



กรองทอง อัมวงษ์. (2548). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา. คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี,
นายนิรันดร์ สร้อยทอง.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้
บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับความ
พึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมของ
ลูกค้าที่ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำนวน 335 คน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วย t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นหมู่คณะฯ ละ 2-4 คน ใช้บริการห้องพัก
ราคาต่ำกว่า 900 บาท และใช้บริการห้องพักแบบเตียงคู่ มีการจองห้องพักล่วงหน้า ระยะเวลาเข้า
พักต่อครั้งระหว่าง 1-2 คืน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรมระหว่าง 1-2 ครั้งต่อปี ได้ข้อมูลการ
บริการห้องพักจากใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ ผู้ใช้บริการตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกเข้าพัก
โรงแรม
2. ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในระดับมาก
ส่วนด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับ
ข้อมูลของโรงแรม มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง
3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ลูกค้ามีระดับความ
พึงพอใจต่อการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/
ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของโรงแรมแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อด้าน

การบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของ โรงแรมแตกต่างกัน ภูมิถำเนาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของโรงแรมแตกต่างกัน

4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม จำแนกตามพฤติกรรมของ ลูกค้าที่ใช้บริการ พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ แตกต่างกัน การเลือกชื่อโรงแรมเข้าพักแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของ โรงแรมแตกต่างกัน ความถี่ในการเข้าพักโรงแรมแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของโรงแรมแตกต่างกัน



Krongtong Amwong. (2005). **Service Use Behaviors and Satisfaction of Customers Using Services of Hotels in Phranakhon Si Ayutthaya Province.** Master's Thesis of Business Administration Degree. (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya : Graduate School, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor Committee : Assoc. Prof. Dr. Aphinant Chantanee and Mr. Niran Soitong.

ABSTRACT

The study "Service Use Behaviors and Satisfaction of Customers Using Services of Hotels in Phranakhon Si Ayutthaya Province" aims to 1) study the behaviors of the customers using the hotel services in Phranakhon Si Ayutthaya, 2) study satisfaction levels of the customers who used the hotel services, 3) compare the satisfaction level of the customers who used the hotel services by the personal factors, and 4) compare satisfaction levels of customers who used the hotel services by the behaviors of the customers in using the service. The sample group was from 335 customers who used the hotel services in Phranakhon Si Ayutthaya province. The research instrument was questionnaire and statistical analysis was SPSS, frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation and differences were compared by T-test and F-test.

The results are as follows:

1. The customers used the hotel services in groups about 2-4 persons with twin room prices lower than 900 bath. The rooms were reserved in advance for one to Two nights. They used the services once or twice a year. Hotel information was received from leaflets. The service users decided to use the hotel services by themselves.

2. Most customers' satisfaction to the hotel services was at the high level, but it was a moderate level toward hotel location, marketing promotion and media/information channels.

3. When comparing the satisfaction level of the customers who used the hotel services according to personal factors, education levels and different income earnings, it was found differences in satisfaction towards services, hotel prices, hotel location marketing promotion, media and in formation channels. Differences in occupations showed differences in satisfaction towards hotel services, hotel location, marketing promotion, and media/information channels.



Differences in hometowns showed differences in satisfaction towards marketing promotion, and media/information channels.

4. When comparing the satisfaction level of the customers according to hotel service using behavior, it was found that differences in number in groups of customers showed differences in satisfaction toward hotel services. Differences in choosing the hotel names showed differences in satisfaction towards hotels services, prices, hotel location, marketing promotion and media/information channels. Differences in frequency of using the hotel services showed differences in satisfaction toward the hotel services, and media/information channel.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยการให้คำปรึกษาของท่านรองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คุณนิรันดร์ สร้อยทอง กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.จิรภา แสนเกษม กรรมการบริหารหลักสูตร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ประเสริฐศรี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้คำแนะนำในการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลมาช่วยเสริมให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงต้องขอขอบคุณท่านที่ปรึกษาและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเป็นอย่างสูง

ในการนี้ต้องขอขอบคุณญาติ และเพื่อนร่วมงานที่คอยให้กำลังใจอยู่เสมอ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี หากประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ ขอให้เป็นเครื่องบูชาความดีของผู้มีพระคุณทุกท่าน

กรองทอง อัมวงษ์