

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรม

ในเขตกรุงเทพมหานคร*

The Factors Affecting the Bangkok Hotel

Customer's Satisfaction

รายงาน ออมรินทร์ธิตน**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดគอร์ต้าโดยใช้ตัวอย่างลูกค้า ผู้ให้บริการของโรงแรมจำนวน 222 คน พนักงานผู้ให้บริการของโรงแรมจำนวน 119 คน และผู้บริหารโรงแรมจำนวน 12 คน รวมทั้งหมด 353 คน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรมมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนความพึงพอใจต่อปัจจัยในการให้บริการต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัย ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการแตกต่าง กันคือ ระดับอายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยที่มีอ่านใจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความสะอาด ของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความสุภาพอ่อนโยน และบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ สิ่งแวดล้อม บรรยากาศ และความดังของโรงแรม

ในส่วนกลุ่มธุรกิจเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าพบว่าพนักงานผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการให้บริการ และมีการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน โดยโรงแรมทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้ความสำคัญ ต่อกลุ่มธุรกิจระดับปูนปั้นบิ๊กของโรงแรมในการเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน และพบว่าลูกค้าที่ให้บริการในโรงแรมขนาดใหญ่มีระดับความพึงพอใจมากกว่าโรงแรมขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

Abstract

This research was the study regarding the factors affecting the Bangkok hotel customers' satisfaction. This survey research used specific quota random technique by sampling 353 respondents consisting of 222 hotel customers, 119 hotel staffs and 12 hotel administrators.

The research findings from this study revealed that the hotel customers were satisfied with the hotels' services at the high level while their satisfactions in all service factors were

* การวิจัยนี้ได้รับอนุญาตหน้าการวิจัยจากมหาวิทยาลัย มีการศึกษา 2542.

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมศักดิ์ ดร. วิภาดา ภู่ทิพย์ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

also at the hi
were their ag
the cleanliness
atmosphere ar

As for
were highly i
potentialities.
the practical
large hotels'
customers wit

บทนำ

ปัจจุบัน
รายได้มากสูง
ประกอบด้วยธุ
ธุรกิจด้านก่อตั้ง
ที่ระลึกและส
ที่ส่งเสริมและส
ดังนั้นความสำ
ผลกระทบต่อภ
ชั่งเคล็ดลับของ
คือ กลุ่มธุรกิจ
ให้เกิดความรู้สึก
กลับมาใช้บริการ
ของลูกค้าจึงเป็น¹
ความเข้าใจใน
แข่งขันทางด้าน

ในการ
วิจัยในต่างประ
ของลูกค้าประก
อิทธิพลดังนี้
วิจัยไว้ว่า ประ
บริการ อารมณ

also at the high level. The personal data which made difference in the customers' satisfaction were their age and educational level. The factors affecting hotel customers' satisfactions were the cleanliness of the room, the room facilities, the personality of the service personnel, the atmosphere and the beauty of the hotels.

As for the strategies to improve the customers' satisfaction, it was found that hotel staffs were highly responsible in services and there were strategies to develop the hotel personnel's potentialities. It was found that the hotels of all sizes made no difference in emphasizing the practical strategies to satisfy the customers. However, the research revealed that the large hotels' customers were more satisfied with the hotels' services than the small hotels' customers with statistical difference at .05 level.

บทนำ

ปัจจุบันนี้ อุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าชื่นเสียงและรายได้มาสู่ประเทศไทย คือ อุตสาหกรรมบริการ ยังประกอบด้วยธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านขายของ ที่ระลึกและที่สouvenir คือธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอื่น ๆ ตามที่กล่าวมา ดังนั้นความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรมย่อมส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม ซึ่งเคล็ดลับของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรม คือ กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจในบริการที่ได้รับ และกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งส่งผลให้การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากการมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านการตลาดในปัจจุบัน

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าหันเมืองวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องที่แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัยหลายประการด้วยกันที่มีอิทธิพลตั้งเรื่อง Oh & Parks (1997) ได้สรุปการวิจัยไว้ว่า ประสบการณ์ของลูกค้าในอดีตที่เคยได้รับบริการ อารมณ์ของลูกค้าในขณะที่ได้รับบริการ คือ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วน Suh, et. al.(1997) มีความเห็นว่าการประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสะอาดต่าง ๆ และเกี่ยวข้องกับความหลากหลายในรูปแบบของการให้บริการด้วย ส่วน Chappel & Lane (1988) เสนอว่า ในด้านการเตรียมการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแล้ว มีวัฒนธรรมหลายอย่างที่ต้องนำมาใช้ เช่น วัฒนธรรมด้านการบริการ พนักงานบริการจะต้องปฏิบัติตามด้วยใจรัก และมีทักษะในการปฏิบัติงาน แต่เมื่อจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการของโรงแรมในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาวิจัยโดยเฉพาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม คำตับความล้าค้างของปัจจัยต่อความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งความสัมพันธ์ของปัจจัยและความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม กลยุทธ์แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดหวังว่า ธุรกิจโรงแรมจะสามารถนำมาเป็นหลักในการพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอันเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจและแก่ประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ให้มาของโรงพยาบาลราชวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร เบรี่ยงเที่ยบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ ภูมิลำเนา และอาชีพ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว การบริการของพนักงานกับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง สิ่งแวดล้อม ความคงามของสถานที่ กับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ศึกษาปัจจัยที่มีอ่อนไหวในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ศึกษาปัจจัยที่มีอ่อนไหวในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ศึกษาลักษณะ ส่วนบุคคลของผู้ให้บริการในโรงพยาบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาลักษณะการเสริมสร้างศักยภาพของ พนักงานผู้ให้บริการในโรงพยาบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้บริการในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล และศึกษาผลกระทบของระดับปฏิบัติของโรงพยาบาลในการเสริมสร้างความพึงพอใจในบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลกระแทกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงพยาบาล 3 ด้าน คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ปัจจัยด้านการให้บริการ 3) ปัจจัยอื่น ๆ รวมทั้งการศึกษาความคิดเห็นของพนักงานให้บริการ และผู้บริหารโรงพยาบาลด้วย การวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาเลือกศึกษาเฉพาะโรงพยาบาลเชิงธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ได้รับจากการวิจัย

ท่าให้ทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาล ความสัมพันธ์ระหว่าง

ปัจจัยด้านต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาล ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาล ความคิดเห็นของผู้ให้บริการระดับปฏิบัติการในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาล กลยุทธ์และแนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจของโรงพยาบาลจากผู้บริหารโรงพยาบาล ผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการวางแผนนโยบายในการพัฒนาปรับปรุง เสริมสร้างพัฒนาธุรกิจโรงพยาบาล ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการได้สูงสุด และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร อุดหนุนการอบรมบุคลากรของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรนี้

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง (Target Population and Sample) ที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร 2) พนักงาน เจ้าหน้าที่ หรือผู้ให้บริการของโรงพยาบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ผู้บริหารโรงพยาบาล ในโรงพยาบาลเชิงธุรกิจ 3 ระดับด้วยกัน โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคคล 3 กลุ่ม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในโรงพยาบาลเชิงธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร วัดด้วยแบบประเมินการวัดเพียงครั้งเดียวในกลุ่มที่ศึกษา หรือวัดด้วยแบบประเมินการกำหนดช่วงเวลาเดลากัน (One - Shot Descriptive Study) เท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการความรวดเร็วในการศึกษา เพื่อให้ผลที่ได้ทันต่อเหตุการณ์ประกอบกับจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละวัน

ไม่แน่นอน
ใช้ในการศึกษา
ในการศึกษา

ตาราง 1 :

ราคา 2.
ราคา 1.
ราคาต่ำกว่า

เครื่องมือ

เครื่อง

แบบสอบถาม
ผู้ใช้บริการ ด
มีรายละเอียด

ฉบับ

ผู้ใช้บริการป
ตอน
ตอน

ตอน

ปัจจัยด้านภี่
ตอน

ตอน

ในการสร้าง
ของพนักงาน
โรงพยาบาล

ตอน

ผู้ใช้บริการป
ตอน
ตอน

ตอน

ไม่แห่นอน จึงเป็นข้อจำกัดสำคัญขาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะฉะนั้นการสุมตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนด

โครงการ (Quota Sampling) หานหาดตัวอย่างจากประชากรกลุ่มต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนดังตาราง 1

ตาราง 1 : จำนวนรือรอยของขนาดตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

ระดับของโรงแรม	จำนวน (ร้อยละ)		
	ผู้รับบริการ	ผู้ให้บริการ	ผู้บริหาร
ราคา 2,500 ขึ้นไป	120	40	4
ราคา 1,500 - 2,499 บาท	120	40	4
ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท	120	40	4
รวม	360	120	12

เครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของบุคคล 3 กลุ่ม คือผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้บุริหาร อย่างละ 1 ฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

ฉบับที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการประจำตัว 3 ตอนด้วยกันคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อ
ปัจจัยด้านบริการอื่น ๆ

ตอนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพล
ในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

ฉบับที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น
ของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่ใน
โรงพยาบาล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๓ หน้า

ตอนที่ 1 แบบสอบถามส่วนบุคคล
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเสริมสร้างความ
เข้มแข็งในภาวะเริ่มต้น

ต่อนี้ที่ 3 แบบสอบถามถ้าต้นความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอานาจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

ฉบับที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารในโรงพยาบาล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ตอนที่ 1 แบบสอบถามส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามกลุ่มทัชช์แนวทาง การเสริมสร้างความพึงพอใจลูกค้า

ສັນຕິພາບ

ในการเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม
ที่แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน ได้รับคืน
และเป็นฉบับที่สมบูรณ์ จำนวน 353 ฉบับ คิดเป็น
ร้อยละ 72.2 โดยเป็นลูกค้าที่ใช้บริการของโรงพยาบาล
จำนวน 222 คน พนักงานพยาบาลที่ให้บริการ จำนวน 119 คน
และผู้ปริหารโรงพยาบาล จำนวน 12 คน รวมทั้งสิ้น 353
คน โดยสรุปผลการวิจัยดังนี้

- สูกี้คัต้าที่ใช้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการของ

โรงเรียนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 - 34 ปี รองลงมาเป็นช่วงอายุ 35 - 44 ปี ลูกค้ากลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 25 ปี เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 6.30 เท่านั้น ลูกค้าของโรงเรียนส่วนมากมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ม.6 หรือ ปวช. รองลงมาเป็นระดับ ปวส. กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 10,001 - 100,000 บาท รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 1,000,000 บาทต่อเดือน มีเชื้อชาติไทย มากที่สุด รองลงมาเป็นชาวเอเชียด้วยกันส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจ และอาชีพรับจ้าง/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/ทหาร/ตำรวจ วัฒนธรรมหลักของลูกค้าคือส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเป็นมาเพื่อประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าจะกลับมาพักที่โรงเรียนแห่งนี้อีกเมื่อมีโอกาส

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงเรียน

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ให้บริการของโรงเรียน มีความพอใจในการพักโรงเรียนอยู่ในระดับพอใช้มาก เน้นเดียวถ้าหากบวกความพอใจในปัจจัยการให้บริการต่าง ๆ ซึ่งมีความพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยที่มีความพอใจมากที่สุดคือปัจจัยด้านอื่นๆ อันประกอบด้วยทำเลที่ตั้งของโรงเรียนบรรยายกาศ ความคงดุมของโรงเรียน ความสะอาดของโรงเรียน เป็นต้น ปัจจัยที่มีความพอใจเป็นอันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานอันประกอบไปด้วยความสุภาพอ่อนโยน ความสะอาด บุคลิกภาพ ส่วนความสามารถทางภาษาหน้าที่เป็นสิ่งที่มีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความพึงพอใจและการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการจากโรงเรียน

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ระดับความพึงพอใจและคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการจากโรงเรียน

ระหว่างเพศ มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 54 ปี เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เช่นเดียวกับระดับการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของโรงเรียนที่แตกต่างกัน กลุ่มที่จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวส. ส่วนระดับรายได้ต่อเดือน วัฒนธรรมหลักและโอกาสกลับมาพักที่โรงเรียนนือ ก็ ระดับความพึงพอใจไม่มีความแตกต่างกันในทางสถิติที่ระดับ .05

ในการศึกษาปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดพบว่า การบริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวก ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวในห้องพัก

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงเรียน พบว่าปัจจัยการบริการถูกปัจจัยคือ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว การบริการของพนักงาน และปัจจัยอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของโรงเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

- การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงเรียน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการบริการทั้งหมด สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ ร้อยละ 63.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจคือ ความสะอาดของห้องพัก โทรศัพท์ โทรศัพท์ ความสุภาพอ่อนโยน บุคลิกภาพ สิ่งแวดล้อม บริเวณรอบโรงเรียนและบรรยายกาศ และความคงดุมของโรงเรียน

- ความคิดเห็นของพนักงานที่ให้บริการแก่ ลูกค้า

จากตัวอย่างที่สัมภาษณ์พบว่าพนักงาน

ส่วนมากเป็นเพศ แม้พนักงานส่วนใหญ่ก็มีภารกิจการทำงานที่มีความพยายามในงานที่ทำอยู่ งานจากผู้บังคับบัญชา ฝึกอบรมในภารกิจความสามารถทำ ทำหน้าที่ได้ เมื่อ พนักงานส่วนใหญ่ ปัจจัยที่พนักงาน ภารกิจในการขอ:

- ความ จำกัด

ส่วนใหญ่เป็นผู้ 6 ปี มีระดับบุคคล ประเมินความพ อยู่ในระดับพอส

1. ก

พึงพอใจของผู้รับ 2. ก

3. ก

ในกลุ่มผู้ปฏิบัติ 4. ก

ต่อผู้ให้บริการไป ในระดับพอสมควร

- ภารกิจ

พึงพอใจของลูกค้า มีประเด็นที่จะนำ ความ

ความ

กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับพอได หลาย ๆ ด้าน

สำนักงานเป็นเพศหญิงมีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 34 ปี เป็นพนักงานส่วนหน้าและพนักงานส่วนแม่บ้านมากที่สุด มีอายุการทำงานอยู่ระหว่าง 2 - 3 ปี พนักงานส่วนมาก มีความพอดีในงานที่ปฏิบัติตามอยู่ เพราะเห็นความก้าวหน้า ในงานที่ทำอยู่ พนักงานเกือบทั้งหมดได้รับการณ์เทศ งานจากผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ และได้รับการ ฝึกอบรมในการพัฒนางานในด้านบริการ พนักงานมี ความสามารถทำหน้าที่แทนกันเมื่อคนเด้มีไม่สามารถ ทำหน้าที่ได้ เมื่อเกิดปัญหาลูกค้าไม่พอใจในบริการ พนักงานส่วนใหญ่ปรึกษาภัยเพื่อนร่วมงาน ส่วน ปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 คือ การให้บริการของพนักงาน

- ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 12 คน
ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการทั่วไปมีอายุการทำงานมากกว่า
6 ปี มีระดับการปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์แนวทาง
เสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้าร่วมของ程式
อยู่ในระดับพอสมควร โดยกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้าน คือ

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ
 2. การกำหนดกลยุทธ์การบริการ
 3. การพัฒนาคุณภาพและความสัมมติ์ที่ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานบริการต้านต่าง ๆ
 4. การนำกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการไปประนีน มีระดับการปฏิบัติเฉลี่ยอยู่ในระดับพอสมควร

• อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความ
พึงพอใจของลูกค้าของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร
มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

ความเพิ่งพอใจของลูกค้าของโรงเรมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยครั้งนี้ลูกค้ามีความพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก ความพอใจนี้เกิดจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ยังไน์ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง บารูมากาศ

ความคงดาม ความสะอาด ความสะอาดงบายน การได้รับบริการที่สุภาพอ่อนโยนจากพนักงานในโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติเน้นห์ เดอะคูปต์ (2539 : 38 - 39) ที่กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการ มีได้เกิดจากปัจจัยหนึ่งเพียงปัจจัยเดียว แต่มีหลายปัจจัยในแต่ละขั้นตอนของการบริการ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับระดับความพึงพอใจในกระบวนการของโรงพยาบาล พบว่า ปัจจัยการบริการทุกปัจจัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากการทดสอบผู้ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลจะให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกันทุกด้าน ตามแนวทางเป้าหมายของงานบริการของ John D. Millet (1954 : 397-400) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้แก่ประชาชนโดยมีแนวทาง คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค โดยให้บริการทุกคนเท่าเทียมกัน แต่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในบริการของโรงพยาบาลว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุผู้ใช้บริการที่มีอายุมากมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เช่นเดียวกับระดับการศึกษาผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจในบริการของโรงพยาบาลมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำ ความพึงพอใจที่แตกต่างกันนี้อาจเป็นผลมาจากการที่คาดหวังของลูกค้าที่แตกต่างกัน ตามแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1985 : 49) ความแตกต่างนี้อาจมีผลมาจากการณ์ของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล ความสุขมั่นคงทางอารมณ์ของผู้ใช้ที่มีอายุมากอาจคาดหวังในด้านบริการที่จะได้รับมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เช่นเดียวกับระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงอาจคาดหวังด้านบริการไว้ต่ำกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า การศึกษาอาจทำให้มุมมองของผู้ใช้บริการแตกต่างกันออกไป

ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพ
มหานครนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศมาเพื่อพักผ่อน

และประชุมสัมมนาดังนี้เนื่องให้ความสำคัญในเรื่องการ
บริการของพนักงานมากที่สุด รองลงมาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก
ความสะอาด ก ล า ว า ส่วนเรื่องสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวใน
ห้องพัก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย
ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอย่างมากอีกหนึ่ง คือ ความสามารถทางภาษาของผู้ให้บริการ การสื่อสาร
ระหว่างผู้รับและผู้ให้บริการมีปัญหาอยู่บ้าง เพราะ
พนักงานส่วนใหญ่มีภูมิทางการศึกษาสูงสุดต่ำกว่า
ระดับปริญญาตรี ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงควรทราบหนัก
ในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะด้านของ
พนักงานที่มีต่อการบริการลูกค้าและให้พนักงานทราบ
ความสำคัญของตนเอง ในการสร้างความพึงพอใจให้
กับลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมคือ ความสะอาดของห้องพัก โทรศัพท์ โทรศัพน์ ความสุภาพอ่อนโยน บุคลิกภาพ สิ่งแวดล้อม บริเวณรอบโรงแรม และ

บรรยายการ แลความมองดางของโรงเรม เมินปัจจัย
ที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Legohetel (1998)
ส่วนปัจจัยเด่นอีก ๑ นั้นจากการศึกษาครั้งนี้เมื่อมี
อิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของโรงเรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริจัดศรีสังต์อิน

1. ควรจะมีการวิจัยเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลในเขตต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น
 2. ควรจะศึกษาในเชิงวิเคราะห์ทั้งผลกระทบจากปัจจัยภายนอกและศึกษาผลของการฝึกอบรม
 3. ควรจะมีการศึกษาการແຜนเขิงกลยุทธ์ของโรงพยาบาลต่าง ๆ ในกรณีแข่งขันในสภาวะปัจจุบันด้วยเพื่อจะได้นำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการจัดการในทุก ๆ ด้าน และจัดให้มีสู่การจัดอบรม □

បន្ទុលានៃករណី

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. “เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ.
หน้า 1-43. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2539.

Chappel, S.J. and Lane, D. “Cultural Dimensions of Hospitality Service Provision” **Third International Conference on Tourism and Hotel Industry in Indo-China & Southeast Asia** : 20-28 ; 1988.

Legohere, P. “Quality of Tourism Service” **Third International Conference on Tourism and Hotel Industry in Indo-China & Southeast Asia** : 47-54 ; 1998.

Millet, John D. **Management in the Public Service**. New York : McGraw-Hill Book Company, Inc., 1954.

Oh, H. and Parks, S.C. “Customer Satisfaction and Service Quality : a Critical Review of the Literature and Research Implications For the Hospitality Industry” **Hospitality Research Journal** 20 : 35-64 ; 1997.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research” **Journal of Marketing** 49 (4) : 41-50 ; 1985.

Suh, S.H., Lee, Y.H., Park, V. and Shin, G.C. “The Impact of Consumer Involvement on the Consumers’ Perception of Service Quality” **Journal of Travel and Tourism Marketing**, 6 (2) : 33-52 ; 1997.