

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Factors Affecting the Satisfaction of Thai Tourists in Muang District, Chiang Rai Province

พรชนก ชุ่มอินทจักร (Pornchanok Chuminthachak)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ และสามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าต่อไป โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผล เพื่อนำเสนอค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ และทำการตรวจสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test, F-test หรือ One-way ANOVA และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาผลในแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านการสร้าง และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the factors affecting the satisfaction of Thai tourists who used the services of the hotels in Chiang Rai province. The research aimed at studying the factors of consumers' behaviors and factors of service quality affecting the satisfaction of Thai tourists who used the services of the hotels in Chiang Rai province. The results of this research study would be used as guidelines for the people interested in doing business and the hotel entrepreneurs to improve the service process to match the customer needs. The population in this study was 400 Thai tourists in Muang District, Chiang Rai Province, by using Accidental sampling method. The obtained data was done by using a questionnaire. As for data analysis was completed by using the Statistical Package for the Social Sciences as follows; frequency, percentage, mean, standard division for analyzing the general characteristics of the sample group and tested the hypothesis by using the t-test and F-test or One-way ANOVA and multiple regressions at 0.05 of level of significance

The result showed that the satisfaction of hotel service users of Thai tourists in the area of Muang District Chiang Rai province was at the highest level in overall. When considering each aspect sorted in

descending order, it was found that the satisfaction on the service process was at the highest level, followed by personnel, creation and physical characteristics presentation, price, product, distribution and marketing promotion, respectively.

Keywords: The Satisfaction of users, Consumer behavior factors, Service quality factors

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศเมื่อเทียบกับรายได้จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้นำการท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ และสังคม โดยทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยนั้น เป็น “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมไทย โดยตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการพิจารณาและรณรงค์จัดทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการไทยเที่ยวไทย ไทยยั่งยืน โครงการท่องเที่ยววิถีไทย และโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยอื่น ๆ โดยรัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักในการพัฒนาประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ภาคแรงงาน เพื่อช่วยลดความยากจนในหมู่บ้านเรือนที่มีรายได้ต่ำ(อนันต์ วัฒนกุลจรัส,2549) และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ที่แสดงผลลัพธ์ หรือผลสำเร็จออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นบรรทัดฐานในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ (ปาริชาติ หัตถะแสน,2549) โดยจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง หรือช่วยประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกทราบอีกต่อหนึ่ง อันจะเป็นการอำนวยความสะดวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวม

อย่างไรก็ตามยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2556 ได้พบถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยลงในการจองหรือซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง และนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,ออนไลน์,2558) เมื่อข้อจำกัดของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังจากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่ละคนนั้นล้วนมีมาตรฐาน การประเมินเปรียบเทียบที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของแต่ละบุคคลนั้น จึงมีความแตกต่างกันไป ตามความรู้ ประสบการณ์ กระบวนการคิดวิเคราะห์ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

จังหวัดเชียงรายนั้นเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีอาณาเขตติดกับประเทศลาว และประเทศพม่า อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน รวมถึงมีประชากรที่หลากหลายเชื้อชาติ ซึ่งแต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ เป็นเสน่ห์อีกอย่างที่ทำให้เชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมจึงกำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนทำธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ซึ่งมีให้เลือกใช้บริการอย่างหลากหลาย แต่ละที่ล้วนมีลักษณะรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจเข้ามาใช้บริการ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่มีความแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและเลือกใช้บริการ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคตได้ จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจ และเลือกที่จะทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง ความถี่ในการเข้าใช้บริการ วิธีการจองห้องพัก จำนวนวันที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ เป็นกรอบในการวิจัย

ขอบเขตทางด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยคั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างในช่วงเดือนธันวาคม 2561 ถึงเดือนมกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้ง 7 ด้าน
2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในคั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่สนใจทำธุรกิจ และผู้ประกอบการในปัจจุบัน และสามารถนำไปพัฒนา เพื่อปรับปรุงกระบวนการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร หากคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการบริการที่สามารถตอบสนองด้วยดีก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจ เมื่อได้รับการบริการที่ไม่สามารถตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้กับธุรกิจบริการ เป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ โดยจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ ส่วนประสมการตลาดบริการนั้นประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาจากการกระตุ้นทั้งจากปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ค่านิยม ทศนคติและความเชื่อ และจากปัจจัยภายนอก เช่น อิทธิพลบุคคล สังคม และวัฒนธรรม ที่มีต่อการแสวงหาสินค้าหรือบริการโดยผ่านกระบวนการค้นหาข้อมูล การพิจารณาหรือการประเมินผลในสินค้าหรือบริการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่คาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจของตนเองได้

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า หรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยคุณภาพการให้บริการมักกำหนดโดยผู้มาใช้บริการ ในการประเมินคุณภาพมักเป็นไปตามการรับรู้ของผู้รับบริการ หรือผู้บริโภคที่นำมาเปรียบเทียบกับทัศนคติ และความคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการตอบสนองตรงตามความคาดหวังที่ได้กำหนดไว้ก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในที่สุด ซึ่งคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ พนักงาน อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกถึงการได้รับการดูแล ความห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่แนะนำให้เสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้มาใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

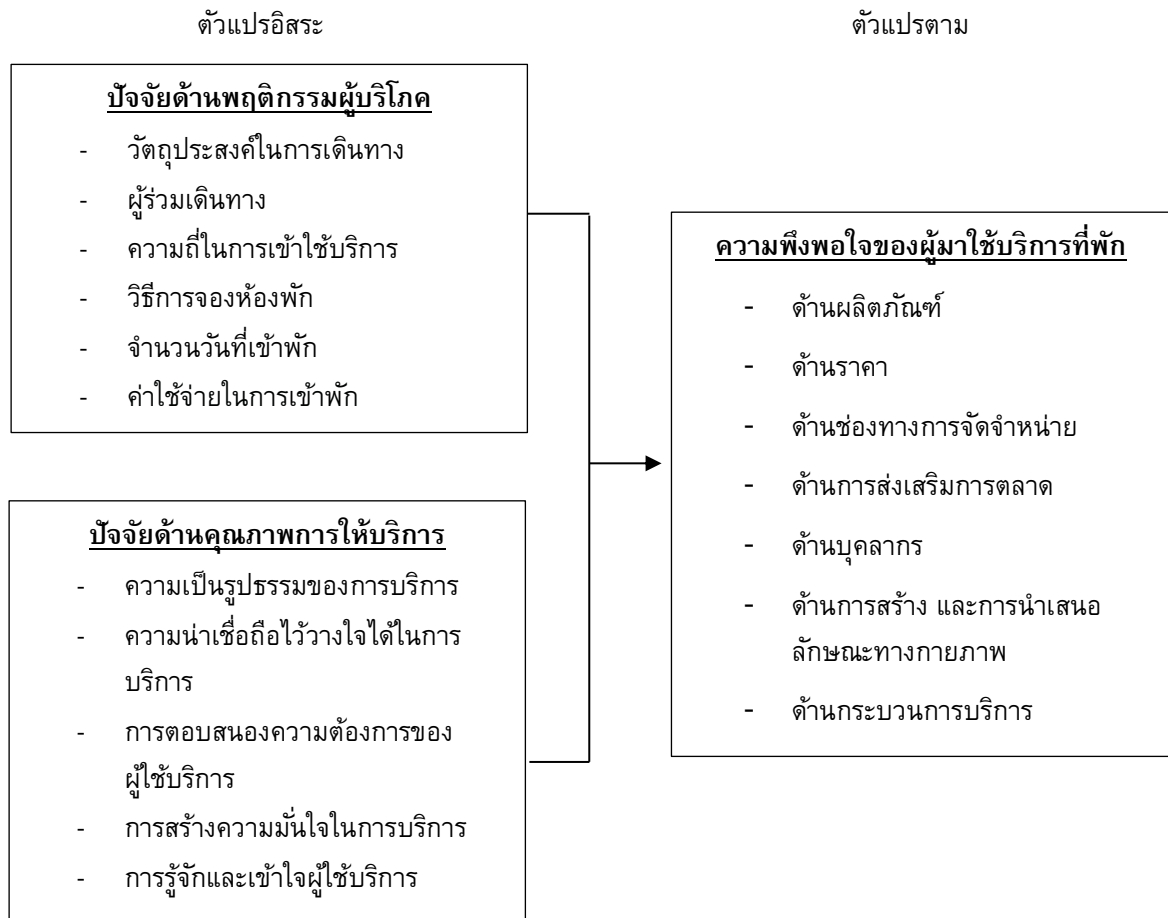
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการให้บริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจ ความเตรียมพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อความต้องการของผู้มารับบริการ ซึ่งผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ

4. การสร้างความมั่นใจในการบริการ (assurance) หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการนั้นจะต้องแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการเห็นถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาและมารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลเพื่อนำเสนอ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard division) และสถิติวิเคราะห์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทำการตรวจสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ F-test หรือ One-way ANOVA และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.0 ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีวุฒิการศึกษาสูงสุดเป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.8 ส่วนใหญ่

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 36.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการมาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน,ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีผู้ร่วมเดินทางคือ ญาติ/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีความถี่ในการเข้าใช้บริการที่พัก 2 – 3 ครั้ง/ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 61.8 มีวิธีการจองห้องพักจากโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีจำนวนวันที่เข้าพัก อยู่ที่ 2 – 3 คืน คนคิดเป็นร้อยละ 52.5 และมีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักอยู่ที่ 501 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการมาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ รองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาผลในแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังที่จะแสดงในตาราง ดังต่อไปนี้

ตาราง 1

ค่าสถิติพรรณนา และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ (n = 400 คน)

ตัวแปร	SSAT	TAN	REL	RES	ASS	EMP
SSAT	1.000					
TAN	.642*	1.000				
REL	.655*	.603*	1.000			
RES	.628*	.557*	.587*	1.000		
ASS	.699*	.565*	.574*	.594*	1.000	
EMP	.677*	.482*	.551*	.462*	.622*	1.000

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ (SSAT) ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TAN) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ(REL) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ(RES) การสร้างความมั่นใจในการบริการ(ASS) และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ(EMP))

ตาราง 2

การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ (n = 400 คน)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.660	5	8.532	166.254	.000*
	Residual	20.220	394	.051		
	Total	62.880	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแสดงค่านับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ มีปัจจัยอิสระ คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีค่า Sig เท่ากับ .000 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

ตาราง 3

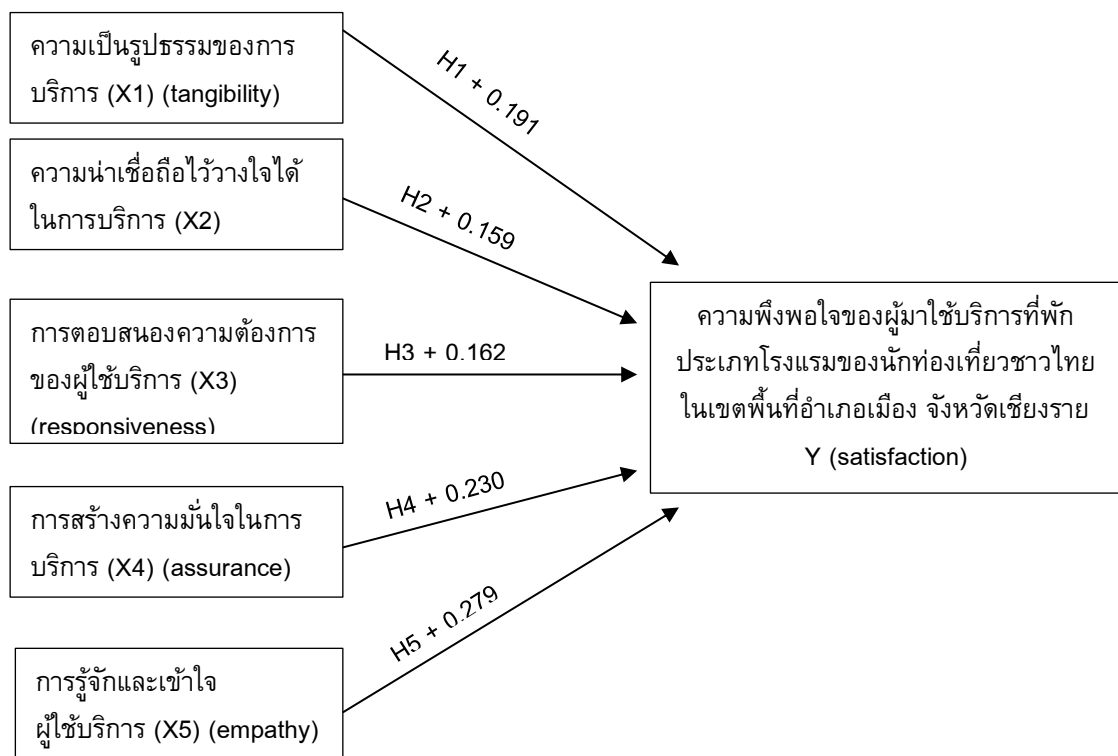
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (n = 400 คน)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม	B	SEE	Beta	t	Sig
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X1)	.146	.030	.191	4.900	.000*
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (X2)	.128	.033	.159	3.878	.000*
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (X3)	.128	.031	.162	4.144	.000*
4. การสร้างความมั่นใจในการบริการ (X4)	.199	.037	.230	5.448	.000*
5. การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ (X5)	.210	.029	.279	7.272	.000*

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 R = 0.824, R² = 0.678, Adjusted R² = 0.674, SEE = 0.226, F = 166.254, Sig = 0.000

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.824 และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 67.8 (R² = 0.678)

สามารถแสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามได้ ดังนี้



แผนภาพ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแค่เพศเท่านั้นที่มีความแตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบ T-test พบว่ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะเพศหญิงนั้นมีความละเอียดอ่อน และมีความละเอียดรอบคอบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมมากกว่าเพศชาย จึงส่งผลทำให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันปัจจัยส่วนบุคคลไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้บริการโรงแรม อีกทั้งสังคมไทยนั้นเป็นแบบประชาธิปไตยที่ให้สิทธิเสรีภาพกับทุกคนให้สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม โดยไม่มีอภิสิทธิ์เหนือกว่ากันในด้านของการดำรงชีวิต และการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายก็เช่นกัน ผู้มาใช้บริการทุกคน ไม่ว่าจะ มีเพศหญิงหรือเพศชาย อายุมากหรือน้อย สถานภาพเป็นอย่างไร จบการศึกษาสูงขนาดไหน หรือประกอบอาชีพอะไร ได้รับเงินเดือนมากหรือน้อยก็ตาม ควรจะได้รับการบริการจากโรงแรมอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นปัจจัยส่วนบุคคลจึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมไม่แตกต่างกัน สามารถแยกเป็นรายด้านได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง วิธีการจองห้องพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ผู้ร่วม

เดินทาง วิธีการจองห้องพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่แตกต่างล้วนเป็นสิ่งที่คุณค่าต้องการส่วนบุคคล และพอใจที่จะกระทำ ดังนั้นพฤติกรรมเหล่านี้จึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรม

ความถี่ในการเข้าใช้บริการ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบ One way ANOVA พบว่ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่เคยมาใช้บริการห้องพักประเภทโรงแรม อย่างน้อย 1 ครั้ง/ต่อปี เกิดความพึงพอใจแล้วกลับมาใช้บริการซ้ำ

จำนวนวันที่เข้าพักที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบ One way ANOVA พบว่ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกัน เนื่องจากผู้มาใช้บริการอย่างน้อย 1 คืน ไปจนถึง 5 คืน เมื่อมีจำนวนวันที่เข้าพักเพิ่มขึ้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่คงที่ เช่น คืนที่ 1 ได้รับความพึงพอใจมาก เนื่องจากได้รับการบริการที่ตรงตามที่คาดหวังไว้ จึงพักต่อ แต่คืนที่ 2 คืนที่ 3 กลับได้รับการบริการที่แยกลง หรือไม่เหมือนอย่างที่เคยได้รับในคืนแรก ความพึงพอใจอาจลดลง ในทางตรงกันข้ามหากคืนแรกได้รับการบริการไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้ความพึงพอใจอาจไม่เกิดขึ้นเลยก็ได้ หรือในกรณีที่มีความพึงพอใจสูงตั้งแต่คืนแรกไปจนถึงคืนสุดท้ายที่เข้าพัก ในอนาคตลูกค้าอาจกลับมาใช้บริการซ้ำได้

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณไช้ กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจ และความภักดีของผู้เข้ารับบริการ โดยเฉพาะคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองที่รวดเร็วจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของคณไช้ที่ได้รับบริการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข (2558) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ในธุรกิจการท่องเที่ยวยแบบพ้านักระยะยาวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้ รองลงมาคือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้นมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างมาตรฐานในการบริการ และมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดการบริการอย่างมีคุณภาพ และเพื่อให้ลูกค้ที่เข้ามาใช้บริการนั้นเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากว่าเป็นปัจจัยที่แสดงถึงความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักรประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อยู่ในลำดับท้ายสุด จึงควรมีการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจที่มากขึ้น เช่น การลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่พักตามช่องทางต่าง ๆ หรือการให้ส่วนลด ให้ของที่ระลึกแก่ลูกค้ เพื่อให้ลูกค้เกิดความประทับใจ และพึงพอใจจนรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

2. ด้านการสร้างเชื่อมั่นในการบริการ ควรมีการพัฒนาพนักงาน อบรมและสร้างมาตรฐานในการบริการ เพื่อให้ลูกค้เกิดความประทับใจ เนื่องจากพนักงานเป็นบุคคลที่มีหน้าทีติดต่อกับลูกค้ และทราบถึงความตรงการของ

ลูกค้าโดยตรง ซึ่งการที่พนักงานมีความรู้ มีความเข้าใจ มีทักษะที่พร้อมให้บริการ จะส่งผลทำให้พนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ และสามารถสร้างความมั่นใจในระหว่างการเข้าพักจนเกิดเป็นความพึงพอใจได้

3. ผู้ประกอบการที่พักประเภทโรงแรม ควรทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายอยู่เสมอ เพราะความต้องการของลูกค้านั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาจึงควรมีการศึกษา และพัฒนาตนเอง รวมถึงพัฒนาธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และเกิดความพึงพอใจสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ส่งเสริมให้การสนับสนุน คอยให้กำลังใจจนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้นำไปใช้ในการศึกษา และค้นคว้าการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ทวีพันธ์ ,แววมยุรา คำสุข. (2558). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลป ศาสตรร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, พิษณุโลก.

กระปุกดอทคอม. (2556). *จังหวัดเชียงราย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2561. จาก

<https://travel.kapook.com/view72100.html>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558-2560). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2556*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.mots.go.th>.

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ ,ปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปาริชาติ หัตถะแสน. (2549). *ความคาดหวังและการรับรู้จริงของผู้ซื้อที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัทเอ็นซีเฮ้าส์ซึ่งจำกัด(มหาชน)*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อนันต์ วัฒนกุลจรัส. (2549). *มุ่งสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย*. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ:สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.