

ปัจจัยที่มีผลต่อ

ความพึงพอใจของ

ลูกค้าของโรงแรม

ในเขตกรุงเทพมหานคร*

The Factors Affecting the
Bangkok Hotel
Customer's Satisfaction

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาบังจยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา โดยใช้ตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงแรมจำนวน 222 คน พนักงานผู้ให้บริการของโรงแรมจำนวน 119 คน และผู้บริหารโรงแรมจำนวน 12 คน รวมทั้งหมด 353 คน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงแรมมีความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนความพึงพอใจต่อปัจจัยในการให้บริการต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัย ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการแตกต่างกันคือ ระดับอายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยที่มีอำนาจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า คือ

ความสะดวกของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก ความสุภาพอ่อนโยน และบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ สิ่งแวดล้อมบรรยากาศ และความงดงามของโรงแรม

ในส่วนกลยุทธ์เสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าพบว่าพนักงานผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการให้บริการ และมีการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน โดยโรงแรมทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมระดับปฏิบัติของโรงแรมในการเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน และพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการในโรงแรมขนาดใหญ่มีระดับความพึงพอใจมากกว่าโรงแรมขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05



บทนำ

ปัจจุบันนี้ อุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าเชื่อถือและรายได้มาสู่ประเทศไทย คือ อุตสาหกรรมบริการ อันประกอบด้วยธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกและที่สำคัญคือธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอื่น ๆ ตามที่กล่าวมา ดังนั้นความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรมย่อมส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ซึ่งเคล็ดลับของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรม คือ กลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจในบริการที่ได้รับและกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งส่งผลให้การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากการมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านการตลาดในปัจจุบัน

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้านั้น มีงานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องที่แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลหลายประการด้วยกันดังเช่น Oh & Parks (1997) ได้สรุปการวิจัยไว้ว่า ประสพการณ์ของลูกค้าในอดีตที่เคยได้รับบริการ อารมณ์ของลูกค้าในขณะที่ได้รับบริการ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วน Suh, et. al.(1997) มีความเห็นว่าการประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการซึ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และเกี่ยวข้องกับความหลากหลายในรูปแบบของการให้บริการด้วย ส่วน Chappel & Lane (1988) เสนอว่า ในด้านการเตรียมการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว มีวัฒนธรรมหลายอย่างที่ควรนำมาใช้ เช่น วัฒนธรรมด้านการบริการ พนักงานบริการจะต้องปฏิบัติงานด้วยใจรัก และมีทักษะในการปฏิบัติงาน แต่เนื่องจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการของโรงแรมในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาวิจัยโดยเฉพาะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม ลำดับความสำคัญของปัจจัยคือความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งความสัมพันธ์ของปัจจัยและความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม กลยุทธ์แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดหวังว่าธุรกิจโรงแรมจะสามารถนำมาเป็นหลักในการพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอันเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ และแก่ประเทศ

The Factors Affecting the

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการที่พักของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ ภูมิภาค และอาชีพ, ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว การบริการของพนักงานกับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรม, ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง สิ่งแวดล้อม ความงดงามของสถานที่กับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรม, ศึกษาปัจจัยที่มีอำนาจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรม, ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้บริการในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร, ศึกษาลักษณะการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานผู้ให้บริการในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร, ศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้บริการในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรม และศึกษากลยุทธ์ของระดับปฏิบัติการของโรงแรมในการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการของโรงแรม



ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ให้บริการของโรงแรม 3 ด้าน คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ปัจจัย ด้านการให้บริการ 3) ปัจจัยอื่น ๆ รวมทั้งการศึกษาคำคิดเห็นของพนักงานให้บริการและผู้บริหารโรงแรมด้วย การวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาเลือกศึกษาเฉพาะโรงแรมเชิงธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการของโรงแรม, ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม, ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม, ปัจจัยที่มีอำนาจในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม, ความคิดเห็นของผู้ให้บริการระดับปฏิบัติการในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรม, กลยุทธ์และแนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจของโรงแรมจากผู้บริหารโรงแรม, นำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การตัดสินใจ และการวางแผนนโยบายในการพัฒนาปรับปรุง เสริมสร้างพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการได้สูงสุด และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรอุตสาหกรรมบริการของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรนี้

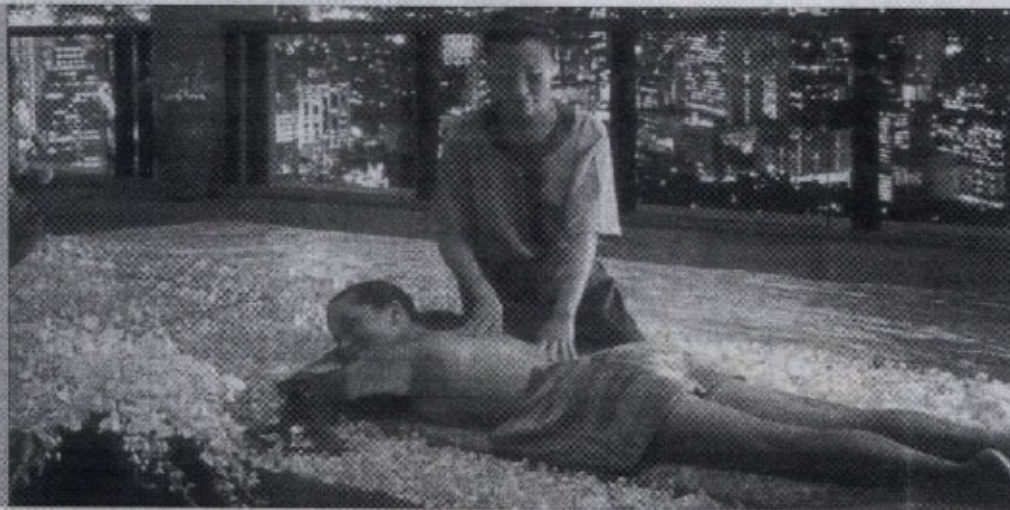


การดำเนินการวิจัย

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

ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง (Target Population and Sample) ที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 2) พนักงาน เจ้าหน้าที่ หรือผู้ให้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและ 3) ผู้บริหารโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ในโรงแรมเชิงธุรกิจ 3 ระดับด้วยกัน โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคคล 3 กลุ่ม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในโรงแรมเชิงธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร วัดตัวแปรเป็นการวัดเพียงครั้งเดียวในกลุ่มที่ศึกษา หรือวัดตัวแปรด้วยการกำหนดช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (One - Shot Descriptive Study) เท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการความรวดเร็วในการศึกษา เพื่อให้ผลที่ได้ทันต่อเหตุการณ์ประกอบกับจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละวันไม่แน่นอน จึงเป็นข้อจำกัดสำหรับขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะฉะนั้นการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษานี้จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ทาขนาดตัวอย่างจากประชากรกลุ่มต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนดังตาราง 1



ตาราง 1 : จำนวนร้อยละของขนาดตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

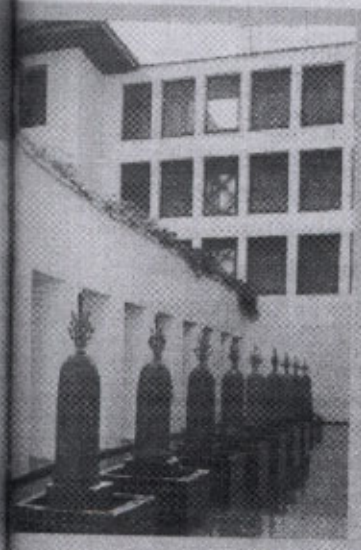
| ระดับของโรงแรม | จำนวน | | |
|------------------------|--------------|--------------|-----------|
| | ผู้รับบริการ | ผู้ให้บริการ | ผู้บริหาร |
| ราคา 2,500 ขึ้นไป | 120 | 40 | 4 |
| ราคา 1,500 - 2,499 บาท | 120 | 40 | 4 |
| ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท | 120 | 40 | 4 |
| รวม | 360 | 120 | 12 |

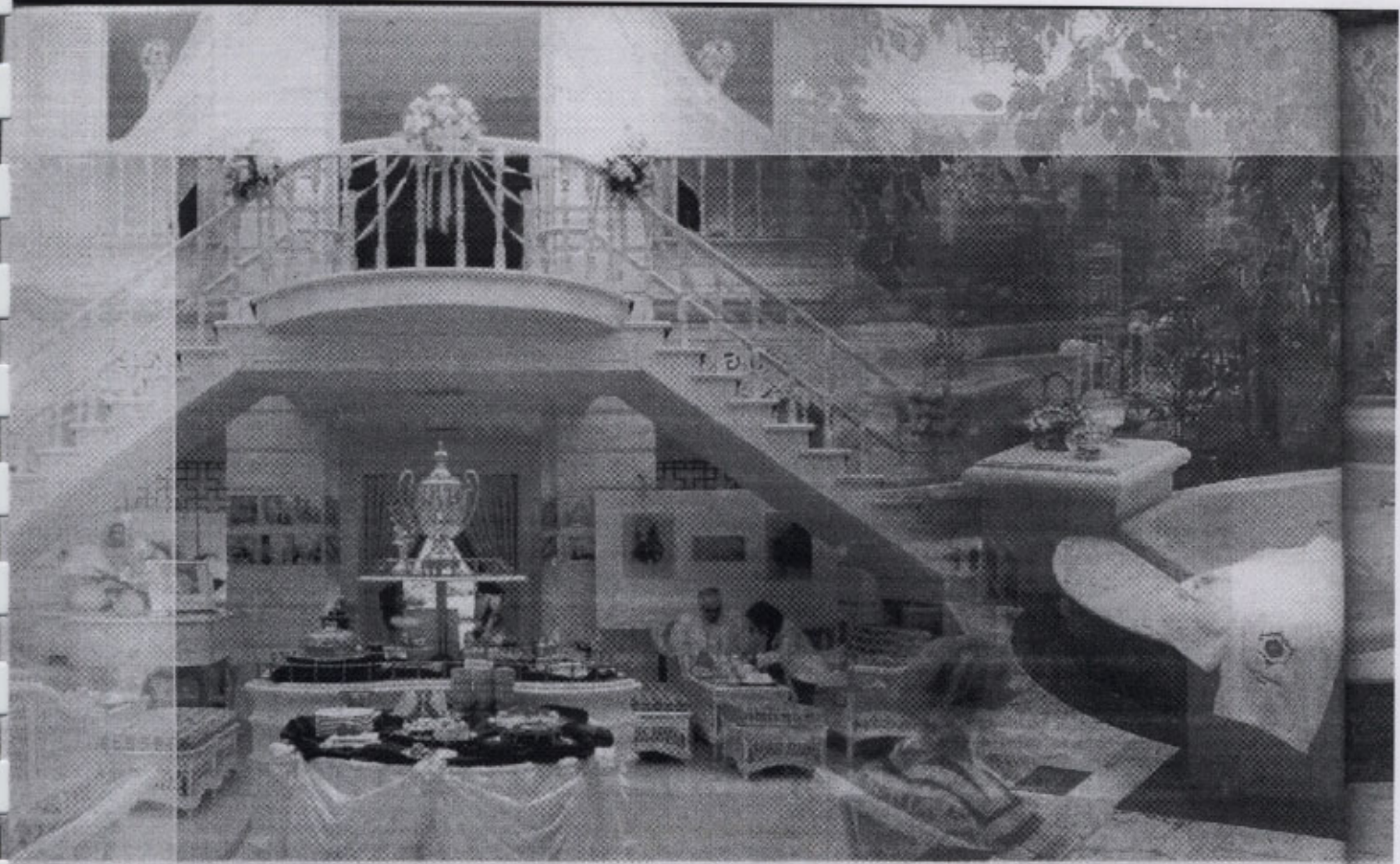


เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้บริหารอย่างละ 1 ฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| ฉบับที่ 1 | เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการประกอบด้วย 3 ตอนด้วยกันคือ |
| ตอนที่ 1 | แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล |
| ตอนที่ 2 | แบบสอบถามความพึงพอใจต่อบริการอื่น ๆ |
| ตอนที่ 3 | ความสำคัญของปัจจัยที่มีอำนาจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า |
| ฉบับที่ 2 | เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่ในโรงแรมประกอบด้วย 3 ตอนคือ |
| ตอนที่ 1 | แบบสอบถามส่วนบุคคล |
| ตอนที่ 2 | แบบสอบถามเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการลูกค้า |
| ตอนที่ 3 | แบบสอบถามลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอำนาจในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า |
| ฉบับที่ 3 | เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารในโรงแรม ประกอบด้วย 2 ตอนคือ |
| ตอนที่ 1 | แบบสอบถามส่วนบุคคล |
| ตอนที่ 2 | แบบสอบถามกลยุทธ์แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจลูกค้า |





สรุปผลการวิจัย

ในการเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 492 ฉบับ ได้รับคืน และเป็นฉบับที่สมบูรณ์ จำนวน 353 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 71.7 โดยเป็นลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม จำนวน 222 คน พนักงานผู้ให้บริการ จำนวน 119 คน และผู้บริหารโรงแรม จำนวน 12 คน รวมทั้งสิ้น 353 คน โดยสรุปผลการวิจัยดังนี้

- ลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 - 34 ปี รองลงมาเป็นช่วงอายุ 35 - 44 ปี ลูกค้ากลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 25 ปี เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 6.30 เท่านั้น ลูกค้าของโรงแรมส่วนมากมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ม.6 หรือ ปวช. รองลงมาเป็นระดับ ปวส. กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 10,001- 100,000 บาท รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 1,000,000 บาทต่อเดือน มีเชื้อชาติยุโรปมากที่สุด รองลงมาเป็นชาวเอเชียด้วยกัน ส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจ อาชีพรับจ้าง/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/ทหาร/ตำรวจ วัตถุประสงค์หลักของลูกค้าคือส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเป็นมาเพื่อประชุม / สัมมนา / ผูกอบรวม ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ากลับมากพักที่โรงแรมแห่งเดิมอีกเมื่อมีโอกาส

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมมีความพอใจในการพักโรงแรมอยู่ในระดับพอใจมาก เช่นเดียวกับกับความพอใจในปัจจัยการให้บริการต่าง ๆ ซึ่งมีความพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยที่มีความพอใจมากที่สุดคือปัจจัยด้านอื่น ๆ อันประกอบด้วยทำเลที่ตั้งของโรงแรม บรรยากาศความงดงามของโรงแรม ความสะอาดของโรงแรม เป็นต้น ปัจจัยที่มีความพอใจเป็นอันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานอันประกอบไปด้วยความสุภาพอ่อนโยน ความสะอาด บุคลิกภาพ ส่วนความสามารถทางภาษานั้นเป็นสิ่งที่มีความพึงพอใจ เป็นอันดับสุดท้าย

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจและการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการจากโรงแรม

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ระหว่างเพศ มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 54 ปี เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เช่นเดียวกับระดับการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของโรงแรมที่แตกต่างกัน กลุ่มที่จบปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีความรู้ระดับ



มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวส. ส่วนระดับรายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์หลักและโอกาสกลับมาพักที่โรงแรมนี้อีก ระดับความพึงพอใจไม่มีความแตกต่างกันในทางสถิติที่ระดับ .05

ในการศึกษาปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุดพบว่า การบริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวในห้องพัก

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม พบว่า ปัจจัยการบริการทุกปัจจัย คือ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวการบริการของพนักงาน และปัจจัยอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

- การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการบริการทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ร้อยละ 63.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจคือ ความสะอาดของห้องพัก โทรทัศน์ โทรทัศน์ ความสุภาพอ่อนโยน บุคลิกภาพ สิ่งแวดล้อมบริเวณรอบโรงแรม บรรยากาศ และความงดงามของโรงแรม

- ความคิดเห็นของพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า

จากตัวอย่างที่สัมภาษณ์พบว่าพนักงานส่วนมากเป็นเพศหญิงมีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 34 ปี เป็นพนักงานส่วนหน้าและพนักงานแม่บ้านมากที่สุด มีอายุการทำงานอยู่ระหว่าง 2 - 3 ปี พนักงานส่วนมาก มีความพอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่เพราะเห็นความก้าวหน้าในงานที่ทำอยู่ พนักงานเกือบทั้งหมดได้รับการนิเทศงานจากผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ และได้รับการฝึกอบรมในการพัฒนางานในด้านบริการ พนักงานมีความสามารถทำหน้าที่แทนกันเมื่อคนเดิมไม่สามารถทำหน้าที่ได้ เมื่อเกิดปัญหาลูกค้าไม่พอใจในบริการ พนักงานส่วนใหญ่ปรึกษากับเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 คือ การให้บริการของพนักงาน

- ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงแรม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 12 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการทั่วไปมีอายุการทำงานมากกว่า 6 ปี มีระดับการปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์แนวทางเสริมสร้างความพอใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับพอสมควร โดยกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านคือ

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ
2. การกำหนดกลยุทธ์การบริการ



3. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานบริการด้านต่าง ๆ

4. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการไปประเมิน มีระดับการปฏิบัติเฉลี่ยอยู่ในระดับพอสมควร

• อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยครั้งนี้ลูกค้ามีความพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก ความพอใจนี้เกิดจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน อันได้แก่ ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ ความงดงาม ความสะอาด ความสะดวกสบาย การได้รับบริการที่สุภาพอ่อนโยนจากพนักงานในโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับ จิตตินันท์ เศรษฐบุตร์ (2539 : 38 -39) ที่กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการ มิได้เกิดจากปัจจัยหนึ่งเพียงปัจจัยเดียว แต่มีหลายปัจจัยในแต่ละขั้นตอนของการบริการ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม พบว่าปัจจัยการบริการทุกปัจจัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากผลการทดสอบนี้ ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมควรจะทำให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกันทุกด้าน ตามแนวทางเป้าหมายของงานบริการของ John D. Milliet (1954 : 397-400) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจในการบริการให้แก่ประชาชน โดยมีแนวทาง คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค โดยให้บริการทุกคนเท่าเทียมกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความ

พึงพอใจในบริการของโรงแรมพบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เช่นเดียวกับระดับการศึกษาผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจในบริการของโรงแรมมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำ ความพึงพอใจที่แตกต่างกันนี้อาจเป็นผลมาจากบริการที่คาดหวังของลูกค้าที่แตกต่างกัน ตามแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1985 : 49) ความแตกต่างนี้อาจมีผลมาจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการของโรงแรม ความสุขุม มั่นคงทางอารมณ์ของผู้ใช้ที่มีอายุมากอาจจะคาดหวังในด้านบริการที่จะได้รับต่ำกว่าผู้ที่มีอายุน้อยเช่นเดียวกับระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงอาจคาดหวังด้านบริการไว้ต่ำกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า การศึกษาอาจทำให้มุมมองของผู้ใช้บริการแตกต่างกันออกไป

ผู้ใช้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศมาเพื่อพักผ่อน และประชุมสัมมนา ดังนั้นจึงให้ความสำคัญในเรื่องการบริการของพนักงานมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องอำนวยความสะดวก ส่วนเรื่องสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวในห้องพัก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความสามารถทางภาษาของผู้ให้บริการ การสื่อสารระหว่างผู้รับและผู้ให้บริการมีปัญหาอยู่บ้างเพราะพนักงานส่วนใหญ่มีวุฒิทางการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงควรตระหนักในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการบริการลูกค้าและให้พนักงานทราบความสำคัญของตนเองในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรม คือ ความสะอาดของห้องพัก โทรทัศน์ โทรทัศน์ ความสะดวกสบายของห้องนอน บุคลิกภาพ สิ่งแวดล้อม บริเวณรอบโรงแรม และบรรยากาศ และความงดงามของโรงแรมเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Legoherrel (1998) ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ นั้นจากการศึกษาครั้งนี้ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการวิจัยเปรียบเทียบกับโรงแรมในเขตต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น
2. ควรจะศึกษาในเชิงวิเคราะห์หาผลกระทบจากปัจจัยภายนอกและศึกษาผลของการฝึกอบรม
3. ควรจะมีการศึกษาการแผนเชิงกลยุทธ์ของโรงแรมต่างๆ ในการแข่งขันในสภาวะปัจจุบันด้วย เพื่อจะได้นำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการจัดการในทุก ๆ ด้าน และจัดหลักสูตรในการจัดอบรม

The Factors Affecting the Bangkok Hotel Customer's Satisfaction

บรรณานุกรม

- จิตดินันท์ เดชะคุปต์. "เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ" ในเอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. หน้า 1-43. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 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.
- Legoherrel, 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., Zeithamal, V.A. and Berry, L.L. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research" Journal of Marketing 49 (4) : 41-60 ; 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.

