



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครตามความคิดเห็นของผู้บริหาร 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ตอนที่ 8 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 9 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ตอนที่ 10 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ตอนที่ 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ตอนที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจ
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
χ^2	แทน	ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple R)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ (Multiple R^2)
Adj. R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square)
R^2 Change	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระในสมการถดถอย
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficients)
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Coefficients)
S.E	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Standard Error of Estimate)
Constant(a)	แทน	ค่าคงที่
***	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

128

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในโรงแรมปัจจุบัน ประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม ผลการวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่และร้อยละ แสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	10	100.00
ตำแหน่ง		
ผู้จัดการทั่วไป	2	20.00
ผู้อำนวยการฝ่าย	4	40.00
ผู้จัดการแผนก	4	40.00
เพศ		
ชาย	9	90.00
หญิง	1	10.00
ระดับการศึกษา		
ระดับปริญญาตรี	4	40.00
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	6	60.00
ประสบการณ์การทำงานในโรงแรมปัจจุบัน		
1 – 2 ปี	1	10.00
3 – 4 ปี	2	20.00
5 – 6 ปี	1	10.00
7 ปีขึ้นไป	6	60.00



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

129

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	10	100.00
ประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม		
ต่ำกว่า 10 ปี	1	10.00
10 – 20 ปี	2	20.00
21 – 30 ปี	5	50.00
30 ปีขึ้นไป	2	20.00

จากตาราง 2 ผู้บริหารส่วนใหญ่มีตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายและผู้จัดการแผนก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 เพศชาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 การศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีประสบการณ์ทำงานในโรงแรมที่ปัจจุบัน 7 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และมีประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม 21 – 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00



ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร ด้านการบังคับบัญชาพนักงาน ด้านการประสานงานพนักงาน และด้านการควบคุมคุณภาพ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ปรากฏดังต่อไปนี้

1. ด้านการวางแผน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงแรมทั้ง 10 แห่ง พบว่า จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่ผ่านมา รวมถึงปัญหาทางการเมืองจากการที่กลุ่มผู้ชุมนุมประท้วงเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และจากการประกาศภาวะฉุกเฉิน ทำให้บางประเทศไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย และลูกค้าของ ธุรกิจโรงแรมจะมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้มีการยกเลิกการจองห้องพัก ลูกค้ามีปริมาณ ลดลง ทำให้รายได้ลดต่ำลงไปด้วย ส่งผลให้โรงแรมได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ผู้บริหารจึงต้อง มีการจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจโรงแรมอย่างเร่งด่วน โดยปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรให้มี ประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการต่างๆให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ควบคุม ค่าใช้จ่ายของโรงแรม โดยการลดค่าใช้จ่ายต่างๆของโรงแรมทั้งค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายแปรผัน ลดผลตอบแทนของพนักงานหรือการเลิกจ้างพนักงานรายวัน/รายเดือน ในช่วงที่มีอัตราการจอง ห้องพักรั่ว และมีการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงเข้าร่วมด้วย โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ เองได้ เช่น การปลูกผักสวนครัวที่สามารถนำมาใช้ประกอบอาหารให้กับพนักงานทานได้ การวาง ระบบการตลาดและการขายใหม่ โดยเน้นตลาดลูกค้าใหม่ ทั้งภาครัฐ เอกชน และบริษัททัวร์ โดย เน้นการตลาดภายในเพิ่มมากขึ้นซึ่งปัญหาหลักอีกประการคือภาวะการแข่งขันจากคู่แข่งที่เกิดขึ้น จำนวนมาก ผู้บริหารจึงต้องมีการดำเนินแผนการตลาดในเชิงรุก รวมทั้งหาตลาดใหม่ ขณะเดียวกัน ก็ปรับปรุงมาตรฐานการบริการให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการให้บริการด้วยใจและทำให้ลูกค้าพอใจ และประทับใจมากที่สุด มีการเสนอทางเลือกให้กับลูกค้า รวมถึงการจัดฝึกอบรมพนักงานอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการจัดการองค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงแรมทั้ง 10 แห่ง พบว่า การจัดโครงสร้างองค์กรเป็นปัจจัย หลักในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารจะมีการกำหนด จุดประสงค์ เป้าหมายแต่ละแผนกและวางนโยบายไว้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนก มีการ กำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน ในแต่ละระดับไว้อย่างชัดเจน มีการ จัดฝึกอบรม เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากร และเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพและเพื่อ ความก้าวหน้าของพนักงานและองค์กร รวมถึงมีการตรวจสอบ ประเมินผลของพนักงานตลอดเวลา



ซึ่งการจัดโครงสร้างการทำงานในแต่ละแผนกดังกล่าวจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรต้องเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร และอยู่ในขอบเขตของนโยบายองค์กร ซึ่งมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้แต่ละแผนกมีการทำงานที่สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างเป็นระบบ โดยการวางแนวทางปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน และมีการประชุมระหว่างแผนกงานเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกัน พร้อมกับปรับปรุงการทำงานที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านการบังคับบัญชาพนักงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมทั้ง 10 แห่ง พบว่า การสั่งการในลักษณะให้กำลังใจพนักงานและให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยให้ความสำคัญกับพนักงานในตำแหน่งต่างๆ เพื่อให้เขาภูมิใจในหน้าที่ ถือเป็นการจูงใจพนักงานให้สามารถปฏิบัติตามคำสั่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการเอาใจใส่ดูแลพนักงานด้วยความเสมอภาค ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะพนักงานจะได้ขวัญและกำลังใจในการทำงานเป็นทีม และจะทำให้ผลงานมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางการบังคับบัญชาบุคลากรภายในองค์กร ผู้บังคับบัญชาจะต้องอธิบายให้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของงานที่มอบหมายทุกครั้ง รวมทั้งแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความเต็มใจ รวมถึงมีการนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานมาปรับใช้กับธุรกิจโรงแรม เนื่องจากพนักงานเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความคิดเห็นจึงเป็นประโยชน์ต่อพนักงานด้วยกัน และต่อองค์กรด้วย

4. ด้านการประสานงานพนักงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมทั้ง 10 แห่ง พบว่า ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการประสานงานกับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดให้มีการประชุมโดยมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อเจรจา ระหว่างแผนกงานต่างๆและร่วมแสดงความคิดเห็น บอกถึงปัญหาที่เกิดขึ้น วิธีการแก้ไข โดยมีจุดประสงค์ที่เหมือนกัน เพื่อที่แผนกต่างๆจะได้มีทัศนคติหรือมุมมองที่เหมือนกัน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกัน ซึ่งผู้บริหารหรือหัวหน้าในแต่ละแผนกจะต้องอธิบายนโยบายขององค์กรให้กับพนักงานภายในองค์กรทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีแนวคิดที่เหมือนกัน รวมถึงการจัดอบรมให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการสื่อสารสองทางเพื่อให้การทำงานมีความเชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการประสานงานกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ธุรกิจโรงแรมอื่นก็ถือเป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจร่วมกัน จึงต้องมีการติดต่อประสานงานกับผู้บริหาร โรงแรมอื่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานและสามารถพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้



5. ด้านการควบคุมคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงแรมทั้ง 10 แห่ง พบว่า จากโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ โรงแรม ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการตั้งเป้าหมายการดำเนินงานไว้ เพื่อให้พนักงานทุกท่านทราบและปฏิบัติตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งหากเกิดปัญหาขึ้นผู้บริหารจะมีการประชุมโดยเร่งด่วน เพื่อหาสาเหตุหรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น แล้วจึงหาแนวทางการแก้ไขและปรับปรุงให้มากขึ้น โดยกำหนดให้เป็นแนวทางปฏิบัติ สำหรับการตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานจะใช้แบบการประเมิน ซึ่งประเมินจากผลงานในเชิงปฏิบัติว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ตามโครงสร้างหรือไม่ ซึ่งการดำเนินงานตามโครงสร้างที่ได้กำหนดไว้จะมีการวัดความสำเร็จจากการประกอบธุรกิจ โดยการดูจากผลการดำเนินงาน โรงแรมในแต่ละเดือน ว่าเป็นไปตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ และจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร เพื่อเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่พักอาศัยปัจจุบัน และประเภทของลูกค้า ผลการวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่และร้อยละ แสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
เพศ		
ชาย	324	81.00
หญิง	76	19.00



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

133

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	50	12.50
26 – 30 ปี	107	26.70
31 – 35 ปี	137	34.30
36 ปีขึ้นไป	106	26.50
ระดับการศึกษา		
อนุปริญญา/ปวส.	119	29.70
ปริญญาตรี	268	67.00
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.30
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	114	36.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	22	5.50
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	234	58.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	74	18.50
20,000 – 40,000 บาท	167	41.70
40,001 – 60,000 บาท	99	24.80
60,001 บาทขึ้นไป	60	15.00
สถานภาพสมรส	257	64.30
โสด	141	35.20
สมรส	2	0.50
อย่าร้าง/หม้าย		



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

134

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
ที่พักอาศัยปัจจุบัน		
กรุงเทพมหานคร	321	80.30
ภาคกลางที่ไม่ใช่กรุงเทพ	6	1.50
ภาคเหนือ	19	4.60
ภาคใต้	21	5.30
ภาคตะวันออก	29	7.30
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	0.50
ภาคตะวันตก	2	0.50
ประเภทของลูกค้า		
นักท่องเที่ยว	188	47.00
ธุรกิจ/องค์กร	212	53.00

จากตาราง 3 ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมี
หมด 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 อายุ
31 – 35 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน
คิดเป็นร้อยละ 67.00 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 สถานภาพ
สมรส จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ที่พักอาศัยปัจจุบัน คือ กรุงเทพมหานคร จำนวน 321
คน คิดเป็นร้อยละ 80.30 และประเภทของลูกค้าเป็นธุรกิจ/องค์กร จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ
53.00



ตอนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ลักษณะการจองห้องพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ แสดงรายละเอียดในตาราง 4 – 12

ตาราง 4 ค่าความถี่ และร้อยละของวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	151	37.80
2. เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	64	16.00
3. เพื่อเยี่ยมญาติ	2	0.50
4. เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	108	27.00
5. เพื่อประชุมสัมมนา	75	18.70

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 เพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และน้อยที่สุดคือเพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

136

ตาราง 5 ค่าความถี่ และร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. เดินทางมาคนเดียว	348	87.00
2. เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 – 4 คน	52	13.00

จากตาราง 5 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรม ในเขต กรุงเทพมหานคร เดินทางมาคนเดียว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2 – 4 คน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตาราง 6 ค่าความถี่ และร้อยละของราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ราคาห้องพักที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	3	0.70
2. 1,000 – 1,500 บาท	84	21.00
3. 1,501 – 2,000 บาท	255	63.80
4. 2,001 – 2,500 บาท	58	14.50

จากตาราง 6 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรม ในเขต กรุงเทพมหานคร มีอัตราราคาห้องพักที่ใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 รองลงมาคือ ราคา 1,000 – 1,500 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และน้อยที่สุดคือราคา ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

137

ตาราง 7 ค่าความถี่ และร้อยละของห้องพักที่ใช้บริการ

ห้องพักที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. ห้องพักเตียงคู่	112	28.00
2. ห้องพักเตียงเดี่ยว	288	72.00

จากตาราง 7 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้บริการห้องพักเตียงเดี่ยว จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 และใช้บริการห้องพักเตียงคู่ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00

ตาราง 8 ค่าความถี่ และร้อยละของการจองห้องพัก

การจองห้องพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. จอง	371	92.70
2. ไม่จอง	29	7.30

จากตาราง 8 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีการจองห้องก่อนเข้าพัก จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.70 และไม่มี การจองก่อนเข้าพัก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

138

ตาราง 9 ค่าความถี่ และร้อยละของระยะเวลาในการเข้าพัก

ระยะเวลาในการเข้าพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. 1 - 2 คืน	275	68.70
2. 3 - 4 คืน	99	24.70
3. 5 - 6 คืน	19	4.80
4. 7 คืนขึ้นไป	7	1.80

จากตาราง 9 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรม ในเขต กรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 - 2 คืน จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.70 รองลงมาคือ 3 - 4 คืน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 และน้อยที่สุด คือ 7 คืนขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ตาราง 10 ค่าความถี่ และร้อยละของความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. 1 - 2 ครั้งต่อปี	360	90.00
2. 3 - 4 ครั้งต่อปี	30	7.50
3. 5 - 6 ครั้งต่อปี	10	2.50

จากตาราง 10 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการ โรงแรม ในเขต กรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 - 2 ครั้งต่อปี จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

139

90.00 รองลงมาคือ 3 – 4 ครั้งต่อปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และน้อยที่สุด คือ 5 – 6 ครั้งต่อปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 11 ค่าความถี่ และร้อยละของผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	184	46.00
2. ผู้ร่วมเดินทาง	5	1.30
3. บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	173	43.20
4. บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	38	9.50

จากตาราง 11 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ตัดสินใจเข้าพักเอง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 และน้อยที่สุดคือผู้ร่วมเดินทางเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกโรงแรมที่พัก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

ตาราง 12 ค่าความถี่ และร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.00
1. สะดวกในการเดินทาง	94	23.50
2. ราคาเหมาะสม	236	59.00
3. ความประทับใจในการให้บริการ	2	0.50
4. ชื่อเสียงของโรงแรม	68	17.00



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 12 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากราคาเหมาะสม จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ สะดวกในการเดินทาง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และน้อยที่สุดคือ ความประทับใจในการให้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำ/จูงใจลูกค้า และการควบคุมคุณภาพ การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงรายละเอียดในตาราง 13 – 17

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการสำรวจปัญหาและความต้องการของลูกค้า	4.60	0.50	มากที่สุด
2. มีการวางแผนการบริการในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเสมอ	4.12	0.32	มาก
3. มีการนำเสนอบริการใหม่ๆที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.11	0.31	มาก
4. การบริการมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว	4.28	0.45	มากที่สุด
5. มีการนำความคิดเห็นของลูกค้าไปปรับปรุงแก้ไข	4.56	0.50	มากที่สุด
โดยรวม	4.33	0.20	มากที่สุด

จากตาราง 13 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวางแผน โดยรวมลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$ และ S.D. = 0.20) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการสำรวจปัญหาและความ



ต้องการของลูกค้า การบริการมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว และมีการนำความคิดเห็นของลูกค้าไปปรับปรุงแก้ไข ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด สำหรับการวางแผนการบริการในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเสมอ และมีการนำเสนอบริการใหม่ๆที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมาก

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดองค์กร

ด้านการจัดองค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การจัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม	4.77	0.42	มากที่สุด
2. มีการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการลูกค้า	4.34	0.48	มากที่สุด
3. การจัดพนักงานเพื่อให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการให้บริการของทางโรงแรม	4.21	0.42	มากที่สุด
4. การจัดสถานที่ในการให้บริการเป็นสัดส่วน เช่น ห้องคาราโอเกะ ห้องน้ำ สปา เป็นต้น	4.39	0.49	มากที่สุด
5. รูปแบบเอกสารการลงทะเบียนเข้าใจง่าย	4.71	0.45	มากที่สุด
โดยรวม	4.48	0.26	มากที่สุด

จากตาราง 14 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดองค์กร โดยรวมลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$ และ S.D. = 0.26) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม มีการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการลูกค้า การจัดพนักงานเพื่อให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการให้บริการของทางโรงแรม การจัดสถานที่ในการให้บริการเป็นสัดส่วน เช่น ห้องคาราโอเกะ ห้องน้ำ สปา เป็นต้น และรูปแบบเอกสารการลงทะเบียนเข้าใจง่าย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

142

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า

ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว	4.51	0.51	มากที่สุด
2. ได้รับความสะดวกในกรณีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ ครัน	4.24	0.43	มากที่สุด
3. สามารถติดต่อ/สอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่คนแมกขวได้	4.14	0.35	มาก
4. การให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม/อ่อนน้อมและสามารถ ตอบคำถามได้อย่างชัดเจน	4.30	0.46	มากที่สุด
5. มีความเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้ อย่างรวดเร็ว	4.54	0.50	มากที่สุด
โดยรวม	4.35	0.26	มากที่สุด

จากตาราง 15 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า โดยรวมลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$ และ S.D. = 0.26) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีระดับความ
คิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ได้รับความสะดวก
ในกรณีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบครัน การให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม/อ่อนน้อมและสามารถ
ตอบคำถามได้อย่างชัดเจน และมีความเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
ยกเว้น สามารถติดต่อ/สอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่คนแมกขวได้ ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการควบคุมคุณภาพ

ด้านการควบคุมคุณภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ได้รับการดูแลอย่างมากจากพนักงานที่ให้บริการ	4.81	0.40	มากที่สุด
2. ระยะเวลาในการใช้บริการถูกต้องตามหลักเกณฑ์ทั่วไป	4.38	0.49	มากที่สุด
3. มีการรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินส่วนตัวที่มีค่า	4.16	0.37	มาก
4. คำแนะนำ/ชี้แจง มั่นใจได้ว่าถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.27	0.45	มากที่สุด
5. มีการบันทึกข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า เพื่อใช้ในการ แจ้งข่าวสารของทางโรงแรมให้ลูกค้าทราบ และสามารถเก็บ เป็นความลับ	4.57	0.50	มากที่สุด
โดยรวม	4.44	0.25	มากที่สุด

จากตาราง 16 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมลูกค้ามีระดับความคิดเห็นใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$ และ S.D. = 0.25) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความ
คิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับการดูแลอย่างมากจากพนักงานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการ
ใช้บริการถูกต้องตามหลักเกณฑ์ทั่วไป คำแนะนำ/ชี้แจง มั่นใจได้ว่าถูกต้อง น่าเชื่อถือ และมีการ
บันทึกข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า เพื่อใช้ในการแจ้งข่าวสารของทางโรงแรมให้ลูกค้าทราบ และ
สามารถเก็บเป็นความลับ ยกเว้น มีการรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินส่วนตัวที่มีค่า ลูกค้ามี
ความคิดเห็นในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

144

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

ภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการวางแผน	4.33	0.20	มากที่สุด
2. ด้านการจัดองค์กร	4.49	0.26	มากที่สุด
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	4.35	0.26	มากที่สุด
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	4.44	0.25	มากที่สุด
รวม	4.40	0.20	มากที่สุด

จากตาราง 17 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$ และ
S.D. = 0.20) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ
ลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด



ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงรายละเอียดในตาราง 18 – 25

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การจัดเตรียมสิ่งที่ลูกค้าต้องการในการเข้าพักหรือการใช้ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม/สัมมนา	4.83	0.38	มากที่สุด
2. ระบบการลงทะเบียนเข้าห้องพักที่รวดเร็ว	4.24	0.43	มากที่สุด
3. มีพนักงานเดินกระเป่าถึงห้องพักภายใน 5 นาที	4.04	0.42	มาก
4. บริการแนะนำร้านอาหาร สปา นวดตัว รวมถึงกิจกรรมพิเศษที่โรงแรมจัดให้	4.28	0.45	มากที่สุด
5. การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.63	0.48	มากที่สุด
โดยรวม	4.40	0.23	มากที่สุด

จากตาราง 18 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการ โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.40 และ S.D. = 0.23) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดเตรียมสิ่งที่ลูกค้าต้องการในการเข้าพักหรือการใช้ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม/สัมมนา ระบบการลงทะเบียนเข้าห้องพักที่รวดเร็ว บริการแนะนำร้านอาหาร สปา นวดตัว รวมถึงกิจกรรมพิเศษที่โรงแรมจัดให้ และการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ยกเว้น มีพนักงานเดินกระเป่าถึงห้องพักภายใน 5 นาที ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

146

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ราคาห้องพักเหมาะสมกับสภาพของโรงแรม	4.84	0.37	มากที่สุด
2. ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่บริการในห้องพัก	4.59	0.50	มากที่สุด
3. การให้ส่วนลดพิเศษในบริการด้านอื่นๆ	4.42	0.49	มากที่สุด
4. ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการซักรีด อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	4.23	0.44	มากที่สุด
5. คิดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับการบริการ	4.59	0.49	มากที่สุด
โดยรวม	4.53	0.25	มากที่สุด

จากตาราง 19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$ และ
S.D. = 0.25) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่
ราคาห้องพักเหมาะสมกับสภาพของโรงแรม ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่บริการในห้องพัก การให้
ส่วนลดพิเศษในบริการด้านอื่นๆ ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการซักรีด อินเทอร์เน็ต
ฯลฯ และคิดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับการบริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

147

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจศูนย์กลางการค้า	4.55	0.66	มากที่สุด
2. ป้ายชื่อและสัญลักษณ์แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	4.37	0.51	มากที่สุด
3. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	4.24	0.79	มากที่สุด
4. สถานที่ตั้งโรงแรมหาง่าย อยู่ติดถนนสายหลัก เข้าออกได้ หลายทาง การคมนาคมไปมาสะดวก	4.78	0.42	มากที่สุด
5. สถานที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก และปลอดภัย	4.12	0.34	มาก
โดยรวม	4.41	0.36	มากที่สุด

จากตาราง 20 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.41
และ S.D. = 0.36) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ได้แก่ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจศูนย์กลางการค้า ป้ายชื่อและสัญลักษณ์แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ใกล้สถานที่
ท่องเที่ยว และ สถานที่ตั้งโรงแรมหาง่าย อยู่ติดถนนสายหลัก เข้าออกได้หลายทาง การคมนาคมไป
มาสะดวก ยกเว้น สถานที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก และปลอดภัย ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับ
มาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

148

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ระบบเครือข่ายการจองเพื่อความสะดวกรวดเร็ว	4.60	0.50	มากที่สุด
2. การจัดรายการพิเศษเช่น เทศกาลอาหาร	4.40	0.50	มากที่สุด
3. การให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของทางโรงแรมที่ จัดขึ้น	4.19	0.40	มาก
4. มีจดหมายขอบคุณ หรือส่ง SMS ขอบคุณลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง	3.89	0.46	มาก
5. มีการติดต่อ ติดตาม แจ้งกิจกรรม งานเทศกาลพิเศษ ที่ทาง โรงแรมจัดขึ้น	4.44	0.50	มากที่สุด
โดยรวม	4.30	0.27	มากที่สุด

จากตาราง 21 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด
(\bar{X} = 4.30 และ S.D. = 0.27) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ระบบเครือข่ายการจองเพื่อความ
สะดวกรวดเร็ว การจัดรายการพิเศษเช่น เทศกาลอาหาร และมีการติดต่อ ติดตาม แจ้งกิจกรรม งาน
เทศกาลพิเศษ ที่ทางโรงแรมจัดขึ้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับ การให้ลูกค้า
ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของทางโรงแรมที่จัดขึ้น และมีจดหมายขอบคุณ หรือส่ง SMS ขอบคุณ
ลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

149

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน/บุคลากร

ด้านพนักงาน/บุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.78	0.42	มากที่สุด
2. พนักงานสามารถให้ข้อมูล และคำแนะนำได้อย่างชัดเจน	4.65	0.48	มากที่สุด
3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันที	4.51	0.51	มากที่สุด
4. พนักงานโรงแรมมีกริยามารยาทในการให้บริการและ อำนวยความสะดวกให้กับท่านเป็นอย่างมาก	4.14	0.36	มาก
5. พนักงานมีความเอาใจใส่ในการติดตามข้อมูลของลูกค้า ขอรับบริการได้อย่างรวดเร็ว	4.41	0.50	มากที่สุด
โดยรวม	4.49	0.27	มากที่สุด

จากตาราง 22 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน/บุคลากร โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (\bar{X}
= 4.49 และ S.D. = 0.27) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ
ให้บริการ พนักงานสามารถให้ข้อมูล และคำแนะนำได้อย่างชัดเจน พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา
เฉพาะหน้าได้อย่างทันที และพนักงานมีความเอาใจใส่ในการติดตามข้อมูลของลูกค้าขอรับบริการได้
อย่างรวดเร็ว ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับพนักงาน โรงแรมมีกริยามารยาทใน
การให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับท่านเป็นอย่างมาก ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

150

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความพร้อมในการให้บริการ เช่น การจัดฝึกอบรม พนักงานเพื่อให้บริการลูกค้า การจัดห้องพัก ห้องประชุม/ สัมมนา ฯลฯ	4.67	0.47	มากที่สุด
2. มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็วและตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	4.15	0.37	มาก
3. มีขั้นตอนการเข้าจองห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา	4.49	0.51	มากที่สุด
4. ขั้นตอนแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าที่รวดเร็วและทัน ต่อเหตุการณ์	4.72	0.45	มากที่สุด
5. ความชัดเจน เข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการ	4.13	0.34	มาก
โดยรวม	4.44	0.22	มากที่สุด

จากตาราง 23 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
(\bar{X} = 4.44 และ S.D. = 0.22) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ความพร้อมในการให้บริการ เช่น
การจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้า การจัดห้องพัก ห้องประชุม/สัมมนา ฯลฯ มีขั้นตอน
การเข้าจองห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา และขั้นตอนแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าที่รวดเร็วและ
ทันต่อเหตุการณ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สำหรับ มีขั้นตอนการให้บริการที่
รวดเร็วและตรงตามความต้องการของลูกค้า และความชัดเจน เข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการ
ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

151

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ขนาดของห้องพักมีขนาดกว้างและสะดวกในการใช้สอย	4.58	0.50	มากที่สุด
2. ขนาดของห้องประชุม/สัมมนา มีความเหมาะสมกับความ ต้องการ	4.29	0.45	มากที่สุด
3. อุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก มีคุณภาพ	4.19	0.40	มาก
4. บรรยากาศและการตกแต่งภูมิทัศน์ภายในโรงแรมและ ห้องที่ให้บริการ	4.41	0.49	มากที่สุด
5. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในโรงแรมที่ทันสมัย เช่น สระน้ำ ฟิตเนส สปา	4.66	0.47	มากที่สุด
โดยรวม	4.42	0.25	มากที่สุด

จากตาราง 24 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 4.42$ และ S.D. = 0.25) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับ
มากที่สุด ได้แก่ ขนาดของห้องพักมีขนาดกว้างและสะดวกในการใช้สอย ขนาดของห้องประชุม/
สัมมนา มีความเหมาะสมกับความต้องการ บรรยากาศและการตกแต่งภูมิทัศน์ภายในโรงแรมและ
ห้องที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในโรงแรมที่ทันสมัย เช่น สระน้ำ ฟิตเนส
สปา ยกเว้น อุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักมีคุณภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

152

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านบริการ	4.40	0.23	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.53	0.25	มากที่สุด
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.41	0.36	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	0.27	มากที่สุด
5. ด้านพนักงาน/บุคคล	4.49	0.27	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.44	0.22	มากที่สุด
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.42	0.25	มากที่สุด
รวม	4.43	0.20	มากที่สุด

จากตาราง 25 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.43 และ S.D.
= 0.20) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริม
การตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด



ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า แสดงรายละเอียดตามตาราง 26 ถึงตาราง 37 ซึ่งมีสมมุติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 26 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ระดับความคิดเห็น	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 324)		หญิง (n = 76)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการวางแผน	4.33	0.20	4.34	0.20	-0.239	0.811
2. ด้านการจัดองค์กร	4.49	0.26	4.46	0.28	1.082	0.280
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	4.35	0.26	4.33	0.25	0.773	0.440
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	4.44	0.24	4.44	0.25	-0.286	0.775
โดยรวม	4.40	0.20	4.39	0.20	0.465	0.642

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้านที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.061	3	0.020	0.530	0.662
	ภายในกลุ่ม	15.289	396	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.092	3	0.031	0.446	0.721
	ภายในกลุ่ม	27.252	396	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.049	3	0.016	0.242	0.867
	ภายในกลุ่ม	26.747	396	0.068		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุม คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.002	3	0.001	0.011	0.998
	ภายในกลุ่ม	23.956	396	0.060		
	รวม	23.957	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.027	3	0.009	0.230	0.876
	ภายในกลุ่ม	15.408	396	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 28 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักวิชาการในการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.011	2	0.005	0.140	0.870
	ภายในกลุ่ม	15.340	397	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.140	2	0.070	1.021	0.361
	ภายในกลุ่ม	27.204	397	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.074	2	0.037	0.553	0.575
	ภายในกลุ่ม	26.722	397	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุม คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.192	2	0.096	1.603	0.203
	ภายในกลุ่ม	23.766	397	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.066	2	0.033	0.847	0.430
	ภายในกลุ่ม	15.369	397	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้านักวิชาการที่มึระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.061	2	0.030	0.788	0.456
	ภายในกลุ่ม	15.290	397	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.016	2	0.008	0.116	0.890
	ภายในกลุ่ม	27.328	397	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.058	2	0.029	0.432	0.649
	ภายในกลุ่ม	26.738	397	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.047	2	0.023	0.387	0.679
	ภายในกลุ่ม	23.911	397	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.039	2	0.020	0.506	0.604
	ภายในกลุ่ม	15.396	397	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 30 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.656	3	0.219	5.894	0.001*
	ภายในกลุ่ม	14.694	396	0.037		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.922	3	0.307	4.606	0.004*
	ภายในกลุ่ม	26.422	396	0.067		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.694	3	0.231	3.508	0.015*
	ภายในกลุ่ม	26.103	396	0.066		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.692	3	0.231	3.927	0.009*
	ภายในกลุ่ม	23.265	396	.059		
	รวม	23.957	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.688	3	0.229	6.154	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.747	396	0.037		
	รวม	15.435	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 31 – 34 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

158

ตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักวิชาการในการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการวางแผนกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการวางแผน	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.0758*
20,000 – 40,000 บาท				.0691*
40,001 – 60,000 บาท		.0621*		.1312*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 31 พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท (.0621) และมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1312) สำหรับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0758) และลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0691)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

159

ตาราง 32 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักวิชาการต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการจัดองค์กรกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการจัดองค์กร	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				
20,000 – 40,000 บาท				.1173*
40,001 – 60,000 บาท				.1500*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 32 พบว่า ลูกค้านักวิชาการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้านักวิชาการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1173) และลูกค้านักวิชาการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้านักวิชาการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1500)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

160

ตาราง 33 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการนำ/จูงใจลูกค้ากับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				
20,000 – 40,000 บาท				
40,001 – 60,000 บาท		.0780*		.1288*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 33 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการนำ/จูงใจลูกค้ามากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท (.0780) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1288)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

161

ตาราง 34 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการควบคุมคุณภาพกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการควบคุมคุณภาพ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.1061*
20,000 – 40,000 บาท				.0766*
40,001 – 60,000 บาท				.1315*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 34 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1061) สำหรับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0766) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1315)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 35 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.044	2	0.022	0.568	0.567
	ภายในกลุ่ม	15.307	397	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.164	2	0.082	1.200	0.302
	ภายในกลุ่ม	27.180	397	0.068		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.356	2	0.178	2.676	0.070
	ภายในกลุ่ม	26.440	397	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.119	2	0.060	0.995	0.371
	ภายในกลุ่ม	23.838	397	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.144	2	0.072	1.869	0.156
	ภายในกลุ่ม	15.291	397	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 36 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.096	6	0.016	0.413	0.871
	ภายในกลุ่ม	15.254	393	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.387	6	0.064	0.940	0.466
	ภายในกลุ่ม	26.957	393	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.138	6	0.023	0.339	0.916
	ภายในกลุ่ม	26.658	393	0.068		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.263	6	0.044	0.728	0.628
	ภายในกลุ่ม	23.694	393	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.083	6	0.014	0.353	0.908
	ภายในกลุ่ม	15.352	393	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของลูกค้ำ

ระดับความคิดเห็น	ประเภทของลูกค้ำ				t	Sig.
	นักท่องเที่ยว		ธุรกิจ/องค์กร			
	(n = 188)		(n = 212)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการวางแผน	4.32	0.18	4.34	0.21	-1.041	0.299
2. ด้านการจัดองค์กร	4.49	0.26	4.49	0.26	-0.033	0.974
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้ำ	4.34	0.26	4.35	0.25	0.553	0.579
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	4.44	0.24	4.43	0.25	0.307	0.760
โดยรวม	4.40	0.19	4.40	0.20	-0.355	0.723

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าประเภทของลูกค้ำต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้ำ ด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน



ตอนที่ 8 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า แสดงรายละเอียดตามตาราง 38 ถึง ตาราง 58 ซึ่งมีสมมุติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 38 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.031	4	0.008	0.199	0.939
	ภายในกลุ่ม	15.320	395	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.092	4	0.023	0.334	0.855
	ภายในกลุ่ม	27.252	395	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.353	4	0.088	1.317	0.263
	ภายในกลุ่ม	26.444	395	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.092	4	0.023	0.382	0.821
	ภายในกลุ่ม	23.865	395	0.060		
	รวม	23.957	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 38 (ต่อ)

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.088	4	0.022	0.564	0.689
	ภายในกลุ่ม	15.347	395	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 39 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.019	1	0.019	0.503	0.479
	ภายในกลุ่ม	15.331	398	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	.056	1	.056	0.819	0.366
	ภายในกลุ่ม	27.288	398	0.069		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.179	1	0.179	2.673	0.103
	ภายในกลุ่ม	26.618	398	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุม คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.046	1	0.046	0.774	0.380
	ภายในกลุ่ม	23.911	398	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.006	1	0.006	0.150	0.699
	ภายในกลุ่ม	15.429	398	0.039		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 40 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	1.577	3	0.526	15.110	0.000*
	ภายในกลุ่ม	13.774	396	0.035		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.588	3	0.863	13.798	0.000*
	ภายในกลุ่ม	24.756	396	0.063		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.213	3	0.738	11.883	0.000*
	ภายในกลุ่ม	24.583	396	0.062		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.771	3	0.924	17.266	0.000*
	ภายในกลุ่ม	21.186	396	.054		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.247	3	0.749	22.493	0.000*
	ภายในกลุ่ม	13.188	396	0.033		
	รวม	15.435	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 41 - 44 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 41 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher’s LSD procedure ระหว่าง ด้านการวางแผนกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ด้านการวางแผน	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				.1685*
1,501 – 2,000 บาท				.1800*
2,001 – 2,500 บาท				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 41 พบว่า ราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการวางแผนมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.1685) และราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการวางแผนมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.1800)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

170

ตาราง 42 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจัดองค์กรกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ด้านการจัดองค์กร	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				.2068*
1,501 – 2,000 บาท				.2312*
2,001 – 2,500 บาท				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 42 พบว่า ราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการจัดองค์กรมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2068) และราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการจัดองค์กรมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2312)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

171

ตาราง 43 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการนำ/จูงใจลูกค้ากับ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า				
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				.2109*
1,501 – 2,000 บาท				.2115*
2,001 – 2,500 บาท				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 43 พบว่า ราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการนำ/จูงใจลูกค้ามากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2109) และราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการนำ/จูงใจลูกค้ามากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2115)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

172

ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการควบคุมคุณภาพกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ด้านการควบคุมคุณภาพ				
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				.2178*
1,501 – 2,000 บาท				.2368*
2,001 – 2,500 บาท				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 44 พบว่า ราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2178) และราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ 2,001 – 2,500 บาท (.2368)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 45 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามห้องพักที่ใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น	ห้องพักที่ใช้บริการ				t	Sig.
	เตียงคู่		เตียงเดี่ยว			
	(n = 112)		(n = 288)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการวางแผน	4.35	0.19	4.32	0.20	1.373	0.170
2. ด้านการจัดองค์กร	4.54	0.23	4.46	0.27	3.020	0.003*
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	4.37	0.25	4.34	0.26	0.918	0.359
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	4.48	0.22	4.42	0.25	2.007	0.045*
โดยรวม	4.43	0.18	4.39	0.20	2.203	0.028*

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนและด้านการนำ/จูงใจลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 46 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะการจองห้องพัก

ระดับความคิดเห็น	ลักษณะการจองห้องพัก				t	Sig.
	จอง (n = 371)		ไม่จอง (n = 29)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการวางแผน	4.34	0.20	4.28	0.15	1.405	0.161
2. ด้านการจัดองค์กร	4.49	0.26	4.41	0.30	1.661	0.097
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	4.35	0.26	4.29	0.22	1.238	0.216
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	4.44	0.24	4.38	0.24	1.329	0.185
โดยรวม	4.41	0.20	4.34	0.17	1.727	0.085

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงลูกค้าที่มีลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนด้านการจัดองค์กรด้านการนำ/จูงใจลูกค้าและด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 47 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.438	3	0.146	3.874	0.009*
	ภายในกลุ่ม	14.913	396	0.038		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	1.291	3	0.430	6.543	0.000*
	ภายในกลุ่ม	26.053	396	0.066		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.591	3	0.197	2.979	0.031*
	ภายในกลุ่ม	26.205	396	0.066		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.383	3	0.461	8.098	0.000*
	ภายในกลุ่ม	22.574	396	.057		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.856	3	0.285	7.751	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.579	396	0.037		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 48 - 51 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

176

ตาราง 48 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการวางแผนกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการวางแผน	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน				
3 – 4 คืน				
5 – 6 คืน		.1425*	.1354*	
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 48 พบว่า ลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน มีความคิดเห็นด้านการวางแผนมากกว่าลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.1685) และมากกว่าลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน (.1354)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

177

ตาราง 49 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการจัดองค์กรกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการจัดองค์กร	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน				
3 – 4 คืน				
5 – 6 คืน	.2347*	.1990*		
7 คืนขึ้นไป	.2226*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 49 พบว่า ลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.2347) และมากกว่าลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน (.1990) และลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้านักที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.2226)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

178

ตาราง 50 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการนำ/จูงใจลูกค้ากับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน				
3 – 4 คืน				
5 – 6 คืน	.1284*			
7 คืนขึ้นไป	.2171*	.2046*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 50 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน มีความคิดเห็นด้านการนำ/จูงใจลูกค้ามากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.1284) และลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นด้านการนำ/จูงใจลูกค้ามากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.2171) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน (.2046)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

179

ตาราง 51 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการควบคุมคุณภาพกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการควบคุมคุณภาพ	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน				
3 – 4 คืน				
5 – 6 คืน	.2455*	.2339*		
7 คืนขึ้นไป	.2274*	.2159*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 51 พบว่า ลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน มีความคิดเห็นด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.2455) และมากกว่าลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน (.2339) และลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป มีความคิดเห็นด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน (.2274) และมากกว่าลูกค้านักจัดการโรงแรมที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน (.2159)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 52 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.080	2	0.040	1.036	0.356
	ภายในกลุ่ม	15.271	397	0.038		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.290	2	0.145	2.125	0.121
	ภายในกลุ่ม	27.054	397	0.068		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.265	2	0.132	1.981	0.139
	ภายในกลุ่ม	26.532	397	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.428	2	0.214	3.609	0.028*
	ภายในกลุ่ม	23.530	397	.059		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.235	2	0.117	3.065	0.048*
	ภายในกลุ่ม	15.200	397	0.038		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร และด้านการนำ/จูงใจลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพของ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

181

โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 53 ต่อไปนี้

ตาราง 53 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการควบคุมคุณภาพกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ด้านการควบคุมคุณภาพ	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี
1 – 2 ครั้งต่อปี			
3 – 4 ครั้งต่อปี		.1017*	
5 – 6 ครั้งต่อปี			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 53 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 3 – 4 ครั้งต่อปี มีความคิดเห็นด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี (.1017)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 54 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.221	3	0.074	1.931	0.124
	ภายในกลุ่ม	15.129	396	0.038		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.869	3	0.290	4.331	0.005*
	ภายในกลุ่ม	26.475	396	0.067		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.420	3	0.140	2.100	0.100
	ภายในกลุ่ม	26.377	396	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.772	3	0.257	4.395	0.005*
	ภายในกลุ่ม	23.186	396	.059		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.441	3	0.147	3.881	0.009*
	ภายในกลุ่ม	14.994	396	0.038		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนและด้านการนำ/จูงใจลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมคุณภาพ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

183

ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 55 - 56 ต่อไปนี้

ตาราง 55 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจัดองค์กรกับผู้มี ส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ด้านการจัดองค์กร	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงาน	บริษัททางการท่องเที่ยว
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง				.0989*
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงาน	.0583*			.1572*
บริษัททางการท่องเที่ยว				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 55 พบว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจเอง มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้าที่มีบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ (.0989) และลูกค้าที่มีบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้าที่ตัดสินใจเอง (.0583) และมากกว่าลูกค้าที่มีบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ (.1572)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

184

ตาราง 56 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการควบคุมคุณภาพกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ด้านการควบคุมคุณภาพ	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงาน	บริษัททางการท่องเที่ยว
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง				.1037*
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงาน				.1503*
บริษัททางการท่องเที่ยว				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 56 พบว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจเอง มีความคิดเห็นด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้าที่มีบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ (.1037) และลูกค้าที่มีบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ มีความคิดเห็นด้านการควบคุมคุณภาพมากกว่าลูกค้าที่มีบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ (.1503)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 57 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	0.040	3	0.013	0.341	0.796
	ภายในกลุ่ม	15.311	396	0.039		
	รวม	15.350	399			
2. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.902	3	0.301	4.501	0.004*
	ภายในกลุ่ม	26.442	396	0.067		
	รวม	27.344	399			
3. ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.452	3	0.151	2.263	0.081
	ภายในกลุ่ม	26.345	396	0.067		
	รวม	26.796	399			
4. ด้านการควบคุมคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.199	3	0.066	1.104	0.347
	ภายในกลุ่ม	23.759	396	0.060		
	รวม	23.958	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.303	3	0.101	2.643	0.049*
	ภายในกลุ่ม	15.132	396	0.038		
	รวม	15.435	399			

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการนำ/จูงใจลูกค้าและด้านการควบคุมคุณภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรของโรงแรมในเขต



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

186

กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 58 ต่อไปนี้

ตาราง 58 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการจัดองค์กรกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ด้านการจัดองค์กร	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม
สะดวกในการเดินทาง			.3638*	.1315*
ราคาเหมาะสม				.0905*
ความประทับใจในการให้บริการ				
ชื่อเสียงของโรงแรม				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 58 พบว่า ลูกค้าที่เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้าที่เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากความประทับใจในการให้บริการ (.3638) และมากกว่าลูกค้าที่เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากชื่อเสียงของโรงแรม (.1315) และลูกค้าที่เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากราคาเหมาะสม มีความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรมากกว่าลูกค้าที่เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากชื่อเสียงของโรงแรม (.0905)



ตอนที่ 9 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า แสดงรายละเอียดตามตาราง 59 ถึงตาราง 81 ซึ่งมีสมมุติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 59 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 324)		หญิง (n = 76)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการบริการ	4.40	0.23	4.40	0.23	0.105	0.917
2. ด้านราคา	4.54	0.25	4.52	0.25	0.425	0.671
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.41	0.36	4.42	0.38	-0.128	0.898
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	0.27	4.33	0.30	-0.949	0.343
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	4.49	0.27	4.51	0.27	-0.483	0.629
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.44	0.22	4.43	0.25	0.240	0.811
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.41	0.24	4.47	0.28	-1.491	0.139
โดยรวม	4.43	0.20	4.44	0.21	-0.473	0.637

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 7 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 60 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.048	3	0.016	0.298	0.827
	ภายในกลุ่ม	21.269	396	.054		
	รวม	21.317	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.200	3	0.067	1.099	0.349
	ภายในกลุ่ม	24.044	396	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.192	3	0.064	0.487	0.692
	ภายในกลุ่ม	52.000	396	0.131		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.287	3	0.096	1.268	0.285
	ภายในกลุ่ม	29.871	396	0.075		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.902	3	0.301	4.280	0.005*
	ภายในกลุ่ม	27.806	396	0.070		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.239	3	0.080	1.609	0.187
	ภายในกลุ่ม	19.591	396	0.049		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.327	3	0.109	1.745	0.157
	ภายในกลุ่ม	24.772	396	0.063		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 60 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.182	3	0.061	1.544	0.203
	ภายในกลุ่ม	15.605	396	0.039		
	รวม	15.788	399			

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน คือ ด้านพนักงาน/บุคลากร แสดงลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 61 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

190

ตาราง 61 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับอายุ

ด้านพนักงาน/บุคลากร	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 25 ปี				
26 - 30 ปี	.1007*			
31 – 35 ปี	.0675*			
36 ปีขึ้นไป	.1526*		.0851*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 61 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.1007) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.0675) และลูกค้าที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี (.1526) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 31 - 35 ปี (.0851)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

191

ตาราง 62 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.022	2	0.011	0.206	0.814
	ภายในกลุ่ม	21.295	397	.054		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.402	2	0.201	3.344	0.036*
	ภายในกลุ่ม	23.842	397	0.060		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.884	2	0.942	7.432	0.001*
	ภายในกลุ่ม	50.308	397	0.127		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.329	2	0.164	2.188	0.114
	ภายในกลุ่ม	29.830	397	0.075		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.264	2	0.132	1.844	0.160
	ภายในกลุ่ม	28.444	397	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.116	2	.058	1.169	0.312
	ภายในกลุ่ม	19.714	397	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.021	2	0.011	0.170	0.844
	ภายในกลุ่ม	25.078	397	0.063		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 62 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.114	2	.057	1.447	0.236
	ภายในกลุ่ม	15.673	397	0.039		
	รวม	15.788	399			

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 63 - 64 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 193

ตาราง 63 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านราคากับระดับการศึกษา

ด้านราคา	อนุปริญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
อนุปริญา/ปวส.			
ปริญญาตรี			
สูงกว่าปริญญาตรี		.1459*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 63 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (.1459)

ตาราง 64 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านทำเลที่ตั้งกับระดับการศึกษา

ด้านทำเลที่ตั้ง	อนุปริญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
อนุปริญา/ปวส.		.1434*	.2220*
ปริญญาตรี			
สูงกว่าปริญญาตรี			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

194

จากตาราง 64 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจ ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (.1434) และมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (.2220)

ตาราง 65 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.094	2	0.047	0.877	0.147
	ภายในกลุ่ม	21.224	397	.053		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.006	2	0.003	.052	0.950
	ภายในกลุ่ม	24.238	397	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	12.354	2	6.177	61.560	0.000*
	ภายในกลุ่ม	39.837	397	0.100		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.497	2	1.249	17.922	0.000*
	ภายในกลุ่ม	27.661	397	0.070		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.177	2	0.088	1.230	0.293
	ภายในกลุ่ม	28.531	397	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.081	2	0.041	0.817	0.442
	ภายในกลุ่ม	19.749	397	.050		
	รวม	19.830	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 65 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.237	2	0.119	1.896	0.152
	ภายในกลุ่ม	24.862	397	0.063		
	รวม	25.099	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.826	2	0.413	10.963	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.961	397	0.038		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 66 - 67 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

196

ตาราง 66 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านทำเลที่ตั้งกับอาชีพ

ด้านทำเลที่ตั้ง	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ			
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	.2949*		
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	.3709*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 66 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้าน
ทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2949) และลูกค้าที่มีอาชีพพนักงาน
บริษัท/รับจ้าง มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
(.3709)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

197

ตาราง 67 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ			
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	.1301*		
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	.1669*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 67 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.1301) และลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.1669)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

198

ตาราง 68 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.215	3	0.405	7.979	0.000*
	ภายในกลุ่ม	20.102	396	.051		
	รวม	21.317	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.467	3	0.489	8.502	0.000*
	ภายในกลุ่ม	22.777	396	.058		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5.972	3	1.991	17.056	0.000*
	ภายในกลุ่ม	46.220	396	0.117		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.303	3	0.434	5.961	0.001*
	ภายในกลุ่ม	28.855	396	0.073		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.901	3	0.300	4.276	0.005*
	ภายในกลุ่ม	27.807	396	0.070		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.973	3	0.324	6.814	0.000*
	ภายในกลุ่ม	18.857	396	0.048		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.776	3	0.259	4.210	0.006*
	ภายในกลุ่ม	24.323	396	0.061		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 68 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.972	3	0.324	8.663	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.815	396	0.037		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 7 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 69 - 75 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

200

ตาราง 69 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการบริการกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการบริการ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.0946*
20,000 – 40,000 บาท				.0976*
40,001 – 60,000 บาท	.0842*	.0812*		.1788*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 69 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0946) สำหรับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0976) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.0842) มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท (.0812) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1788)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 201

ตาราง 70 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากั๋บรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ด้านราคา	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.1709*
20,000 – 40,000 บาท				.1435*
40,001 – 60,000 บาท				.1872*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 70 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1709) สำหรับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1435) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1872)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2022

ตาราง 71 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านทำเลที่ตั้งกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านทำเลที่ตั้ง	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				
20,000 – 40,000 บาท	.0972*			
40,001 – 60,000 บาท	.3345*	.2374*		
60,001 บาทขึ้นไป	.2420*	.1448*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 71 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.0972) ส่วนลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.3345) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 40,000 บาท (.2374) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.2420) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 40,000 บาท (.1448)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 203

ตาราง 72 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				
20,000 – 40,000 บาท				
40,001 – 60,000 บาท	.1574*	.1201*		
60,001 บาทขึ้นไป				.1113*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 72 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.1574) มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท (.1201) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1113)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

204

ตาราง 73 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านพนักงาน/บุคลากร	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				
20,000 – 40,000 บาท				.0834*
40,001 – 60,000 บาท	.0859*	.0682		.1516*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 73 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.0834) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (.0859) มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท (.0682) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1516)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

205

ตาราง 74 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านกระบวนการให้บริการกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.1078*
20,000 – 40,000 บาท				.1083*
40,001 – 60,000 บาท				.1609*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 74 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1078) สำหรับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1083) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1609)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

206

ตาราง 75 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 20,000 บาท				.1145*
20,000 – 40,000 บาท				.1066*
40,001 – 60,000 บาท				.1393*
60,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 75 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1145) สำหรับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ 20,000 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1066) และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป (.1393)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

207

ตาราง 76 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.085	2	0.043	0.797	0.452
	ภายในกลุ่ม	21.232	397	.053		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.544	2	0.272	4.558	0.011*
	ภายในกลุ่ม	23.700	397	0.060		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.167	2	0.084	0.638	0.529
	ภายในกลุ่ม	52.024	397	0.131		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.160	2	0.080	1.059	0.348
	ภายในกลุ่ม	29.998	397	0.076		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/ บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.264	2	0.132	1.843	0.160
	ภายในกลุ่ม	28.444	397	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.037	2	0.018	0.371	0.691
	ภายในกลุ่ม	19.793	397	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.066	2	0.033	0.525	0.592
	ภายในกลุ่ม	25.033	397	0.063		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 76 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.065	2	0.032	0.819	0.441
	ภายในกลุ่ม	15.723	397	0.040		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคาของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 77 - 81 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

209

ตาราง 77 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับสถานภาพสมรส

ด้านราคา	โสด	สมรส	อย่าร้าง/ หม้าย
โสด			.4518*
สมรส			.4092*
อย่าร้าง/ หม้าย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 77 พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพอย่าร้าง/หม้าย (.4518) และลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพอย่าร้าง/หม้าย (.4092)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

210

ตาราง 78 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.106	6	0.018	0.329	0.922
	ภายในกลุ่ม	21.211	393	.054		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.419	6	0.070	1.151	0.332
	ภายในกลุ่ม	23.825	393	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	6.394	6	1.066	9.144	0.000*
	ภายในกลุ่ม	45.798	393	0.117		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.095	6	0.183	2.468	0.024*
	ภายในกลุ่ม	29.063	393	0.074		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.149	6	0.025	0.342	0.914
	ภายในกลุ่ม	28.559	393	0.073		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.123	6	0.021	0.410	0.872
	ภายในกลุ่ม	19.707	393	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.507	6	0.084	1.349	0.234
	ภายในกลุ่ม	24.592	393	0.063		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 78 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.375	6	0.063	1.594	0.147
	ภายในกลุ่ม	15.413	393	0.039		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 79 – 80 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

212

ตาราง 79 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านทำเลที่ตั้งกับที่พักอาศัยปัจจุบัน

ด้านทำเลที่ตั้ง	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง ที่ไม่ใช่ กรุงเทพฯ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาค ตะวันตก
กรุงเทพฯ			.3342*	.2044*	.3469*	.5710*	
ภาคกลางที่ไม่ใช่ กรุงเทพฯ							
ภาคเหนือ							
ภาคใต้							
ภาคตะวันออก							
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ							
ภาคตะวันตก							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 79 พบว่า ลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคเหนือ (.3342) มากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคใต้ (.2044) มากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคตะวันออก (.3469) และมากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (.5710)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

213

ตาราง 80 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับที่พักอาศัยปัจจุบัน

	กรุงเทพฯ	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก
ด้านการส่งเสริมการตลาด		ที่ไม่ใช่กรุงเทพฯ			ตะวันออกเฉียงเหนือ	ตะวันออก	ตะวันตก
กรุงเทพฯ			.1667*		.1315*		
ภาคกลางที่ไม่ใช่กรุงเทพฯ							
กรุงเทพฯ							
ภาคเหนือ							
ภาคใต้							
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ							
ภาคตะวันออก							
ภาคตะวันตก							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 80 พบว่า ลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคเหนือ (.1667) และมากกว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (.1315)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 81 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทของลูกค้า

ระดับความพึงพอใจ	ประเภทของลูกค้า				t	Sig.
	นักท่องเที่ยว		ธุรกิจ/องค์กร			
	(n = 188)		(n = 212)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการบริการ	4.40	0.22	4.41	0.24	-0.290	0.772
2. ด้านราคา	4.52	0.26	4.55	0.23	-1.165	0.245
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.48	0.28	4.35	0.41	3.959	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.34	0.26	4.27	0.28	2.727	0.007*
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	4.49	0.28	4.50	0.26	-0.062	0.951
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.46	0.20	4.41	0.24	1.994	0.047*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.43	0.24	4.42	0.26	0.472	0.637
โดยรวม	4.45	0.19	4.41	0.20	1.661	0.097

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 81 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า ประเภทของลูกค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า ประเภทของลูกค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



ตอนที่ 10 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า แสดงรายละเอียดตามตาราง 82 ถึงตาราง 95 ซึ่งมีสมมุติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 82 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.313	4	0.078	1.474	0.209
	ภายในกลุ่ม	21.004	395	.053		
	รวม	21.317	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.210	4	.052	0.861	0.487
	ภายในกลุ่ม	24.034	395	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	13.801	4	3.450	35.499	0.000*
	ภายในกลุ่ม	38.391	395	0.097		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.137	4	0.534	7.533	0.000*
	ภายในกลุ่ม	28.021	395	0.071		
	รวม	30.158	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 82 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.293	4	0.073	1.019	0.397
	ภายในกลุ่ม	28.415	395	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.184	4	0.046	0.927	0.448
	ภายในกลุ่ม	19.646	395	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.103	4	0.026	0.407	0.804
	ภายในกลุ่ม	24.996	395	0.063		
	รวม	25.099	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.804	4	0.201	5.296	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.984	395	0.038		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 82 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 83 - 84 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 83 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านทำเลที่ตั้งกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ด้านทำเลที่ตั้ง	เพื่อ การท่องเที่ยว และพักผ่อน	เพื่อติดต่อ หน่วยงาน ราชการ	เพื่อ เยี่ยมญาติ	เพื่อติดต่อ ธุรกิจ ทางการค้า	เพื่อ ประชุมสัมมนา
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน		.1906*			.3848*
เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ					.1942*
เพื่อเยี่ยมญาติ					
เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	.1367*	.3273*			.5215*
เพื่อประชุมสัมมนา					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 83 พบว่า ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ (.1906) และมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อประชุมสัมมนา (.3848) สำหรับลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อประชุมสัมมนา (.1942) และลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน (.1367) มากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ (.3273) และมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อประชุมสัมมนา (.5215)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 84 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

	เพื่อ	เพื่อติดต่อ	เพื่อ	เพื่อติดต่อ	เพื่อ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การท่องเที่ยว และพักผ่อน	หน่วยงาน ราชการ	เยี่ยมชม	ธุรกิจ ทางการค้า	ประชุมสัมมนา
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน		.1030*			.1365*
เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ					
เพื่อเยี่ยมชม					
เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า		.1552*			.1887*
เพื่อประชุมสัมมนา					.

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 84 พบว่า ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ (.1030) และมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อประชุมสัมมนา (.1365) สำหรับลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ (.1552) และมากกว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการเพื่อประชุมสัมมนา (.1887)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

219

ตาราง 85 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.082	1	0.082	1.543	0.215
	ภายในกลุ่ม	21.235	398	.053		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.127	1	0.127	2.091	0.149
	ภายในกลุ่ม	24.117	398	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.104	1	0.104	0.797	0.373
	ภายในกลุ่ม	52.087	398	0.131		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.038	1	0.038	0.497	0.481
	ภายในกลุ่ม	30.121	398	0.076		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.099	1	0.099	1.374	0.242
	ภายในกลุ่ม	28.609	398	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.090	1	0.090	1.819	0.178
	ภายในกลุ่ม	19.740	398	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.045	1	0.045	0.710	0.400
	ภายในกลุ่ม	25.054	398	0.063		
	รวม	25.099	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.080	1	0.080	2.039	0.154
	ภายในกลุ่ม	15.707	398	0.039		
	รวม	15.788	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 7 ด้าน แสดงว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตาราง 86 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.171	3	1.057	23.066	0.000*
	ภายในกลุ่ม	18.147	396	0.046		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.754	3	0.585	10.297	0.000*
	ภายในกลุ่ม	22.490	396	.057		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	10.217	3	3.406	32.129	0.000*
	ภายในกลุ่ม	41.975	396	0.106		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.321	3	1.440	22.077	0.000*
	ภายในกลุ่ม	25.837	396	0.065		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.345	3	1.115	17.408	0.000*
	ภายในกลุ่ม	25.363	396	0.064		
	รวม	28.708	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 86 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.757	3	0.919	21.312	0.000*
	ภายในกลุ่ม	17.073	396	0.043		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.965	3	0.655	11.214	0.000*
	ภายในกลุ่ม	23.134	396	.058		
	รวม	25.099	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.517	3	1.172	37.832	0.000*
	ภายในกลุ่ม	12.271	396	0.031		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 86 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 7 ด้าน แสดงว่า ราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 87 – 93 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

222

ตาราง 87 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการบริการกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า	1,000 – 1,500	1,501 – 2,000	2,001 – 2,500
ด้านการบริการ	1,000 บาท	บาท	บาท	บาท

ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.2625*	.2486*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 87 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.2625) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.2486)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

223

ตาราง 88 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า	1,000 – 1,500	1,501 – 2,000	2,001 – 2,500
ด้านราคา	1,000 บาท	บาท	บาท	บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท			.0614*	
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.1280*	.1894*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 88 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.0614) และลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.1280) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.1894)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

224

ตาราง 89 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านทำเลที่ตั้งกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า	1,000 – 1,500	1,501 – 2,000	2,001 – 2,500
ด้านทำเลที่ตั้ง	1,000 บาท	บาท	บาท	บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท			.0943*	
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.3695*	.4639*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 89 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.0943) และลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.3695) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.4639)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

225

ตาราง 90 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.2636*	.3015*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 90 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.2636) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.3015)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

226

ตาราง 91 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ด้านพนักงาน/ บุคลากร	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท	.3138*	.2305*	.2644*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 91 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคาต่ำกว่า 1,000 บาท (.3138) มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.2305) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.2644)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

227

ตาราง 92 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านกระบวนการให้บริการกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000 – 1,500 บาท	1,501 – 2,000 บาท	2,001 – 2,500 บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.2107*	.2408*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 92 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.2107) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.2408)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

228

ตาราง 93 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

	ต่ำกว่า	1,000 – 1,500	1,501 – 2,000	2,001 – 2,500
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1,000 บาท	บาท	บาท	บาท
ต่ำกว่า 1,000 บาท				
1,000 – 1,500 บาท				
1,501 – 2,000 บาท				
2,001 – 2,500 บาท		.2026*	.1962*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 93 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 2,001 – 2,500 บาท มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,000 – 1,500 บาท (.2026) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักราคา 1,501 – 2,000 บาท (.1962)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 94 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามห้องพักที่ใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น	ห้องพัก				t	Sig.
	เตียงคู่ (n = 112)		เตียงเดี่ยว (n = 288)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการบริการ	4.39	0.20	4.41	0.24	-0.670	0.503
2. ด้านราคา	4.57	0.21	4.52	0.26	1.951	.052
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.29	0.37	4.46	0.35	-4.420	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.26	0.27	4.32	0.27	-1.715	0.087
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	4.51	0.23	4.49	0.28	0.822	0.412
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.45	0.18	4.43	0.24	1.164	0.245
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.43	0.22	4.42	0.26	0.459	0.647
โดยรวม	4.42	0.17	4.43	0.21	0.925	0.356

จากตาราง 94 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า ห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 95 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะการจองห้องพัก

ระดับความคิดเห็น	ลักษณะการจองห้องพัก				t	Sig.
	จอง (n = 112)		ไม่จอง (n = 288)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการบริการ	4.40	0.36	4.36	0.15	1.062	0.289
2. ด้านราคา	4.54	0.24	4.45	0.25	0.1963	.050
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	4.40	0.36	4.50	0.35	-1.324	0.186
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	0.28	4.32	0.26	-0.450	0.653
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	4.50	0.27	4.38	0.25	2.416	0.016*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.44	0.22	4.36	0.26	1.922	.055
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.43	0.25	4.37	0.26	1.139	0.255
โดยรวม	4.43	0.20	4.39	0.18	1.065	0.288

จากตาราง 95 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

231

ตาราง 96 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.871	3	0.290	5.625	0.001*
	ภายในกลุ่ม	20.446	396	.052		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.531	3	0.510	8.900	0.000*
	ภายในกลุ่ม	22.713	396	.057		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.703	3	0.234	1.802	0.146
	ภายในกลุ่ม	51.489	396	0.130		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.944	3	0.315	4.264	0.006*
	ภายในกลุ่ม	29.215	396	0.074		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/ บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.226	3	0.409	5.886	0.001*
	ภายในกลุ่ม	27.482	396	0.069		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.898	3	0.633	13.968	0.000*
	ภายในกลุ่ม	17.932	396	0.045		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.288	3	0.429	7.140	0.000*
	ภายในกลุ่ม	23.811	396	0.060		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 96 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.752	3	0.251	6.602	0.000*
	ภายในกลุ่ม	15.036	396	0.038		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 96 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 97 - 102 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

233

ตาราง 97 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการบริการกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการบริการ	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.1953*	
3 – 4 คืน			.2258*	
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 97 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.1953) และลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2258)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

234

ตาราง 98 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านราคา	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.2583*	
3 – 4 คืน			.2875*	.2003*
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 98 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจ ด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2583) และลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2875) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2003)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

235

ตาราง 99 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านการส่งเสริมการตลาด	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.1704*	.2607*
3 – 4 คืน			.1577*	.2479*
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 99 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.1704) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2607) สำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.1577) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2479)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

236

ตาราง 100 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านพนักงาน/ บุคลากร	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.2256*	.2241*
3 – 4 คืน			.2229*	.2214*
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 100 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจ ด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2256) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2241) สำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 - 6 คืน (.2229) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2214)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

237

ตาราง 101 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านกระบวนการให้บริการ	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.2502*	.3359*
3 – 4 คืน			.2606*	.3463*
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 101 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจ ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2502) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.3359) สำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 - 6 คืน (.2606) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.3463)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

238

ตาราง 102 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1 – 2 คืน	3 – 4 คืน	5 – 6 คืน	7 คืนขึ้นไป
1 – 2 คืน			.2186*	.2005*
3 – 4 คืน			.2521*	.2341*
5 – 6 คืน				
7 คืนขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 102 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 – 6 คืน (.2186) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2005) สำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 5 - 6 คืน (.2005) และมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 7 คืนขึ้นไป (.2341)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

239

ตาราง 103 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.800	2	0.400	7.743	0.001*
	ภายในกลุ่ม	20.517	397	.052		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.996	2	0.498	8.507	0.000*
	ภายในกลุ่ม	23.248	397	.059		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.825	2	0.413	3.188	0.042*
	ภายในกลุ่ม	51.367	397	0.129		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.018	2	0.009	0.121	0.886
	ภายในกลุ่ม	30.140	397	0.076		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.478	2	0.239	3.359	0.036*
	ภายในกลุ่ม	28.230	397	0.071		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.354	2	0.177	3.613	0.028*
	ภายในกลุ่ม	19.476	397	0.049		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.241	2	0.121	1.928	0.147
	ภายในกลุ่ม	24.858	397	0.063		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 103 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.129	2	0.065	1.640	0.195
	ภายในกลุ่ม	15.658	397	0.039		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 103 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพนักงาน/บุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 104 - 108 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

241

ตาราง 104 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการบริการกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน

ด้านการบริการ	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี	6 ครั้งต่อปีขึ้นไป
1 – 2 ครั้งต่อปี		.1694*		
3 – 4 ครั้งต่อปี				
5 – 6 ครั้งต่อปี				
7 ครั้งต่อปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 104 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 3 – 4 ครั้งต่อปี (.1694)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

242

ตาราง 105 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน

ด้านราคา	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี	6 ครั้งต่อปีขึ้นไป
1 – 2 ครั้งต่อปี		.1711*		
3 – 4 ครั้งต่อปี				
5 – 6 ครั้งต่อปี				
7 ครั้งต่อปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 105 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 3 – 4 ครั้งต่อปี (.1711)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

243

ตาราง 106 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านทำเลที่ตั้งกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน

ด้านทำเลที่ตั้ง	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี	6 ครั้งต่อปีขึ้นไป
1 – 2 ครั้งต่อปี				
3 – 4 ครั้งต่อปี		.1639*		
5 – 6 ครั้งต่อปี				
7 ครั้งต่อปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 106 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 3 – 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี (.1639)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

244

ตาราง 107 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน

ด้านพนักงาน/ บุคลากร	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี	6 ครั้งต่อปีขึ้นไป
1 – 2 ครั้งต่อปี			.2211*	
3 – 4 ครั้งต่อปี			.2067*	
5 – 6 ครั้งต่อปี				
7 ครั้งต่อปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 107 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 5 – 6 ครั้งต่อปี (.2211) และลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 3 – 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 5 – 6 ครั้งต่อปี (.2067)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

245

ตาราง 108 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านกระบวนการให้บริการกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ	1 – 2 ครั้งต่อปี	3 – 4 ครั้งต่อปี	5 – 6 ครั้งต่อปี	6 ครั้งต่อปีขึ้นไป
1 – 2 ครั้งต่อปี			.1444*	
3 – 4 ครั้งต่อปี				
5 – 6 ครั้งต่อปี				
7 ครั้งต่อปีขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 108 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 5 – 6 ครั้งต่อปี (.1444)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

246

ตาราง 109 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.360	3	0.120	2.270	0.080
	ภายในกลุ่ม	20.957	396	.053		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.592	3	0.197	3.306	0.020*
	ภายในกลุ่ม	23.652	396	0.060		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4.058	3	1.353	11.128	0.000*
	ภายในกลุ่ม	48.134	396	0.122		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.280	3	0.760	10.795	0.000*
	ภายในกลุ่ม	27.878	396	0.070		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.034	3	0.345	4.934	0.002*
	ภายในกลุ่ม	27.673	396	0.070		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.327	3	0.442	9.467	0.000*
	ภายในกลุ่ม	18.503	396	0.047		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.151	3	0.384	6.346	0.000*
	ภายในกลุ่ม	23.948	396	0.060		
	รวม	25.099	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 109 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.257	3	0.419	11.415	0.000*
	ภายในกลุ่ม	14.531	396	0.037		
	รวม	15.788	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 109 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 110 – 115 ต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

248

ตาราง 110 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

ด้านราคา	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง				
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	.1041*		.1323*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 110 พบว่า ลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเอง (.1041) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.1323)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

249

ตาราง 111 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านทำเลที่ตั้งกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

ด้านทำเลที่ตั้ง	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง			.1497*	
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	.1633*	.3863*	.3130*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 111 พบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเข้าพัก มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.1497) และลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเอง (.1633) มากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นผู้ร่วมเดินทาง (.3863) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.3130)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

250

ตาราง 112 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง			.0992*	
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	.1527*		.2518*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 112 พบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเข้าพัก มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.0992) และลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเอง (.1527) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.2518)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

251

ตาราง 113 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านพนักงาน/บุคลากรกับ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

ด้านพนักงาน/บุคลากร	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง				
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	.1454*			.1820*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 113 พบว่า ลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรมากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเอง (.1454) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.1820)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 252

ตาราง 114 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านกระบวนการ ให้บริการกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือ ที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยว เป็นผู้จัดหาให้
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง			.0749*	
ผู้ร่วมเดินทาง				
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				
บริษัททางการท่องเที่ยว เป็นผู้จัดหาให้	.1161*	.2137*	.1910*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 114 พบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเข้าพัก มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.0749) และลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเอง (.1161) มากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นผู้ร่วมเดินทาง (.2137) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.1910)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

253

ตาราง 115 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้
ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง		.2672*		
ผู้ร่วมเดินทาง			.2377*	
บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้				.1602*
บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	.1307*	.3979*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 115 พบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเข้าพัก มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นผู้ร่วมเดินทาง (.2672) สำหรับลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นผู้ร่วมเดินทาง (.2377) และลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเองในการเข้าพัก (.1307) มากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นผู้ร่วมเดินทาง (.3979) และมากกว่าลูกค้าที่มีผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักเป็นบริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ (.1602)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

254

ตาราง 116 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.115	3	0.038	0.716	0.543
	ภายในกลุ่ม	21.203	396	.054		
	รวม	21.318	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.217	3	0.072	1.193	0.312
	ภายในกลุ่ม	24.027	396	0.061		
	รวม	24.244	399			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.963	3	0.321	2.482	0.061
	ภายในกลุ่ม	51.229	396	0.129		
	รวม	52.192	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.110	3	0.037	0.483	0.694
	ภายในกลุ่ม	30.048	396	0.076		
	รวม	30.158	399			
5. ด้านพนักงาน/บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.012	3	0.004	.054	0.983
	ภายในกลุ่ม	28.696	396	0.072		
	รวม	28.708	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.197	3	0.066	1.327	0.265
	ภายในกลุ่ม	19.633	396	.050		
	รวม	19.830	399			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.394	3	0.131	2.106	0.099
	ภายในกลุ่ม	24.705	396	0.062		
	รวม	25.099	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.063	3	0.021	0.531	0.661
	ภายในกลุ่ม	15.724	396	0.040		
	รวม	15.788	399			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 2555

จากตาราง 116 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



ตอนที่ 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า รายละเอียดแสดงดังตาราง 117 - 167 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ตาราง 117 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

เพศ	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	เพื่อเยี่ยมญาติ	เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	เพื่อประชุม/สัมมนา			
ชาย	111 (122.3)	49 (51.8)	2 (1.6)	103 (87.5)	59 (60.8)	324 (324.0)	21.549	0.000*
หญิง	40 (28.7)	15 (12.2)	0 (0.4)	5 (20.5)	16 (14.3)	76 (76.0)		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 117 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 21.549 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

257

ตาราง 118 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

เพศ	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมากคนเมากยว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
ชาย	288 (281.9)	36 (42.1)	324 (324.0)	5.379	0.020*
หญิง	60 (66.1)	16 (9.9)	76 (76.0)		
รวม	348 (348.0)	52 (52.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 118 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.379 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

258

ตาราง 119 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

เพศ	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
ชาย	3 (2.4)	61 (68.0)	209 (206.6)	51 (47.0)	324 (324.0)	6.501	0.090
หญิง	0 (0.6)	23 (16.0)	46 (48.5)	7 (11.0)	76 (76.0)		
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (28.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 119 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 6.501 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.090 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

259

ตาราง 120 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับห้องพักที่ใช้บริการ

เพศ	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
ชาย	85 (90.7)	239 (233.3)	324 (324.0)	2.636	0.104
หญิง	27 (21.3)	49 (54.7)	76 (76.0)		
รวม	112 (112.0)	288 (288.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 120 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 2.636 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.104 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 121 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการจองห้องพัก

เพศ	ลักษณะการจองห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จอง	ไม่จอง			
ชาย	303 (300.5)	21 (23.5)	324 (324.0)	1.498	0.221
หญิง	68 (70.5)	8 (5.5)	76 (76.0)		
รวม	371 (371.0)	29 (29.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 121 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.498 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.221 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 122 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการเข้าพัก

เพศ	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
ชาย	213 (222.8)	85 (80.2)	19 (15.4)	7 (5.7)	324 (324.0)	9.863	0.020*
หญิง	62 (52.3)	14 (18.8)	0 (3.6)	0 (1.3)	76 (76.0)		
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 123 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.863 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 124 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการเข้าพักรงแรม

เพศ	ความถี่ในการเข้าพักรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
ชาย	289 (291.6)	26 (24.3)	9 (8.1)	324 (324.0)	1.274	0.529
หญิง	71 (68.4)	4 (5.7)	1 (1.9)	76 (76.0)		
รวม	360 (360.0)	30 (30.0)	10 (10.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 124 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.274 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.529 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักรงแรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 125 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

เพศ	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้			
ชาย	143 (149.0)	2 (4.1)	148 (140.1)	31 (30.8)	324 (324.0)	9.084	0.028*
หญิง	41 (35.0)	3 (1.0)	25 (32.9)	7 (7.2)	76 (76.0)		
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 125 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.084 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า เพศมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

264

ตาราง 126 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เพศ	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม			
ชาย	75 (76.1)	191 (191.2)	2 (1.6)	56 (55.1)	324 (32.4)	0.641	0.887
หญิง	19 (17.9)	45 (44.8)	0 (0.4)	12 (12.9)	76 (76.0)		
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 126 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.641 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.887 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 127 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

อายุ	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	เพื่อเยี่ยมชมญาติ	เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	เพื่อประชุม			
ไม่เกิน 30 ปี	80 (59.3)	26 (25.1)	2 (0.8)	25 (42.4)	24 (29.4)	157 157.0	28.481	0.000*
31 ปีขึ้นไป	71 (91.7)	38 (38.9)	0 (1.2)	83 (65.6)	51 (45.6)	243 243.0		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 400.0		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 127 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 28.481 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

266

ตาราง 128 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

อายุ	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมากคนเมากว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
ไม่เกิน 30 ปี	132	25	157	1.953	0.162
	(136.6)	(20.4)	(157.0)		
31 ปีขึ้นไป	216	27	243		
	(211.4)	(31.6)	(243.0)		
รวม	348	52	400		
	(348.0)	(52.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 128 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.953 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.162 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 129 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

อายุ	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
ไม่เกิน 30 ปี	2 (1.2)	48 (33.0)	99 (100.1)	8 (22.8)	157 (157.0)	28.007	0.000*
31 ปีขึ้นไป	1 (1.8)	36 (51.0)	156 (154.9)	50 (35.2)	243 (243.0)		
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 129 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 28.007 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 130 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับห้องพักที่ใช้บริการ

อายุ	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
ไม่เกิน 30 ปี	53	104	157	4.250	0.039*
	(44.0)	(113.0)	(157.0)		
31 ปีขึ้นไป	59	184	243		
	(68.0)	(175.0)	(243.0)		
รวม	112	288	400		
	(112.0)	(288.0)	(100.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 130 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.250 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 131 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการจ้องห้องพัก

อายุ	ลักษณะการจ้องห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จ้อง	ไม่จ้อง			
ไม่เกิน 30 ปี	140	17	157	4.920	0.027*
	(145.6)	(11.4)	(157.0)		
31 ปีขึ้นไป	231	12	243		
	(225.4)	(17.6)	(243.0)		
รวม	371	29	400		
	(371.0)	(29.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 131 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.920 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะการจ้องห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 270

ตาราง 132 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการเข้าพัก

อายุ	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
ไม่เกิน 30 ปี	118 (107.9)	32 (38.9)	3 (7.5)	4 (2.7)	157 (157.0)	8.862	0.031*
31 ปีขึ้นไป	157 (167.1)	67 (60.1)	16 (11.5)	3 (4.3)	243 (243.0)		
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 132 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.862 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 133 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการเข้าพักรงแรม

อายุ	ความถี่ในการเข้าพักรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
ไม่เกิน 30 ปี	148	4	5	157	9.458	0.009*
	(141.3)	(11.8)	(3.9)	(157.0)		
31 ปีขึ้นไป	212	26	5	243		
	(218.7)	(18.2)	(6.1)	(243.0)		
รวม	360	30	10	400		
	(360.0)	(30.0)	(10.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 133 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.458 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักรงแรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 134 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

อายุ	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็น	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือ	บริษัททางการ			
	ผู้ตัดสินใจ		ที่ทำงานเป็น	ท่องเที่ยวเป็น			
เอง	ผู้จัดหาให้	ผู้จัดหาให้	ผู้จัดหาให้				
ไม่เกิน 30 ปี	74 (72.2)	3 (2.0)	56 (67.9)	24 (14.9)	157 (157.0)	13.519	0.004*
31 ปีขึ้นไป	110 (111.8)	2 (3.0)	117 (105.1)	14 (23.1)	243 (243.0)		
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 134 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 13.519 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

273

ตาราง 135 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

อายุ	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม			
ไม่เกิน 30 ปี	39 (36.9)	95 (92.6)	0 (0.8)	23 (26.7)	157 (157.0)	2.429	0.488
31 ปีขึ้นไป	55 (57.1)	141 (143.4)	2 (1.2)	45 (41.3)	243 (243.0)		
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 135 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 2.429 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.488 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 136 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	เพื่อเยี่ยมญาติ	เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	เพื่อประชุม			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	70 (44.9)	10 (19.0)	1 (0.6)	30 (32.1)	8 (22.3)	119 (119.0)	39.700	0.000*
สูงกว่าปริญญาตรี	81 (106.1)	54 (45.0)	1 (1.4)	78 (75.9)	67 (52.7)	281 (281.0)		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 136 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 39.700 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 137 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

275

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมาคนเดียว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	100	19	119	1.318	0.251
/ปริญญาตรี	(103.5)	(15.5)	(119.0)		
สูงกว่าปริญญาตรี	248	33	281	1.318	0.251
	(244.5)	(36.5)	(281.0)		
รวม	348	52	400		
	(348.0)	(52.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 137 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.318 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.251 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ตาราง 138 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับราคาห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 276

ระดับการศึกษา	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	1 (0.9)	48 (25.0)	59 (75.9)	11 (17.3)	119 (119.0)	38.741	0.000*
สูงกว่าปริญญาตรี	2 (2.1)	36 (59.0)	196 (179.1)	47 (40.7)	281 (281.0)		
รวม	3 (3.0)	84 (84.00)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 138 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 38.741 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

277

ระดับการศึกษา	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	37 (33.3)	82 (85.7)	119 (119.0)	0.804	0.370
สูงกว่าปริญญาตรี	75 (78.7)	206 (202.3)	281 (281.0)		
รวม	112 (112.0)	288 (288.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 139 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.804 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.370 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 140 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการจองห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

278

ระดับการศึกษา	ลักษณะการจองห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จอง	ไม่จอง			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	104 (110.4)	15 (8.6)	119 (119.0)	7.224	0.007*
สูงกว่าปริญญาตรี	267 (260.6)	14 (20.4)	281 (281.0)		
รวม	371 (371.0)	29 (29.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 140 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 7.224 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 141 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 279

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	84 (81.8)	28 (29.5)	4 (5.7)	3 (2.1)	119 (119.0)	1.448	0.694
สูงกว่าปริญญาตรี	191 (193.2)	71 (69.5)	15 (13.3)	4 (4.9)	281 (281.0)		
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 141 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.448 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.694 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
ต่ำกว่าปริญญาตรี /ปริญญาตรี	110 (107.1)	5 (8.9)	4 (3.0)	119 (119.0)	3.072	0.215
สูงกว่าปริญญาตรี	250 (252.9)	25 (21.1)	6 (7.0)	281 (281.0)		
รวม	360 (360.0)	30 (30.0)	10 (10.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 142 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.072 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.215 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ตาราง 143 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ระดับการศึกษา	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้			
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี	58 (54.7)	2 (1.5)	34 (51.5)	25 (11.3)	119 (119.0)	32.583	0.000*
สูงกว่าปริญญาตรี	126 (129.3)	3 (3.5)	139 (121.5)	13 (26.7)	281 (281.0)		
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 143 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 32.583 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ตาราง 144 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ระดับการศึกษา	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม			
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี	30 (28.0)	75 (70.2)	0 (0.6)	14 (20.2)	119 (119.0)	4.254	0.235
สูงกว่าปริญญาตรี	64 (66.0)	161 (165.8)	2 (1.4)	54 (47.8)	281 (281.0)		
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 144 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.254 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.235 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตาราง 145 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	เพื่อเยี่ยมญาติ	เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	เพื่อประชุม			
รับราชการ								
/รัฐวิสาหกิจ	23	61	0	7	75	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(62.7)	(26.6)	(0.8)	(44.8)	(31.1)	(166.0)	280.950	0.000*
พนักงานบริษัท								
/รับจ้าง	128	3	2	101	0	234		
	(88.3)	(37.4)	(1.2)	(63.2)	(43.9)	(234.0)		
รวม	151	64	2	108	75	400		
	(151.0)	(64.0)	(2.0)	(108.0)	(75.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 145 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 280.950 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 146 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมาคนเดียว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
รับราชการ					
/รัฐวิสาหกิจ	141	25	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(144.4)	(21.6)	(166.0)	1.065	0.302
พนักงานบริษัท					
/รับจ้าง	207	27	234		
	(203.6)	(30.4)	(234.0)		
รวม	348	52	400		
	(348.0)	(52.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 146 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.065 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.302 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
รับราชการ							
/รัฐวิสาหกิจ	0	21	131	14	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(1.2)	(34.9)	(105.8)	(24.1)	(166.0)	28.987	0.000*
พนักงานบริษัท							
/รับจ้าง	3	63	124	44	234		
	(1.8)	(49.1)	(149.2)	(33.9)	(234)		
รวม	3	84	255	58	400		
	(3.0)	(84.0)	(255.0)	(58.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 147 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 28.987 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 148 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
รับราชการ					
/รัฐวิสาหกิจ	62	104	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(46.5)	(119.5)	(166.0)	12.304	0.000*
พนักงานบริษัท					
/รับจ้าง	50	184	234		
	(65.5)	(168.5)	(234.0)		
รวม	112	288	400		
	(112.0)	(288.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 148 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 12.304 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 148 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะการจองห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ลักษณะการจองห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จอง	ไม่จอง			
รับราชการ					
/รัฐวิสาหกิจ	156	10	166		
/ธุรกิจส่วนตัว					
	(154.0)	(12.0)	(166.0)	0.634	0.426
พนักงานบริษัท					
/รับจ้าง	215	19	234		
	(217.0)	(17.0)	(234.0)		
รวม	371	29	400		
	(371.0)	(29.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 148 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.634 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.426 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 149 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
รับราชการ							
/รัฐวิสาหกิจ	115	50	1	0	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(114.1)	(41.1๗)	(7.9)	(2.9)	(166.0)	18.561	0.000*
พนักงานบริษัท							
/รับจ้าง	160	49	18	7	234		
	(160.9)	(57.9)	(11.1)	(4.1)	(234.0)		
รวม	275	99	19	7	400		
	(275.0)	(99.0)	(19.0)	(7.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 149 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 18.561 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
รับราชการ						
/รัฐวิสาหกิจ	156	7	3	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(149.4)	(12.5)	(4.1)	(166.0)	5.121	0.077
พนักงานบริษัท						
/รับจ้าง	204	23	7	234		
	(210.6)	(17.5)	(5.9)	(234.0)		
รวม	360	30	10	400		
	(360.0)	(30.0)	(10.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 150 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.121 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.077 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดทำให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดทำให้			
รับราชการ							
/รัฐวิสาหกิจ	49	2	111	4	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(76.4)	(2.1)	(71.8)	(15.8)	(166.0)	68.374	0.000*
พนักงานบริษัท							
/รับจ้าง	135	3	62	34	234		
	(107.6)	(2.9)	(101.2)	(22.2)	(234.0)		
รวม	184	5	173	38	400		
	(184.0)	(5.0)	(173.0)	(38.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 151 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 68.374 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ตาราง 152 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อาชีพ	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม			
รับราชการ							
/รัฐวิสาหกิจ	48	81	0	37	166		
/ธุรกิจส่วนตัว	(39.0)	(97.9)	(0.8)	(28.2)	(166.0)	14.638	0.002*
พนักงานบริษัท							
/รับจ้าง	46	155	2	31	234		
	(55.0)	(138.1)	(1.2)	(39.8)	(234.0)		
รวม	94	236	2	68	400		
	(94.0)	(236.0)	(2.0)	(68.0)	(400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 152 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 14.638 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตาราง 153 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 292

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	เพื่อติดต่อหน่วยงานราชการ	เพื่อเยี่ยมญาติ	เพื่อติดต่อธุรกิจทางการค้า	เพื่อประชุม			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	89 (91.0)	61 (38.6)	2 (1.2)	18 (65.1)	71 (45.2)	241 (241.0)	157.033	0.000*
40,000 บาทขึ้นไป	62 (60.0)	3 (25.4)	0 (0.8)	90 (42.9)	4 (29.8)	159 (159.0)		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 153 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 157.033 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 154 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมากคนมากขว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	200 (209.7)	41 (31.3)	241 (241.0)	8.631	0.003*
40,000 บาทขึ้นไป	148 (138.3)	11 (20.7)	159 (159.0)		
รวม	348 (348.0)	52 (52.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 154 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.631 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	2 (1.8)	57 (50.6)	164 (153.6)	18 (34.9)	241 (241.0)	24.511	0.000*
40,000 บาทขึ้นไป	1 (1.2)	27 (33.4)	91 (101.4)	40 (23.1)	159 (159.0)		
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 155 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 24.511 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 156 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

295

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	90 (67.5)	151 (173.5)	241 (241.0)	26.260	0.000*
40,000 บาทขึ้นไป	22 (44.5)	137 (114.5)	159 (159.0)		
รวม	112 (112.0)	288 (288.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 156 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 26.260 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 157 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับลักษณะการจองห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

296

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ลักษณะการจองห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จอง	ไม่จอง			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	226 (223.5)	15 (17.5)	241 (241.0)	0.949	0.330
40,000 บาทขึ้นไป	145 (147.5)	14 (11.5)	159 (159.0)		
รวม	371 (371.0)	29 (29.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 157 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.949 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.330 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 158 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาในการเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	182 (165.7)	59 (59.6)	0 (11.4)	0 (4.2)	241 (241.0)	43.467	0.000*
40,000 บาทขึ้นไป	93 (109.3)	40 (39.4)	19 (7.6)	7 (2.8)	159 (159.0)		
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 158 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 43.467 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก

ตาราง 159 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	241 (216.9)	0 (18.1)	0 (6.0)	241 (241.0)	67.365	0.000*
40,000 บาทขึ้นไป	119 (143.1)	30 (11.9)	10 (4.0)	159 (159.0)		
รวม	360 (360.0)	30 (30.0)	10 (10.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 159 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 67.365 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ตาราง 160 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 299

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็น ผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือ ที่ทำงานเป็น ผู้จัดหาให้	บริษัททางการ ท่องเที่ยวเป็น ผู้จัดหาให้			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	94 (110.9)	4 (3.0)	115 (104.2)	28 (22.9)	241 (241.0)	12.927	0.005*
40,000 บาทขึ้นไป	90 (73.1)	1 (2.0)	58 (68.8)	10 (15.1)	159 (159.0)		
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 160 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 12.927 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ตาราง 161 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 300

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการ เดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจ ในการให้บริการ	ชื่อเสียงของ โรงแรม			
ต่ำกว่า 40,000 บาท	61 (56.6)	140 (142.2)	0 (1.2)	40 (41.0)	241 (241.0)	4.020	0.259
40,000 บาทขึ้นไป	33 (37.4)	96 (93.8)	2 (0.8)	28 (27.0)	159 (159.0)		
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 161 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.020 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.259 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตาราง 162 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 301

สถานภาพสมรส	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการ ท่องเที่ยวและ พักผ่อน	เพื่อติดต่อ หน่วยงาน ราชการ	เพื่อเยี่ยม ญาติ	เพื่อติดต่อ ธุรกิจทาง การค้า	เพื่อประชุม			
โสด	114 (97.0)	42 (41.1)	2 (1.3)	46 (69.4)	53 (48.2)	257 (257.0)	32.879	0.000*
สมรส	37 (54.0)	22 (22.9)	0 (0.7)	62 (38.6)	22 (26.8)	143 (143.0)		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 162 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 32.879 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 163 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สถานภาพสมรส	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมากคนมากที่สุด	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
โสด	220 (223.6)	37 (33.4)	257 (257.0)	1.240	0.265
สมรส	128 (124.4)	15 (18.6)	143 (143.0)		
รวม	348 (348.0)	52 (52.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 163 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.240 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.265 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



สถานภาพสมรส	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท			
โสด	2 (1.9)	68 (54.0)	168 (163.8)	19 (37.3)	257 (257.0)	35.547	0.000*
สมรส	1 (1.1)	16 (30.0)	87 (91.2)	39 (20.7)	143 (143.0)		
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 164 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 35.547 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สถานภาพสมรส	ห้องพักที่ใช้บริการ		รวม	χ^2	Sig.
	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว			
โสด	85 (72.0)	172 (185.0)	257 (257.0)	9.180	0.002*
สมรส	27 (40.0)	116 (103.0)	143 (143.0)		
รวม	112 (112.0)	288 (288.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 165 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.180 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 166 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับลักษณะการจองห้องพัก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สถานภาพสมรส	ลักษณะการจองห้องพัก		รวม	χ^2	Sig.
	จอง	ไม่จอง			
โสด	238 (238.4)	19 (18.6)	257 (257.0)	0.022	0.882
สมรส	133 (132.6)	10 (10.4)	143 (143.0)		
รวม	371 (371.0)	29 (29.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 166 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.022 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.882 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 167 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาในการเข้าพัก



สถานภาพสมรส	ระยะเวลาในการเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป			
โสด	191 (176.7)	56 (63.6)	5 (12.2)	5 (4.5)	257 (257.0)	17.848	0.000*
สมรส	84 (98.3)	43 (35.4)	14 (6.8)	2 (2.5)	143 (143.0)		
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 167 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 17.848 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก

ตาราง 168 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม			รวม	χ^2	Sig.
	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี			
โสด	242 (231.3)	10 (19.3)	5 (6.4)	257 (257.0)	14.753	0.001*
สมรส	118 (128.7)	20 (10.7)	5 (3.6)	143 (143.0)		
รวม	360 (360.0)	30 (30.0)	10 (10.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 168 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 14.753 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ตาราง 169 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



สถานภาพสมรส	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก				รวม	χ^2	Sig.
	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้			
โสด	119 (118.2)	4 (3.2)	104 (111.2)	30 (24.4)	257 (257.0)	5.415	0.144
สมรส	65 (65.8)	1 (1.8)	69 (61.8)	8 (13.6)	143 (143.0)		
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 169 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.415 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.144 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก



สถานภาพสมรส	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	สะดวกในการเดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจในการให้บริการ	ชื่อเสียงของโรงแรม			
โสด	57 (60.4)	163 (151.6)	0 (1.3)	37 (43.7)	257 (257.0)	9.379	0.025*
สมรส	37 (33.6)	73 (84.4)	2 (0.7)	31 (24.3)	143 (143.0)		
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 170 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.379 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตาราง 171 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ที่พักอาศัย ปัจจุบัน	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	เพื่อการ ท่องเที่ยวและ พักผ่อน	เพื่อติดต่อ หน่วยงาน ราชการ	เพื่อเยี่ยม ญาติ	เพื่อติดต่อ ธุรกิจทางการ ค้า	เพื่อประชุม			
กรุงเทพมหานคร	151 (121.2)	31 (51.4)	2 (1.6)	108 (86.7)	29 (60.2)	321 (321.0)	186.925	0.000*
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	0 (29.8)	33 (12.6)	0 (0.4)	0 (21.3)	46 (14.8)	79 (79.0)		
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 171 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 186.925 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 172 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		รวม	χ^2	Sig.
	เดินทางมาคนเดียว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน			
กรุงเทพมหานคร	283 (279.3)	38 (41.7)	321 (321.0)	1.940	0.164
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	65 (68.7)	14 (10.3)	79 (79.0)		
รวม	348 (348.0)	52 (52.0)	400 (400.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 172 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.940 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.164 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ตาราง 173 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	-------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท	
กรุงเทพมหานคร	3 (2.4)	73 (67.4)	192 (204.6)	53 (46.5)	321 (321.0)
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	0 (0.6)	11 (16.6)	63 (50.4)	5 (11.5)	79 (79.0)
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 173 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 11.570 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 174 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับห้องพักที่ใช้บริการ

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ห้องพักที่ใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	---------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว		
กรุงเทพมหานคร	77	244	321	
	(89.9)	(231.1)	(321.0)	
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	35	44	79	12.980 0.000*
	(22.1)	(56.9)	(79.0)	
รวม	112	288	400	
	(112.0)	(288.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 174 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 12.980 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 175 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับลักษณะการจองห้องพัก

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ลักษณะการจองห้องพัก	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	---------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	จอง	ไม่จอง		
กรุงเทพมหานคร	297	24	321	
	(297.7)	(23.3)	(321.0)	
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	74	5	79	0.124 0.725
	(73.3)	(5.7)	(79.0)	
รวม	371	29	400	
	(371.0)	(29.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 175 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 0.124 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.725 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 176 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับระยะเวลาในการเข้าพัก

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ระยะเวลาในการเข้าพัก	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	----------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป	
กรุงเทพมหานคร	224 (220.7)	71 (79.4)	19 (15.2)	7 (5.6)	321 (321.0)
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	51 (54.3)	28 (19.6)	0 (3.8)	0 (1.4)	79 (79.0)
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 176 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 11.198 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก

ตาราง 177 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	---------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 316

	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี		
กรุงเทพมหานคร	282	29	10	321	
	(288.9)	(24.1)	(8.0)	(321.0)	
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	78	1	0	79	8.397 0.015*
	(71.1)	(5.9)	(2.0)	(79.0)	
รวม	360	30	10	400	
	(36.0)	(30.0)	(10.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 177 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.397 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ตาราง 178 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	-------------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

317

	ท่านเป็น ผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือ ที่ทำงานเป็น ผู้จัดหาให้	บริษัททางการ ท่องเที่ยวเป็น ผู้จัดหาให้		
กรุงเทพมหานคร	177	3	103	38	321	
	(147.7)	(4.0)	(138.8)	(30.5)	(321.0)	
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	7	2	70	0	79	86.991 0.000*
	(36.3)	(1.0)	(34.2)	(7.5)	(79.0)	
รวม	184	5	173	38	400	
	(184.0)	(5.0)	(173.0)	(38.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 178 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 86.991 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ที่พักอาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ตาราง 179 ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยปัจจุบันกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
---------------------	-------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	สะดวกในการ เดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจ ในการให้บริการ	ชื่อเสียงของ โรงแรม		
กรุงเทพมหานคร	71	199	2	49	321	
	(75.4)	(189.4)	(1.6)	(54.6)	(321.0)	
ทุกภาคที่ไม่ใช่ กรุงเทพมหานคร	23	37	0	19	79	7.160 0.067
	(18.6)	(46.6)	(0.4)	(13.4)	(79.0)	
รวม	94	236	2	68	400	
	(94.0)	(236.0)	(2.0)	(68.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 179 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 7.160 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.067 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่าที่พักอาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตาราง 180 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ประเภทของ	วัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
-----------	-----------------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ลูกค้า	เพื่อการ ท่องเที่ยวและ พักผ่อน	เพื่อติดต่อ หน่วยงาน ราชการ	เพื่อเยี่ยม ญาติ	เพื่อติดต่อ ธุรกิจทางการ ค้า	เพื่อประชุม	
นักท่องเที่ยว	148 (71.0)	2 (30.1)	2 (0.9)	35 (50.8)	1 (35.3)	188 (188.0)
ธุรกิจ/องค์กร	3 (80.0)	62 (33.9)	0 (1.1)	73 (57.2)	74 (39.8)	212 (212.0)
รวม	151 (151.0)	64 (64.0)	2 (2.0)	108 (108.0)	75 (75.0)	400 (400.0)

281.485 0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 180 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 281.485 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ

ตาราง 181 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ประเภทของลูกค้า	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	---------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

320

	เดินทางมากคนมากขว	เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน		
นักท่องเที่ยว	159 (163.6)	29 (24.4)	188 (188.0)	
ธุรกิจ/องค์กร	189 (184.4)	23 (27.6)	212 (212.0)	1.845 0.174
รวม	348 (348.0)	52 (52.0)	400 (400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 181 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.845 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.174 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ตาราง 182 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ประเภทของลูกค้า	ราคาห้องพักที่ใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	-------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	ต่ำกว่า 1,000	1,000-1,500	1,501-2,000	2,001-2,500		
	บาท	บาท	บาท	บาท		
นักท่องเที่ยว	3 (1.4)	64 (39.5)	109 (119.9)	12 (27.3)	188 (188.0)	50.088 0.000*
ธุรกิจ/องค์กร	0 (1.6)	20 (44.5)	146 (135.2)	46 (30.7)	212 (212.0)	
รวม	3 (3.0)	84 (84.0)	255 (255.0)	58 (58.0)	400 (400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 182 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 50.088 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับราคาห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 183 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับห้องพักที่ใช้บริการ

ประเภทของลูกค้า	ห้องพักที่ใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	---------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	ห้องพักเตียงคู่	ห้องพักเตียงเดี่ยว		
นักท่องเที่ยว	48 (52.6)	140 (135.4)	188 (188.0)	
ธุรกิจ/องค์กร	64 (59.4)	148 (152.6)	212 (212.0)	1.072 0.301
รวม	112 (112.0)	288 (288.0)	400 (400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 183 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.072 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.301 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับห้องพักที่ใช้บริการ

ตาราง 184 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับลักษณะการจองห้องพัก

ประเภทของลูกค้า	ลักษณะการจองห้องพัก	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	---------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	จง	ไม่จง		
นักท่องเที่ยว	175	13	188	
	(174.4)	(13.6)	(188.0)	
ธุรกิจ/องค์กร	196	16	212	.059
	(196.6)	(15.4)	(212.0)	0.808
รวม	371	29	400	
	(371.0)	(29.0)	(400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 184 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า .059 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.808 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการจองห้องพัก

ตาราง 185 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับระยะเวลาในการเข้าพัก

ประเภทของลูกค้า	ระยะเวลาในการเข้าพัก	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	----------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 324

	1-2 คืน	3-4 คืน	5-6 คืน	7 คืนขึ้นไป	
นักท่องเที่ยว	162 (129.3)	26 (46.5)	0 (8.9)	0 (3.3)	188 (188.0)
ธุรกิจ/องค์กร	113 (145.8)	73 (52.5)	19 (10.1)	7 (3.7)	212 (212.0)
รวม	275 (275.0)	99 (99.0)	19 (19.0)	7 (7.0)	400 (400.0)

55.805 0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 185 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 55.805 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าพัก

ตาราง 186 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ประเภทของลูกค้า	ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	---------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	1-2 ครั้งต่อปี	3-4 ครั้งต่อปี	5-6 ครั้งต่อปี		
นักท่องเที่ยว	173 (169.2)	11 (14.1)	4 (4.7)	188 (188.0)	
ธุรกิจ/องค์กร	187 (190.8)	19 (15.9)	6 (5.3)	212 (212.0)	1.644 0.440
รวม	360 (360.0)	30 (30.0)	10 (10.0)	400 (400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 186 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.644 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.440 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าพักโรงแรม

ตาราง 187 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ประเภทของลูกค้า	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	-------------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

	ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเอง	ผู้ร่วมเดินทาง	บริษัทหรือที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	บริษัททางการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	
นักท่องเที่ยว	138 (86.5)	2 (2.3)	11 (81.3)	37 (17.9)	188 (188.0)
ธุรกิจ/องค์กร	46 (97.5)	3 (2.7)	162 (91.7)	1 (20.1)	212 (212.0)
รวม	184 (184.0)	5 (5.0)	173 (173.0)	38 (38.0)	400 (400.0)

211.424 0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 187 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 211.424 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

ตาราง 188 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของลูกค้ากับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ประเภทของลูกค้า	เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	รวม	χ^2	Sig.
-----------------	-------------------------	-----	----------	------



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

327

	สะดวกในการ เดินทาง	ราคาเหมาะสม	ความประทับใจ ในการให้บริการ	ชื่อเสียงของ โรงแรม		
นักท่องเที่ยว	35 (44.2)	126 (110.9)	1 (0.9)	26 (32.0)	188 (188.0)	
ธุรกิจ/องค์กร	59 (49.8)	110 (125.1)	1 (1.1)	42 (36.0)	212 (212.0)	9.572 0.023*
รวม	94 (94.0)	236 (236.0)	2 (2.0)	68 (68.0)	400 (400.0)	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 188 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.572 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ประเภทของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ตอนที่ 12 ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขต



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

328

กรุงเทพมหานครเป็นตัวพยากรณ์ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเป็นตัวถูกพยากรณ์ รายละเอียดแสดงดังตาราง 189 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 189 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

การบริหารจัดการ	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig
-----------------	-----------------------------	---------------------------	---	-----



	b	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.067				
ด้านการวางแผน	.233	.044	.230	5.287	.000*
ด้านการจัดองค์กร	.126	.035	.166	3.628	.000*
ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า	.157	.035	.205	4.488	.000*
ด้านการควบคุมคุณภาพ	.249	.037	.306	6.776	.000*

R = .742, R² = .551, Adj. R² = .546, R² Change = .551. F = 121.088 Sig = .000*

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรม ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .551 แสดงว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ สามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครปานกลาง (ร้อยละ 55.1)

รูปแบบสมการสำหรับพยากรณ์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร = 1.067 + .249 (ด้านการควบคุมคุณภาพ) + .233 (ด้านการวางแผน) + .157 (ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า) + .126 (ด้านการจัดองค์กร)