) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจมากต่อสภาพแวดล้อม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกทุกๆกรณี

พิสิฐ มหามงคล (2546) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตามลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะการใช้บริการและการเดินทางที่แตกต่างกัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการเป็นสมาชิกบัตรมีผลต่อความคาดหวังโดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สโรชา แพร์ภาษา (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารจังหวัดฉะเชิงเทรา อ. เมือง จ. ฉะเชิงเทรา ได้พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการใน 3 ด้าน คือ การให้บริการเครื่องจักรกล การให้บริการจดทะเบียนพาณิชย์ การให้บริการจัดเก็บค่าธรรมเนียมของโรงแรม โดยวัดออกมาได้เป็น 9 หัวข้อ ดังนี้

- 1) ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ
- 2) ผู้ให้บริการยิ้มแย้ม พุดจาสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ
- 3) ได้รับการบริการที่รวดเร็ว
- 4) ได้รับการบริการที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด
- 5) มีความสะดวกสบายต่อสถานที่ให้บริการ
- 6) มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มารับบริการ
- 7) ผู้ให้บริการมีการบริการที่ดีในภาพรวม
- 8) มีขั้นตอนในการให้บริการที่ดี
- 9) มีการอำนวยความสะดวกที่ดี

ทั้งนี้พบว่า แต่ละหัวข้อตอบสนองต่อการบริการทั้ง 3 ด้าน ออกมาอยู่ในระดับที่ดี

ศิริพร พงษ์ระวีวงศ์ (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการให้บริการของพยาบาลในหอผู้ป่วยพิเศษ 3 โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ พบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการของพยาบาลในหอผู้ป่วยพิเศษ 3 ของโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับสูง 2) ผู้ป่วยมีความพึงพอใจต่อการต้อนรับครั้งแรกเมื่อเข้ารับการรักษาในหอผู้ป่วย อธิยาศัยที่ดีของเจ้าหน้าที่ การพูดจาที่มีความสุภาพ กิริยามารยาทที่ดี การเอาใจใส่ผู้ป่วย การให้ข้อมูลที่ดีต่อผู้ป่วย มีความจริงใจและเต็มใจในการให้บริการ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับสูงสุด 3) ผู้ป่วยที่มีความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ มีความพึงพอใจในการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติ และ 4) ประเภทผู้ป่วยที่แตกต่าง มีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรลักษณ์ พลสยม และปณณนัต ยศกันโท (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งของการใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินนกแอร์ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การให้บริการด้านราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับมากโดยด้านการส่งเสริมการขายมีค่าระดับความพึงพอใจสูงสุดและหากพิจารณา

ความพึงพอใจเป็นรายประเด็นพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากในทุก ๆ ข้อ ได้แก่ เครื่องบินมีมาตรฐานความปลอดภัยในการบินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ความสะอาดของห้องผู้โดยสารและห้องน้ำ มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่าง ๆ และสนามบินที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับการเดินทาง

จากความเห็นของผู้วิจัย ความพึงพอใจนั้นสรุปได้ว่า เป็นความรู้สึกลักษณะหนึ่งซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นนามธรรม เมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองคาดหวังไว้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าเมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่ไม่ตรงตามที่ตนเองคาดหวังไว้ก็จะไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับที่น้อยมาก และไม่ใช่ว่าผู้ให้บริการอย่างเดียวที่เป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ปัจจัยรอบ ๆ ด้านนั้นก็ทำให้เกิดความพึงพอใจได้ทั้งสิ้น เช่น อากาศที่ดี ความสวยงามของห้องพัก การแต่งกาย เป็นต้น

2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมระดับกลางและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาวนั้นขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจาก การขยายตัวของสายการบิน Low Cost Airline ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันที่สูงมากในตลาดโรงแรมขนาดกลาง แต่ว่าต้นทุนเร็ว ทำการตลาดง่าย และมีลูกค้าในระดับนี้มากมายที่จะมาใช้บริการ การเติบโตของ Low Cost Airline นั้นทำให้ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนหันมาโฟกัสการลงทุนโรงแรมขนาดกลางเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เน้นราคาไม่แพง คุ่มค่าราคา และในอนาคตมีแนวโน้มจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้โรงแรมในเครือต่าง ๆ นั้นหันมาลงทุนในตลาดโรงแรมขนาดกลางเพิ่มมากขึ้น เพราะโรงแรมขนาดกลางนั้นมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไปซึ่งลูกค้าตลาดกลางลงไปถึงตลาดล่างนั้นสามารถที่จะจ่ายไหว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน แต่ขนาดห้องพักจะมีขนาดเล็กกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ที่เป็นโรงแรม 4 หรือ 5 ดาวขึ้นไป (“ผู้ประกอบการโรงแรม”, 2558)

งานวิจัยของ เบญจพร แยมจำเมือง และศศิธร เจตานนท์ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 3 ดาว ในย่านถนนสุขุมวิท พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจศักยภาพในการให้บริการของโรงแรมภาพรวมทุกด้านทั้งสภาพห้องพักการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ราคา การจองห้องพัก และการรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประเสริฐศิลป์ จรุงเทียบ (2542) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมสายทองในระดับสูงด้านสภาพห้องพักโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือทำงานบริษัทนั้น จะให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ กฤษณี กาญจนกิตติ (2541) กล่าวว่า การตกแต่งห้องพักมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.01

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะดำเนินการตามลำดับขั้นตอนและวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
- 3.6 ประเภทของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.7 วิธีการทางสถิติ
- 3.8 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการศึกษาข้อมูล โดยการใช้ตัวเลขมาประกอบการวิเคราะห์ สรุปผล และเสนอผลการวิจัย การสรุปผลในเชิงสถิติ งานวิจัยนี้จึงมุ่งอธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยอาศัยตัวเลขยืนยัน แสดงถึงปริมาณมากหรือน้อยแทนการใช้เหตุผลในการบรรยาย

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มประชากร

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน โดยกำหนดพื้นที่ในการศึกษาดังนี้

พื้นที่ในย่านท่องเที่ยว คือ รัชดาภิเษก ลาดพร้าว 300 คน

3.2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนั้นใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นการเลือกผู้กรอกแบบสอบถามแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างนั้นจะเป็นคนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 300 ชุด

แผนสำรวจเมื่อเก็บแบบสอบถามไม่ครบ คือ ติดต่อหาคนรู้จักที่อยู่ในบริษัทที่เคยนำพนักงานไปใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว เพื่อพักผ่อน สัมมนา หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ และนำแบบสอบถามนำไปให้พนักงานบริษัทช่วยกรอกแบบสอบถาม

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 300 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบอย่างง่าย โดยใช้สูตรการหาความคลาดเคลื่อนของขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้

(กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% เท่ากับ 0.05) ผลการคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบบังเอิญ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 ชุด ให้แก่คนกรุงเทพมหานครที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ชุด ซึ่งแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นลักษณะปลายปิด มีให้เลือกตอบหลายคำตอบ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยลักษณะคำถามเป็นลักษณะปลายปิด มีให้เลือกตอบหลายคำตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจกับตัวโรงแรม เช่น ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ รูปแบบคำถามกำหนดมาตรวัดแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด ให้คะแนน 5, มาก ให้คะแนน 4, ปานกลาง ให้คะแนน 3, น้อย ให้คะแนน 2, น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 และอีกคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต

กรุงเทพมหานคร โดยวัดระดับจาก 1-10 โดย 10 คือ ความพึงพอใจมากที่สุด ไล่ระดับลงไปเรื่อย ๆ จนถึง 1 คือ ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเสนอแนะเพิ่มเติม

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ และการสรุปข้อมูล ประกอบด้วย

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้เครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้แบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น (Self-Administered Questionnaire)

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งต่าง ๆ ที่สามารถนำมาอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือ เช่น หนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย วารสาร สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี ทั้งในรูปแบบที่เป็นเอกสารและในอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย คือ การตรวจสอบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยมีทั้งสิ้น 2 วิธี คือ วิธีการทดสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาโดยหาค่า ICO และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามนั้นมีคุณภาพก่อนนำไปใช้จริง

3.5.1 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามนี้จะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้วิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสม ความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษาที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น แล้วหาค่า IOC เพื่อตรวจสอบ Content Validity เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามของผู้วิจัยก่อนที่จะมีการนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด เพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Alpha Cronbach Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในทางสถิติ SPSS

3.6 ประเภทของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

จากสมมติฐานงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางกายภาพ ด้านการตลาด และการบริการ เช่น ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.7 วิธีการทางสถิติ

การแปรผลครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติด้วยกัน 2 ประเภท ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์คะแนนและการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จะอธิบายข้อมูลด้วยกันทั้งหมด 3 ส่วน คือ

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ถูกเก็บรวบรวมมาและใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยสถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ โดยสถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยจะใช้สถิติประเภทนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสมมุติฐานงานวิจัยโดยอาศัยข้อมูลเพียงส่วนหนึ่งที่มีอยู่เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยสนใจในการศึกษา โดยผู้วิจัยใช้ 3 สถิติในการทดสอบ คือ 1) สถิติของการทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของประชากรอิสระ (t-test) 2) สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance = ANOVA) และ 3) สถิติ LSD (Least Significant Difference Test) ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่าง

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1: สมมติฐานที่ 1

ตัวแปรอิสระ	วิธีการทางสถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	One-Way ANOVA

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2: สมมติฐานที่ 2

ตัวแปรอิสระ	วิธีการทางสถิติที่ใช้
ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน	One-Way ANOVA

3.8 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุ 41–50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีรายได้ต่อเดือน 45,001–60,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7

เมื่อศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเข้าพัก 1–3 ครั้ง/ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อติดต่อกิจการ/ธุรกิจ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีผู้ร่วมเข้าพักคือ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีงบประมาณ 1,501–2,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีเหตุผลในการเลือกโรงแรมคือ ความสวยงาม จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และคิดกลับไปใช้บริการ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 เพราะชอบที่บริการประทับใจ

เมื่อศึกษาความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา ที่จอดรถอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยต่อการบริหารของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว
- 4.3 ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว
- 4.4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	146	48.7
หญิง	154	51.3
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7

ตารางที่ 4.2: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	18	6.0
31-40 ปี	75	25.0
41-50 ปี	114	38.0
51-60 ปี	60	20.0
61 ปีขึ้นไป	33	11.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.3: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
15,000-30,000 บาท	15	5.0
30,001-45,000 บาท	79	26.3
45,001-60,000 บาท	133	44.3
60,001-75,000 บาท	42	14.0
75,001 บาทขึ้นไป	31	10.3
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา 30,001-45,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ 60,001-75,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 4.4: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	36	12.0
สมรส	168	56.0
หม้าย/ หย่าร้าง	96	32.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา หม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และ โสด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.5: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	32	10.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	12	4.0
อนุปริญญา/ ปวส.	44	14.7
ปริญญาตรี	48	16.0
สูงกว่าปริญญาตรี	164	54.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมา ปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

4.2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว

ตารางที่ 4.6: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกจำนวนเข้าพัก

จำนวนเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/ ปี	168	56.0
4-6 ครั้ง/ ปี	76	25.3
7-9 ครั้ง/ ปี	56	18.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเข้าพัก 1-3 ครั้ง/ ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา 4-6 ครั้ง/ ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ 7-9 ครั้ง/ ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

ตารางที่ 4.7: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจุดประสงค์เข้าพัก

จุดประสงค์เข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน/ ท่องเที่ยว	136	45.3
ติดต่องาน/ ธุรกิจ	164	54.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อติดต่องาน/ ธุรกิจ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมา พักผ่อน/ ท่องเที่ยว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

ตารางที่ 4.8: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามผู้ร่วมเข้าพัก

ผู้ร่วมเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	53	17.7
ครอบครัว	40	13.3
เพื่อน	80	26.7
เพื่อนร่วมงาน	127	42.3
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเข้าพักคือ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา เพื่อนจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และคนเดียว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7

ตารางที่ 4.9: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามงบประมาณ

งบประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	33	11.0
1,001–1,500 บาท	96	32.0
1,501–2,000 บาท	102	34.0
2,001–2,500 บาท	69	23.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีงบประมาณ 1,501–2,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา 1,001–1,500 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และ 2,001–2,500 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4.10: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเหตุผล

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงาม	165	19.0
ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	146	16.8
ราคา	91	10.5
ความปลอดภัย	142	16.3
สภาพแวดล้อม	90	10.4
สิ่งอำนวยความสะดวก	88	10.1
อื่น ๆ	26	3.0
รวม	869	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกโรงแรมคือ ความสวยงาม จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมา ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ความปลอดภัย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 4.11: ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามการคิดกลับไปใช้บริการ

การคิดกลับไปใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	218	72.7
บริการประทับใจ	59	19.7
ราคา	66	22.0
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	40	13.3
ความสวยงาม	43	14.3
สภาพแวดล้อมที่ดี	7	2.3
ไม่ใช่	82	27.3
บริการไม่ประทับใจ	8	2.7
ราคาไม่เหมาะสม	33	11.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามการคิดกลับไปใช้บริการ

การคิดกลับไปใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักไม่พอ	22	7.3
ไม่สวยงาม	13	4.3
สภาพแวดล้อมที่ไม่ดี	6	2.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดกลับไปใช้บริการจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 เพราะชอบที่บริการประทับใจ รองลงมา ไม่คิดกลับไปใช้บริการจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 เพราะราคาไม่เหมาะสม

4.3 ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว

ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะอาดของห้องพัก	4.44	0.643	มากที่สุด
2. ความสวยงามของโรงแรม	4.27	0.599	มากที่สุด
3. ความปลอดภัย	4.07	0.742	มาก
4. ราคาถูกกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน	4.06	0.741	มาก
5. การให้บริการ/ แนะนำการท่องเที่ยว	4.06	0.862	มาก
6. การส่งเสริมการขาย	4.15	0.728	มาก
7. ชื่อเสียงของโรงแรม	4.07	0.707	มาก
8. ระยะทางจากโรงแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.26	0.726	มากที่สุด
9. สิ่งอำนวยความสะดวก			
9.1 บริการรถรับส่ง	4.35	0.578	มากที่สุด
9.2 คอฟฟี่ช็อป, ร้านอาหาร	4.45	0.567	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความต้องการในด้านต่าง ๆ ใน
โรงแรมขนาด 3 ดาว

ความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมขนาด 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
9.3 บริการซักรีด/ ซักแห้ง	4.54	0.512	มากที่สุด
9.4 Free Wi-Fi ในห้องพัก	4.35	0.601	มากที่สุด
9.5 ที่จอดรถ	4.53	0.526	มากที่สุด
10. นันทนาการ			
10.1 ห้องฟิตเนส	4.52	0.500	มากที่สุด
10.2 สระว่ายน้ำกลางแจ้ง	4.50	0.501	มากที่สุด
รวม	4.31	0.636	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา ที่จอดรถอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

4.4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมขนาด 3 ดาว

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	4.48	0.569	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจต่อความสะอาดในห้องพัก	4.47	0.592	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจต่อการออกแบบและการตกแต่งห้องพัก	4.42	0.702	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพัก	4.46	0.714	มากที่สุด
รวม	4.46	0.644	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ด้านลักษณะห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ความพึงพอใจต่อความสะอาดในห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความเหมาะสมของราคาห้องพัก	4.51	0.620	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต	4.47	0.603	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของราคา Mini Bar	4.42	0.626	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของราคาอาหารเช้า	4.58	0.494	มากที่สุด
รวม	4.50	0.586	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความเหมาะสมของราคาอาหารเช้า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา ความเหมาะสมของราคาห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ ความเหมาะสมของราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง

ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกในการเดินทางเข้าพักที่โรงแรม	4.58	0.521	มากที่สุด
2. สถานบริการโดยรอบของโรงแรม (เช่น สถานบันเทิง , ห้างสรรพสินค้า)	4.55	0.498	มากที่สุด
3. ความปลอดภัยของบริเวณที่ตั้งของโรงแรม	3.69	0.978	มาก
4. สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศภายนอกของโรงแรม	3.62	0.969	มาก
รวม	4.11	0.741	มาก

ผลการศึกษาดำเนินการตามตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความสะดวกในการเดินทางเข้าพักที่โรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา สถานบริการโดยรอบของโรงแรม (เช่น สถานบันเทิง, ห้างสรรพสินค้า) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และ ความปลอดภัยของบริเวณที่ตั้งของโรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรงแรม	3.63	0.907	มาก
2. โปรโมชั่น (เช่น คุปองฟรีอาหารเช้า)	3.45	0.882	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์การจองโรงแรมชื่อดังต่าง ๆ (เช่น Agoda)	3.42	0.898	มาก
4. สิทธิพิเศษต่าง ๆ (เช่น บัตรเครดิต)	3.60	0.802	มาก
รวม	3.53	0.872	มาก

ผลการศึกษาดำเนินการตามตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา สิทธิพิเศษต่าง ๆ (เช่น บัตรเครดิต) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ โปรโมชั่น (เช่น คุปองฟรีอาหารเช้า) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือ WIFI	3.58	0.761	มาก
2. ความสะดวกของที่จอดรถ	3.52	0.836	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม	3.50	0.898	มาก
4. ความสะดวกในการใช้บริการร้านอาหาร ร้านค้าบริการ ในโรงแรม	3.17	1.06	ปานกลาง
รวม	3.44	0.888	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือ WIFI อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมา ความสะดวกของที่จอดรถ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การแต่งกายของบุคลากร	3.64	1.03	มาก
2. จำนวนพนักงานเพียงพอ	3.19	0.945	ปานกลาง
3. กิริยามารยาทและการพูดจาของบุคลากร	3.30	0.967	ปานกลาง
4. ความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการ	3.36	1.03	ปานกลาง
รวม	3.37	0.993	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวด้านบุคลากรที่ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การแต่งกายของบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมา ความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และกิริยามารยาทและการพูดจาของบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.47	0.794	มาก
2. คุณภาพการให้บริการร้านอาหารในโรงแรม	3.81	0.736	มาก
3. คุณภาพการให้บริการร้านค้าบริการต่าง ๆ ในโรงแรม	3.84	1.09	มาก
รวม	3.71	0.874	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการร้านค้าบริการต่าง ๆ ในโรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา คุณภาพการให้บริการร้านอาหารในโรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อโรงแรม

ความพึงพอใจโดยรวม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อโรงแรม	4.24	0.980	มากที่สุด
รวม	4.24	0.980	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.21: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test

ความพึงพอใจ	t	df	Sig.
ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	.883	298	.378
ความพึงพอใจด้านราคา	.622	298	.535
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	1.558	298	.120
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	.674	298	.501
ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	.427	298	.670
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	1.204	298	.230
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	.260	298	.795

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	38.994	4	9.748	2.661	.033*
ภายในกลุ่ม	1080.643	295	3.663		
รวม	1119.637	299			
ความพึงพอใจด้านราคา	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	31.567	4	7.892	2.630	.035*
ภายในกลุ่ม	885.350	295	3.001		
รวม	916.917	299			
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	98.520	4	24.630	7.016	.000*
ภายในกลุ่ม	1035.626	295	3.511		
รวม	1134.147	299			
ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	62.582	4	15.645	2.231	.066
ภายในกลุ่ม	2068.418	295	7.012		
รวม	2131.000	299			
ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	59.688	4	14.922	2.280	.061
ภายในกลุ่ม	1930.509	295	6.544		
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	219.795	4	54.949	5.828	.000*
ภายในกลุ่ม	2781.205	295	9.428		
รวม	3001.000	299			
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการ ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.969	4	1.742	.437	.782
ภายในกลุ่ม	1176.711	295	3.989		
รวม	1183.680	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง
และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับ
สมมติฐาน (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว
ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ในความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และ
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนก
ตามอายุ โดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.23: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก

อายุ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
21-30 ปี	-	.071 (1.00)	.023 (1.00)	.627* (.028)	1.05 (.478)
31-40 ปี		-	.047 (1.00)	.556 (.589)	.979 (.202)
41-50 ปี			-	.604 (.419)	1.02 (.121)
51-60 ปี				-	.422 (.904)
61 ปีขึ้นไป					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะห้องพัก มากกว่าประชากรที่มีอายุ 21-30 ปี

ตารางที่ 4.24: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านราคา

อายุ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
21-30 ปี	-	.000 (1.00)	.254 (.987)	.500 (.885)	1.09* (.031)
31-40 ปี		-	.254 (.913)	.500 (.596)	1.09 (.062)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านราคา

อายุ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
41-50 ปี			-	.245 (.940)	.836 (.205)
51-60 ปี				-	.590 (.649)
61 ปีขึ้นไป					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านราคา มากกว่าประชากรที่มีอายุ 21-30 ปี

ตารางที่ 4.25: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง

อายุ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
21-30 ปี	-	.993 (.397)	.947 (.411)	.983 (.433)	.772 (.739)
31-40 ปี		-	.045 (1.00)	.010 (1.00)	1.76* (.001)
41-50 ปี			-	.035 (1.00)	1.72* (.000)
51-60 ปี				-	1.75* (.001)
61 ปีขึ้นไป					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าประชากรที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี

ตารางที่ 4.26: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ

อายุ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
21-30 ปี	-	1.33 (.414)	1.88 (.081)	1.40 (.384)	1.41 (.467)
31-40 ปี		-	.544 (.727)	.070 (1.00)	.083 (1.00)
41-50 ปี			-	.474 (.852)	.460* (.034)
51-60 ปี				-	.013 (1.00)
61 ปีขึ้นไป					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามอายุ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มากกว่าประชากรที่มีอายุ 41-50 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.27: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.227	4	4.057	1.085	.364
ภายในกลุ่ม	1103.410	295	3.740		
รวม	1119.637	299			
ความพึงพอใจด้านราคา	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.062	4	2.015	.654	.624
ภายในกลุ่ม	908.855	295	3.081		
รวม	916.917	299			
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	64.763	4	16.191	4.466	.002*
ภายในกลุ่ม	1069.383	295	3.625		
รวม	1134.147	299			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	93.381	4	23.345	3.380	.010*
ภายในกลุ่ม	2037.619	295	6.907		
รวม	2131.000	299			
ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.485	4	4.121	.616	.651
ภายในกลุ่ม	1973.711	295	6.691		
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	160.476	4	40.119	4.167	.003*
ภายในกลุ่ม	2840.524	295	9.629		
รวม	3001.000	299			
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการ ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	48.486	4	12.121	3.150	.015*
ภายในกลุ่ม	1135.194	295	3.848		
รวม	1183.680	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันในความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามรายได้โดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe

ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.28: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง

รายได้	15,000– 30,000 บาท	30,001– 45,000 บาท	45,001– 60,000 บาท	60,001– 75,000 บาท	75,001 บาทขึ้นไป
15,000– 30,000 บาท	–	.362 (.978)	.046 (1.00)	.195 (.998)	1.30 (.313)
30,001– 45,000 บาท		–	.315 (.851)	.557 (.672)	1.67 (.002)
45,001– 60,000 บาท			–	.241 (.972)	1.35* (.014)
60,001– 75,000 บาท				–	1.11 (.194)
75,001 บาท ขึ้นไป					–

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชากรที่มีรายได้ 75,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าประชากรที่มีรายได้ 45,001–60,000 บาท

ตารางที่ 4.29: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

รายได้	15,000– 30,000 บาท	30,001– 45,000 บาท	45,001– 60,000 บาท	60,001– 75,000 บาท	75,001 บาทขึ้นไป
15,000– 30,000 บาท	–	.329 (.995)	.165 (1.00)	.976 (.822)	1.19* (.020)
30,001– 45,000 บาท		–	.163 (.996)	1.30 (.152)	1.52 (.116)
45,001– 60,000 บาท			–	1.14 (.200)	1.35 (.154)
60,001– 75,000 บาท				–	.217 (.998)
75,001 บาท ขึ้นไป					–

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีรายได้ 75,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าประชากรที่มีรายได้ 15,000–30,000 บาท

ตารางที่ 4.30: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ

รายได้	15,000– 30,000 บาท	30,001– 45,000 บาท	45,001– 60,000 บาท	60,001– 75,000 บาท	75,001 บาทขึ้นไป
15,000– 30,000 บาท	–	.254 (.998)	.026 (1.00)	.495 (.982)	.202* (.000)
30,001– 45,000 บาท		–	.227 (.984)	.749 (.681)	.051 (1.00)
45,001– 60,000 บาท			–	.521 (.862)	.176 (.998)
60,001– 75,000 บาท				–	.697 (.862)
75,001 บาท ขึ้นไป					–

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีรายได้ 75,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มากกว่าประชากรที่มีรายได้ 15,000–30,000 บาท

ตารางที่ 4.31: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ

รายได้	15,000– 30,000 บาท	30,001– 45,000 บาท	45,001– 60,000 บาท	60,001– 75,000 บาท	75,001 บาทขึ้นไป
15,000– 30,000 บาท	–	.195 (1.00)	.062 (1.00)	.200 (1.00)	2.51 (.160)
30,001– 45,000 บาท		–	.133 (.999)	.004 (1.00)	2.31* (.016)
45,001– 60,000 บาท			–	.137 (1.00)	2.44* (.004)
60,001– 75,000 บาท				–	2.31* (.044)
75,001 บาท ขึ้นไป					–

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามรายได้ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีรายได้ 75,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการให้บริการ มากกว่าประชากรที่มีรายได้ 30,001–45,000 บาท 45,001–60,000 บาท และ 60,001–75,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.4 สถานะที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : สถานะที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน

H_1 : สถานะที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.32: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.004	2	6.002	1.609	.202
ภายในกลุ่ม	1107.632	297	3.729		
รวม	1119.637	299			
ความพึงพอใจด้านราคา	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.141	2	1.071	.348	.707
ภายในกลุ่ม	914.775	297	3.080		
รวม	916.917	299			
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.784	2	.392	.103	.902
ภายในกลุ่ม	1133.363	297	3.816		
รวม	1134.147	299			
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.425	2	2.713	.379	.685
ภายในกลุ่ม	2125.575	297	7.157		
รวม	2131.000	299			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.637	2	2.819	.422	.656
ภายในกลุ่ม	1984.560	297	6.682		
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.002	2	6.001	.596	.551
ภายในกลุ่ม	2988.998	297	10.064		
ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.002	2	6.001	.596	.551
ภายในกลุ่ม	2988.998	297	10.064		
รวม	3001.000	299			
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.696	2	3.348	.845	.431
ภายในกลุ่ม	1176.984	297	3.963		
รวม	1183.680	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะทุกด้าน มีค่า Sig. สูงกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกันในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 1.5 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.33: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	103.477	4	25.869	7.510	.000*
ภายในกลุ่ม	1016.159	295	3.445		
รวม	1119.637	299			
ความพึงพอใจด้านราคา	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	43.562	4	10.890	3.679	.006*
ภายในกลุ่ม	873.355	295	2.961		
รวม	916.917	299			
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	13.306	4	3.327	.876	.479
ภายในกลุ่ม	1120.840	295	3.799		
รวม	1134.147	299			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	14.474	4	3.618	.504	.733
ภายในกลุ่ม	2116.526	295	7.175		
รวม	2131.000	299			
ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	25.240	4	6.310	.947	.437
ภายในกลุ่ม	1964.957	295	6.661		
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.117	4	2.529	.249	.910
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ภายในกลุ่ม	2990.883	295	10.139		
รวม	3001.000	299			
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการ ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	22.308	4	5.577	1.417	.228
ภายในกลุ่ม	1161.372	295	3.937		
รวม	1183.680	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพักและด้านราคา มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ในความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพักและด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดโดยใช้

การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.34: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก

ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	.645 (.901)	.460 (.888)	1.31 (.050)	.251 (.974)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		-	1.10 (.502)	1.95* (.032)	.394 (.973)
อนุปริญญา/ปวส.			-	.711 (.280)	1.31 (.050)
ปริญญาตรี				-	1.56* (.000)
สูงกว่าปริญญาตรี					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะห้องพัก มากกว่าประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะห้องพัก มากกว่า ประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นปริญญาตรี

ตารางที่ 4.35: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านราคา

ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	.989 (.578)	.275 (.976)	.447 (.861)	.387 (.851)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		-	1.26 (.280)	1.43 (.156)	.601 (.850)
อนุปริญญา/ปวส.			-	.172 (.994)	.663 (.274)
ปริญญาตรี				-	.835* (.000)
สูงกว่าปริญญาตรี					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ความพึงพอใจด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มากกว่าประชากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรม ไม่ต่างกัน

H_1 : ความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.36: ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความพึงพอใจโดยภาพรวม

ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	11.140	3	3.713	.992	.397
ภายในกลุ่ม	1108.497	296	3.745		
รวม	1119.637	299			
ความพึงพอใจด้านราคา	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	22.606	3	7.535	2.494	.060
ภายในกลุ่ม	894.310	296	3.021		
รวม	916.917	299			
ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.025	3	4.008	1.057	.368
ภายในกลุ่ม	1122.122	296	3.791		
รวม	1134.147	299			
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.190	3	3.397	.474	.701
ภายในกลุ่ม	2120.810	296	7.165		
รวม	2131.000	299			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.36 (ต่อ): ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามความพึงพอใจโดยภาพรวม

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	45.475	3	15.158	2.307	.077
ภายในกลุ่ม	1944.722	296	6.570		
รวม	1990.197	299			
ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.360	3	4.120	.408	.747
ภายในกลุ่ม	2988.640	296	10.097		
รวม	3001.000	299			
ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	812.975	3	270.992	216.381	.000*
ภายในกลุ่ม	370.705	296	1.252		
รวม	1183.680	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.36 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความพึงพอใจโดยภาพรวม ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกัน ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดโดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.37: ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม
ความพึงพอใจโดยภาพรวม ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ

ความพึงพอใจ โดยภาพรวม	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
น้อยที่สุด	-	1.46* (.000)	3.86* (.000)	4.40* (.000)
ปานกลาง		-	2.40* (.000)	2.94* (.000)
มาก			-	.545 (.087)
มากที่สุด				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประชากร จำแนกตาม
ความพึงพอใจโดยภาพรวม ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

1) ประชากรที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับ ปานกลาง มาก และมากที่สุด
มีความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการให้บริการ มากกว่า
ประชากรที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวม ในระดับน้อยที่สุด

2) ประชากรที่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมากและมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อ
โรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการให้บริการ มากกว่าประชากรที่มี
ความพึงพอใจโดยภาพรวม ในระดับปานกลาง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำชาวไทยต่อการบริหารของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 การสรุปผล

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และรวมเพศชายและหญิง อายุ 41-50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7

เมื่อศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเข้าพัก 1-3 ครั้ง/ ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อติดต่องาน/ ธุรกิจ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีผู้ร่วมเข้าพักคือ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีงบประมาณ 1,501-2,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีเหตุผลในการเลือกโรงแรมคือ ความสวยงาม จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และคิดกลับไปใช้บริการ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 เพราะชอบที่บริการประทับใจ

เมื่อศึกษาความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา ที่จอดรถ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

เมื่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวทั้ง 7 ด้าน พบว่า

ด้านลักษณะห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ความพึงพอใจต่อความสะอาดในห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความเหมาะสมของราคาค่าอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา ความเหมาะสมของราคาห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และความเหมาะสมของราคาค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความสะดวกในการเดินทางเข้าพักรที่โรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา สถานบริการโดยรอบของโรงแรม (เช่น สถานบันเทิง, ห้างสรรพสินค้า) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และความปลอดภัยของบริเวณที่ตั้งของโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา สิทธิพิเศษต่าง ๆ (เช่น บัตรเครดิต) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และโปรโมชั่น (เช่น คุปองฟรีอาหารเช้า) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือ WIFI อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมา ความสะดวกของที่จอดรถ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ด้านบุคลากรที่ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า การแต่งกายของบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมา ความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และ กิริยามารยาทและการพูดจาของบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการร้านค้าบริการต่าง ๆ ในโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา คุณภาพการให้บริการร้านอาหารในโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ซึ่งโดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้บริการโรงแรม ระดับ 3 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

และเมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของคนในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันในความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านบุคลากรที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันในความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 สถานะที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันในความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพักและด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงแรมต่างกันในด้านความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวทั้ง 7 ด้านสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ด้านลักษณะห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสะอาดในห้องพัก ขนาดของห้องพัก สอดคล้องกับ เสาวนีย์ กันทะแสน (2545) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย โดยพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในทิศทางบวก เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าการจัดการสภาพแวดล้อมนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจในงานบริการที่มีสถานที่เป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อการตอบสนองความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างสูงสุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อราคาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อลูกค้าต้องจ่ายเงินว่ามีความเหมาะสม

หรือไม่ต่อคุณภาพการบริการและราคาสามารถรับได้หรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้เป็นด้านลักษณะห้องพักที่มีความคุ้มค่าต่อราคาที่ใช้บริการจ่ายไป

5.2.2 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่ามีความเหมาะสมของราคา ค่าอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ราคาห้องพักยังมีความเหมาะสมของราคาค่าใช้บริการ อินเทอร์เน็ตอีกทางหนึ่งด้วย จึงทำให้ด้านราคานี้เป็นด้านที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ สอดคล้องกับ วรลักษณ์ พลสยม และปณณันต์ ยศกันโท (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า การให้บริการด้านราคานี้เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการในระดับมาก เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคุณภาพกับราคาที่จ่ายไปของผู้ให้บริการนั้นเกิดความเหมาะสม สอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อราคาที่ใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อลูกค้าต้องจ่ายเงินว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ต่อคุณภาพการบริการและราคาสามารถรับได้หรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้เป็นด้านราคาที่มีความคุ้มค่าต่อราคาที่ใช้บริการจ่ายไป

5.2.3 ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าความสะดวกในการเดินทางเข้าพักที่โรงแรม นอกจากนี้ยังมีสถานบริการโดยรอบของโรงแรม อาทิเช่น สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า รวมถึงมีความปลอดภัยของบริเวณที่ตั้งของโรงแรมที่ดี สอดคล้องกับ สโรชา แพร์ภาษา (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การส่วนบริหารจังหวัดฉะเชิงเทรา อ.เมือง ฉะเชิงเทรา พบว่า การได้รับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นการมีสถานที่ทำเลที่ตั้งและมีความสะดวกสบายต่อสถานที่ให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก่อนที่จะมาใช้บริการ

5.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะว่ามีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลโรงแรมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังมีสิทธิพิเศษต่าง ๆ อาทิเช่น บัตรเครดิตและโปรโมชั่น เช่น คุปองฟรีอาหารเช้าให้บริการอีกด้วย จึงเป็นเหตุผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก สอดคล้องกับ วรลักษณ์ พลสยม และปณณันต์ ยศกันโท (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า การส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่าง ๆ นั้น เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการในระดับมาก เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการส่งเสริมการขาย

ที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าจะทำให้เกิดความพึงพอใจและรู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไปของผู้ใช้บริการนั้นเกิดความเหมาะสม สอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อการได้รับการลดแลกแจกแถมหรือมีการส่งเสริมการขายที่ดี

5.2.5 ด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่ามีการให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือ WIFI อีกทั้งยังมีความสะดวกของที่จอดรถ ตลอดจนมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ สอดคล้องกับ สโรชา แพร์ภาษา (2549) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารจังหวัดฉะเชิงเทรา อ.เมือง ฉะเชิงเทรา พบว่า การให้บริการที่รวดเร็ว การบริการที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด มีการให้บริการที่ดีในภาพรวมจะส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีของ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง

5.2.6 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่ามีการแต่งกายของบุคลากรที่ดี มีความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการและมีกิริยามารยาทและการพูดจาของบุคลากรที่ดี จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ สโรชา แพร์ภาษา (2549) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารจังหวัดฉะเชิงเทรา อ.เมือง ฉะเชิงเทรา พบว่า บุคลากรที่ให้บริการอย่างยิ้มแย้ม พูดจาสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการในระดับมาก สอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อการให้บริการของบุคลากรที่ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง

5.2.7 ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าคุณภาพการให้บริการของร้านค้าบริการต่าง ๆ ในโรงแรมอยู่ในระดับที่ดี อีกทั้งยังมีคุณภาพการให้บริการร้านอาหารในโรงแรม และมีสะดวกความรวดเร็วในการให้บริการ จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สโรชา แพร์ภาษา (2549) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง

การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การส่วนบริหารจังหวัดฉะเชิงเทรา อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา พบว่า ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อการให้บริการมีขั้นตอนในการให้บริการที่ดี ตลอดจนมีการอำนวยความสะดวกที่ดีนั้นจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการได้รับบริการที่มากตามไปด้วย สอดคล้องกับ Aday และ Andersen (1974) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับ การบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อย เพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.3.1.1 ควรพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีเพียงด้านการส่งเสริมการตลาดเท่านั้นที่อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ควรมีการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อาทิเช่น การลดราคาห้องพักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือมีการแถมของให้กับผู้เข้าพักเพื่อสร้างความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

5.3.1.2 ผู้ประกอบการของโรงแรมที่มีระดับดาวตั้งแต่ 3 ดาว ควรทำการศึกษา สิ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเหล่านี้เพื่อนำไปพัฒนาการให้บริการภายในโรงแรมของตน เพื่อให้เกิดการสร้าง ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าชาวไทย ต่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตพื้นที่อื่น ๆ

5.3.2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าชาวไทยต่อโรงแรม ระดับ 3 ดาวในเขตพื้นที่อื่น ๆ

5.3.2.3 นำไปใช้ในการวิจัยโรงแรมระดับอื่น ๆ ได้ หรือเป็นแนวทางในการประเมิน หรือเปรียบเทียบกับโรงแรมในระดับอื่น

บรรณานุกรม

- กฤษฎี กาญจนกิตติ. (2541). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การวัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทย*. (2558). สืบค้นจาก http://www.kohtaotoday.com/standard_hotel.html.
- กฤษณี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภาก และสาวิกา อุนหนันท์. (2548). *การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อินโนกราฟิกส์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2549). *จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินตนา บุญบังการ. (2539). *การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: ฟอรัมพริ้นติ้ง.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). *ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2556*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/AnnualReport/Annual_Y56_T.pdf.
- แนนน้อย พงศ์สามารถ. (2519). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจพร แยมจำเมือง และศศิธร เจตานนท์. (2555). *โรงแรม 3 ดาว ในย่านถนนสุขุมวิทกับศักยภาพสำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ประเสริฐศิลป์ จุฑเทียบ. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมหลายทองจังหวัดอุบลราชธานี*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ผู้ประกอบการโรงแรมแหล่งทุนโรงแรม 3 ดาว*. (2558). สืบค้นจาก <http://www.realist.co.th/blog/>.
- พิทักษ์ ทรุษพิชัย. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารถต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พิมพ์ชนก ศันสนีย์. (2540). ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนต์ชัย แก้วหลวง. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการจากร้านยาในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มาตรฐานในการให้ดาวของโรงแรมต่าง ๆ. (2558). สืบค้นจาก <http://talk.mthai.com/topic/332112>.
- วรลักษณ์ พลสยาม และปยุตต์ ยศกันโท. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบิน
นกแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). ความพึงพอใจในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร
หมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น).
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2524). หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ: เกษมสุวรรณ.
- สโรชา แพร่ภาษา. (2549). การประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของ
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริพร พงษ์ระวีวงศ์. (2541). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลในหอผู้ป่วยพิเศษ 3.
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). การบริหาร
การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- เสาวนีย์ กันทะแสน. (2545). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ
สภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ: อดุลพัฒน์กิจ.
- อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน. (2543). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการโครงการ
พัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Aday, L. A., & Andersen, R. (1974). A framework for the study of access to medical
care. *Health Service Research*, 9(3), 208–220.

- Beer, M. (1964). *Human resource management: A general manager's perspective: Text and case*. New York: Free.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. New York: Wiley.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Oakland, NJ: Scott. Foresman.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A multiple item scala for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Stromborg, M. F. (1984). Selecting an instrument to measure quality of life. *Oncology Nursing Forum*, 11, 88–91.
- Vroom, H. V. (1964). *Work and motivation*. Now York: Wiley & Sons.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

ภาคผนวก
แบบสอบถามงานวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษากระบวนการวิชา HT 581 Independent Study I for HU ของสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามประกอบด้วย

- ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2: พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว
- ตอนที่ 3: ความต้องการในด้านต่างๆในโรงแรมระดับ 3 ดาว
- ตอนที่ 4: ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว
- ตอนที่ 5: ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

เพื่อการดำเนินการเก็บข้อมูลที่เป็นจริง ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ดำเนินการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและความต้องการที่แท้จริงของท่าน คำตอบนี้จะไม่มีความลับ ใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าในกรณีใด ๆ ผู้วิจัยจะถือคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นความลับ ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้นมิได้นำเสนอผลเป็นรายบุคคล

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

คำอธิบาย

โรงแรม 3 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดกลางที่มีลักษณะที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก ตัวอย่างเช่น โรงแรมบางกอก ซิตี้, โรงแรมเลมอนที, โรงแรมใบหยกสวีท, โรงแรมไอบิส บางกอก สยาม, โรงแรมเอส สุขุมวิท สวีท, โรงแรมนาซ่า เวกัส, โรงแรมบางกอก ซิตี้ อินน์ ฯลฯ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

21-30 ปี

31-40 ปี

42-50 ปี

51-60 ปี

61 ปีขึ้นไป

3. รายได้ต่อเดือน

15,000-30,000 บาท

30,001-45,000 บาท

45,001-60,000 บาท

60,001-75,000 บาท

75,001 บาทขึ้นไป

4. สถานะ

โสด

สมรส

หม้าย/ แยกกันอยู่

อื่น ๆ โปรดระบุ

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

อนุปริญญา/ ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว

1. ในช่วง 1 ปี ท่านเข้าพักโรงแรมในระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพฯ ประมาณกี่ครั้ง

<input type="checkbox"/> 1-3 ครั้งต่อปี	<input type="checkbox"/> 4-6 ครั้งต่อปี
<input type="checkbox"/> 7-9 ครั้งต่อปี	<input type="checkbox"/> 10 ครั้งต่อปีหรือมากกว่า
2. จุดประสงค์ (โดยส่วนใหญ่) ของท่านในเข้าพักในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

<input type="checkbox"/> พักผ่อน/ ท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> ติดต่องาน/ ธุรกิจ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
3. โดยส่วนใหญ่แล้วท่านมาเข้าพักกับใคร

<input type="checkbox"/> คนเดียว	<input type="checkbox"/> ครอบครัว
<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
4. ท่านตั้งงบประมาณในการเข้าพักโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครต่อคืนต่อห้องประมาณเท่าไร

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท	<input type="checkbox"/> 1,001-1,500 บาท
<input type="checkbox"/> 1,501-2,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2,001-2,500 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 2,500 บาท	
5. ท่านเลือกโรงแรมในการเข้าพักด้วยเหตุผลอะไรบ้าง (เลือกสูงสุดได้ 3 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ความสวยงาม	<input type="checkbox"/> ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> เดินทางสะดวก	<input type="checkbox"/> ราคา
<input type="checkbox"/> ความปลอดภัย	<input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อม
<input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวก	
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
6. ท่านคิดจะกลับไปใช้บริการโรงแรมที่ท่านเข้าพักครั้งล่าสุดหรือไม่เพราะเหตุใด

<input type="checkbox"/> ใช่ เพราะ	
<input type="checkbox"/> บริการประทับใจราคา	<input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก
<input type="checkbox"/> ความสวยงาม	<input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อมที่ดี
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
<input type="checkbox"/> ไม่ใช่ เพราะ	
<input type="checkbox"/> บริการไม่ประทับใจ	<input type="checkbox"/> ราคาไม่เหมาะสม
<input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	<input type="checkbox"/> ความสวยงาม
<input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อมที่ไม่ดี	
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	

ตอนที่ 3 ความต้องการในด้านต่างๆในโรงแรมระดับ 3 ดาว

ขอให้ท่านระบุระดับความสำคัญของปัจจัยต่อไปนี้ ซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการของท่าน
ในโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

	สำคัญมาก			ไม่สำคัญ	
	5	4	3	2	1
1. ความสะอาดของห้องพัก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ความสวยงามของโรงแรม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ความปลอดภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ราคาถูกกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. การให้บริการ/ แนะนำการท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. การส่งเสริมการขาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ชื่อเสียงของโรงแรม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ระยะทางจากโรงแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. สิ่งอำนวยความสะดวก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.1 บริการรถรับ-ส่ง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2 คอฟฟี่ช็อป, ร้านอาหาร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.3 บริการซักรีด/ ซักแห้ง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.4 Free Wi-Fi ในห้องพัก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.8 ที่จอดรถ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. นันทนาการ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.1 ห้องฟิตเนส	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.2 สระว่ายน้ำกลางแจ้ง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว

ขอให้ท่านแสดงระดับความพึงพอใจของท่านต่อการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครที่ท่านเข้าพักในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา โดยพิจารณาในภาพรวม และให้คะแนน ลงในช่อง ที่ตรงตามระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ	ปาน กลาง	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่างยิ่ง
ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก						
1.	ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ในห้องพัก					
2.	ความพึงพอใจต่อความสะอาดในห้องพัก					
3.	ความพึงพอใจต่อการออกแบบและการตกแต่ง ห้องพัก					
4.	ความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพัก					
ความพึงพอใจด้านราคา						
1.	ความเหมาะสมของราคาห้องพัก					
2.	ความเหมาะสมของราคาค่าบริการ อินเทอร์เน็ต					
3.	ความเหมาะสมของราคา Mini Bar					
4.	ความเหมาะสมของราคาอาหาร					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายชัยวัฒน์ ชัยสิริพร

อีเมล

chaiwatt.pp@gmail.com

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณา

- ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

และการท่องเที่ยว



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 22 เดือน มกราคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ชัยวัฒน์ ไชยสิทธิ์ อยู่บ้านเลขที่ 68
ซอย ลาดพร้าว 64 ถนน แยก 4 ตำบล/แขวง วังทองหลาง
อำเภอ/เขต วังทองหลาง จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10310
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560500311
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถดำเนินงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ดวงธิดา นันทาภีรัตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร