

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

นายกฤษณพัชญ์ บุญช่วย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THE SATISFACTION OF RUSSIAN TOURISTS ON HOTEL SERVICE IN BANGKOK
METROPOLIS

MR.KRISSANABHAT BOONCHUAY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Sciences Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร
โดย	นายกฤษณ์พัชชัย บุญช่วย
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரารักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณพิสุทธิ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร. รัตนา ปานเรียนแสน)

5478401739 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : SATISFACTION/ RUSSIAN TOURISTS/ SERVICE/ HOTEL

KRISSANABHAT BOONCHUAY: THE SATISFACTION OF RUSSIAN TOURISTS ON HOTEL SERVICE IN BANGKOK METROPOLIS. ADVISOR:PROF.SOMBAT

KARNJANAKIJ PH. D. , 119 pp.

This research aimed to study the Russian tourists' satisfaction of services provided by hotels in Bangkok and to compare the 2 factors affecting the satisfaction, namely, sex and age,. In the data collecting process, questionnaires were the instrument to gather data from sample group of 400 tourists. Afterwards, data was analyzed by computer program employing related statistics which were percentage, frequency, mean, standard deviation, t-test and ANOVA

The finding indicated that most Russian tourists were female, aged between 20-40 years old. Russian tourists education were in undergraduated level and had an average monthly income of 20,000-50,000 Rubles. They employed as company employees and made their choices of holiday in Bangkok through magazines/periodicals and the groups were travelled with friends and colleagues. At the time of conducting the questionnaires, they were generally the first time visitation and overall, it could be seen that,the average of Russian tourists to Thailand tourism industry was in fair level.

Findings of Russian tourists' satisfaction of services had provided by hotels in Bangkok in 7 different aspects respectively 1. service quality (more satisfactory \bar{X} =3.95) 2.accommodation (more satisfactory \bar{X} =3.99) 3.facilities in the room (more satisfactory \bar{X} =3.84) 4.business services (more satisfactory \bar{X} =3.60) 5.cost-effectiveness (more satisfactory \bar{X} =3.43) 6.safety and security (more satisfactory \bar{X} =3.87) and 7.facilities (more satisfactory \bar{X} =3.99).

Incomparision of Russian tourists' satisfaction services provided by hotels in Bangkok,there was significant difference at 0.05 between age group.However there was no significant difference at 0.05 between sex.

Field of study : Sports

Student's Signature.....

Academic Year : 2012

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

อีกหนึ่งความสำเร็จที่มีค่ามากที่สุดอีกครั้งในชีวิตข้าพเจ้า จะไม่ประสบผลได้ หากขาดความช่วยเหลือจากบุคคลผู้มีพระคุณของข้าพเจ้าเหล่านี้

ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ เอาใจใส่ และติดตามเพื่อให้การทำวิจัยบรรลุตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอกราบและขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล ประธานกรรมการรองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์ กรรมการ และ อาจารย์ ดร. รัตนา ปานเรียนแสน กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอดเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกทั้งยังได้ให้ความกรุณาข้าพเจ้าในการสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กัญฐาศา พงษ์หิรัญ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ นอกจากนี้ยังเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น รุ่นพี่นิสิตปริญญาโท ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และประสานงานเรื่องต่างๆ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกด้วยดีตลอดเวลาในการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณรัฐธีร์ บุญช่วย คุณณณะพัชญ์ บุญช่วย คุณณิชา บุญช่วย อาจารย์สันทกฤษณ์ บุญช่วย คุณฉัตรรัตน์ บุญช่วย และคุณเปรมิกา วงศ์วิศาล ผู้เป็นคุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว พี่ชาย น้องชาย และหลานสาวของข้าพเจ้าตามลำดับ ที่ได้ให้กำลังใจและเป็นแรง ผลักดันให้ข้าพเจ้าบรรลุเป้าหมายในชีวิต

การนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างยิ่งสำหรับเพื่อนๆ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้กำลังใจ และผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาแล้ว และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบให้แก่ครู อาจารย์ ที่ได้ให้ความรู้ บิдамารดา ผู้ให้กำเนิด คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ให้ความรู้และเกิดวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2 วรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	13
การโรงแรม	24
การให้บริการของโรงแรม.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47

บทที่

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวชาว รัสเซียในกรุงเทพมหานคร	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี ต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร.....	60
ทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร บรรลุนิติบุคคล ประจำปีงบประมาณ ด้วยการศึกษา ค่า “เอฟ”	64
5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการวิจัย.....	81
อภิปรายผลการวิจัย.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	93
รายการอ้างอิง	95
ภาคผนวก.....	99
ภาคผนวก ทรายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย	100
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	101
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	107
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	119

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิติชาวรัสเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2550 – 2555	2
2	ผลการสำรวจปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พัก	29
3	จำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	46
4	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วง อายุ	46
5	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การศึกษา	47
6	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.	47
7	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	48
8	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใดในการเลือกโรงแรมในกรุงเทพมหานคร.....	49
9	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ลักษณะการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	50
10	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ เคยมากรุงเทพมหานครกี่ครั้งแล้ว	51
11	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ภาพรวมการท่องเที่ยวที่ท่านคิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังมากน้อยเพียงใด ...	51
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร.....	52
13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณภาพการบริการของพนักงาน	53
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณภาพของห้องพัก	54

ตารางที่	หน้า
15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก 55
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการให้บริการทางธุรกิจ 56
17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคุ้มค่าเงิน 57
18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความปลอดภัย 58
19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม 59
20	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามเพศ 60
21	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้าน คุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามเพศ 61
22	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครจำแนกตาม ด้าน คุณภาพห้องพัก จำแนกตามเพศ..... 62

ตารางที่		หน้า
23	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามเพศ	63
24	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน การให้บริการทางธุรกิจ จำแนกตามเพศ	64
25	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามเพศ	65
26	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย จำแนกตามเพศ	66
27	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม จำแนกตามเพศ	67
28	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามอายุ	69
29	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ	70
30	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณภาพห้องพัก	71
31	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	72
32	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการให้บริการทางธุรกิจ	73

ตารางที่		หน้า
33	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคุ้มค่าเงิน.....	75
34	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความปลอดภัย	77
35	การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม	79

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่มีมักถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการได้รับความนิยมนอย่างมาก ก่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างมากมายมหาศาล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้ เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาโดยตลอดได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโดยภาครัฐ มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ซึ่งปรากฏให้เห็นในรูปของการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับแรกขึ้นในปีพ.ศ. 2519 โดยได้บรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 พ.ศ.2520-2524 จนถึงปัจจุบัน

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และเป็นตลาดที่พึ่งพาได้ในระยะยาว (แสง โสม กออุดม, 2550) จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนั้น อาจกล่าวได้ว่า เมื่อ ความสัมพันธ์ของไทยและรัสเซียในยุคใหม่เริ่มก่อตัวขึ้น ภายหลังจากที่ประเทศรัสเซียเปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็นแบบประชาธิปไตย ในปีพ.ศ. 2536 ทำให้ประเทศรัสเซียเริ่มเปิดประเทศมากยิ่งขึ้น โดยได้พัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านต่าง ๆ กับนานาประเทศ ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ การค้า การเมือง การติดต่อสื่อสาร รวมถึงทางด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย รัสเซียมอง ว่าเป็นประเทศไทย เป็นจุดมุ่งหมายสำคัญแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เพราะมีภูมิประเทศที่สวยงามหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชายทะเลขาวสะอาดทางภาคใต้และภาคตะวันออก ป่าไม้และภูเขา อ่างควมและวัฒนธรรมแบบล้านนาทางภาคเหนือ หรือชีวิตคนเมืองอันทันสมัยในกรุงเทพฯ รวมไปถึงอาหารไทย ผู้คนที่เป็มิตรและยิ้มสยาม ล้วนแล้วแต่เป็นลิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมุ่งหน้าเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย มีทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ไทยโดยได้รับความสะดวกสบายในสถานที่พักแรม และเดินทางระหว่างอยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังรู้สึกเพลิดเพลินและปลอดภัยกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมทั้งยังรู้สึกประทับใจในบริการตามแหล่งซื้อ ขาย สินค้า (นพธดา นิลเจริญ, 2549) ดังนั้นจึงไม่เป็นการแปลกที่ นักท่องเที่ยวจากสหพันธรัฐรัสเซีย จะเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2555 มีจำนวนดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สถิติชาวรัสเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2550 – 2555

ปีพ.ศ. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย (คน)	
2550	279,419
2551	319,587
2552	344,691
2553	669,454
2554	1,102,745
2555	1,317,387

ที่มา : “สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง,” <http://www.immigration.go.th>

จากสถิติชาวรัสเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทยเป็นจำนวนตัวเลขที่ก้าวกระโดด อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวรัสเซียมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปีถัดไป ชาวรัสเซียจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก เพราะชาวรัสเซียส่วนใหญ่ที่เดินทางไปต่างประเทศนั้นจะมีสถานะทางเศรษฐกิจดี มีกำลังซื้อสูง และสามารถใช้จ่ายเงินจำนวนมากได้ (พิมพ์นิภา ลิ้มปะถาวรวงศ์, 2549) ดังนั้นจึงได้มีความพยายามในการดำเนินการต่าง ๆ และหากกลยุทธ์ต่าง ๆ มาสนับสนุนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

การให้บริการของโรงแรมเป็นหนึ่งในเครื่องมือจูงใจนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียได้ดีที่สุดอย่างหนึ่ง เนื่องจากการเข้าพักในโรงแรมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นคุณภาพในการให้บริการจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยโรงแรมต้องมุ่งสร้างคุณภาพในการให้บริการ ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ และ

เป็นการสร้างแรงดึงดูดให้กลับมาเที่ยวเมืองไทยอีกครั้ง ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและมีข้อสงสัยว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร เพียงใด มีอะไรบ้างที่เห็นว่าจัดการได้ดีแล้ว หรือยังต้องแก้ไขปรับปรุง และมีความเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างไรต่อการให้บริการของ โรงแรม ในกรุงเทพมหานครภายในอนาคต นอกจากนี้ยังมีข้อสงสัยว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อการให้บริการของ โรงแรม

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร” เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมทางการตลาด ส่งเสริมให้รู้จักนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ทราบถึงระดับความพึงพอใจของชาวรัสเซียที่มีต่อ โรงแรม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ โรงแรม และต่อนโยบายของรัฐต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ระหว่างเพศ และอายุ ที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษานักท่องเที่ยวชาวรัสเซียทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เดินทางมาประเทศไทยและใช้บริการในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ช่วงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2555 – 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ซึ่งเลือกโรงแรมในย่านที่เป็นแหล่งช้อปปิ้งสินค้า เป็นจำนวนมาก ได้แก่ย่านต่าง ๆ ทั้งหมด 6 ย่าน ดังนี้ ย่านประตูน้ำ ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท ย่านสยามสแควร์ ย่านเยาวราช ย่านถนนข้าวสาร

คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกประทับใจ/ความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่ได้รับการบริการตามที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งได้รับการบริการจากโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย (Russian Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและมาพักในโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการค้างคืนด้วยความสมัครใจ ในระยะเวลาปี พ.ศ.2555 เพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อน

การให้บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่เกิดขึ้นระหว่างการบริการของโรงแรมที่มีให้กับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่พำนักของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่เลือกพำนักในช่วงปี พ.ศ. 2555 ในย่านต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร 6 ย่าน ได้แก่ ย่านประตูน้ำ ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท ย่านสยามสแควร์ ย่านเยาวราช ย่านถนนข้าวสาร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลของการวิจัยไปเป็นแนวทาง สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุง และแก้ไขในการบริการของทางโรงแรมในกรุงเทพมหานครต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

วรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรม ใน กรุงเทพมหานคร ได้รวบรวมวรรณคดี แนวคิด ทฤษฎี และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการศึกษาไว้ดังนี้

วรรณคดีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1.3 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.4 ประเภทของนักท่องเที่ยว
2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
 - 2.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
3. การโรงแรม
 - 3.1 ความหมายของโรงแรม
 - 3.2 การจำแนกชนิดของโรงแรมและประเภทของโรงแรม
4. การให้บริการของโรงแรม
 - 4.1 คุณลักษณะของงานบริการ
 - 4.2 ความสำคัญของงานบริการต่อธุรกิจโรงแรม
- 4.3 องค์ประกอบของงานบริการในโรงแรม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงคำว่าการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งทีถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อม

ส่วนองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO อ้างถึงใน จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, 2545) ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิง เริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

โดยสอดคล้องกับหลักสากลขององค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO อ้างถึงใน กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548) ที่กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะดังนี้

- 1.ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2.ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3.ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ในกรณีนั้น

ในขณะที่ แมคอินทอช (McIntoch, 1972) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่อยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรมด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ กาญจกิจ (2544) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) ซึ่งในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไขสามประการดังต่อไปนี้

- 1.เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
 - 2.เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
 - 3.เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้
- ฉะนั้น ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว ของผู้วิจัยหมายถึง กิจกรรมหนึ่ง ๆ ที่ ต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ โดยมี

เงื่อนไขหลัก ๆ กล่าวคือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary) เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary) และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวมีผู้ศึกษาและให้คำจำกัดความไว้แตกต่างกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ชยากรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2532) ได้ให้คำจำกัดความของ องค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ว่า “องค์ประกอบของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง ซึ่งหมายถึงการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือว่าจะเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ เช่นภูเขา ทะเล โบราณสถาน
6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่โฆษณา

จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่มีการพัฒนาขึ้นเป็นอุตสาหกรรม จำเป็นจะต้องมีองค์ประกอบต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ใช่เพียงแต่การมีวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ความสวยงามทางธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน วัฒนธรรมประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมของคนท้องถิ่น เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวเหมือนเช่นที่เป็นมาในอดีตเท่านั้น แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบต่าง ๆ อีกหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งจากความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันขององค์ประกอบเหล่านี้ จีและคณะ (Gee and other) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ และพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับธุรกิจต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.3 ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ข้อถกเถียงอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวบางคนกล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่จัดอยู่ในระบบอุตสาหกรรม การ

ท่องเที่ยวเป็นแต่เพียงลักษณะของกิจกรรมซึ่งจัดให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวส่วนมากยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภคการกระจายผลผลิตด้วยการใช้ระบบตลาด และการส่งเสริมการจำหน่าย หลากหลายรูปแบบการผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมโรงงาน ผลผลิตหรือสินค้ามีตัวตน สามารถสัมผัสได้ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า แต่สินค้าที่เกิดจากอุตสาหกรรมบริการ ไม่มีตัวตน ไม่สามารถสัมผัสได้ ผลผลิต คือ การบริการ ซึ่งต้องสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือแขกให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

อุตสาหกรรมบริการประกอบไปด้วยธุรกิจหลายสาขา เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การประกันภัย การธนาคาร ก็จัดเป็นประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเรียกเฉพาะเจาะจงว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขอบข่ายโดยตรงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจการโรงแรม และร้านอาหาร ภัตตาคาร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอย่างอื่นในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานบันเทิง หรือการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อนเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีขอบข่ายกว้างทั้งองค์กรของภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้น เพื่อบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นความหมายที่ค่อนข้างกว้างขวาง ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจหลายสาขา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐบาล และหน่วยงานภาคธุรกิจต่างๆ ของภาคเอกชน ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง หน่วยธุรกิจหรือองค์กรอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก และจัดบริการให้แก่นักท่องเที่ยว จากความหมายดังกล่าวแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีขอบข่ายกว้างขวางครอบคลุมหน่วยธุรกิจและองค์กรอื่นๆ ในทางด้านเศรษฐกิจโดยรวม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงเกี่ยวข้องกับการซื้อ การขาย การสร้างผลผลิตและบริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว

โคลลิเออร์และฮาร์ราเวย์ (Collier and Harraway, 1997) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2.ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท การจัดที่พักอาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ ทัศนียภาพของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3.สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จากมนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณี ลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ ความประทับใจอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร ร้านซักรีด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว

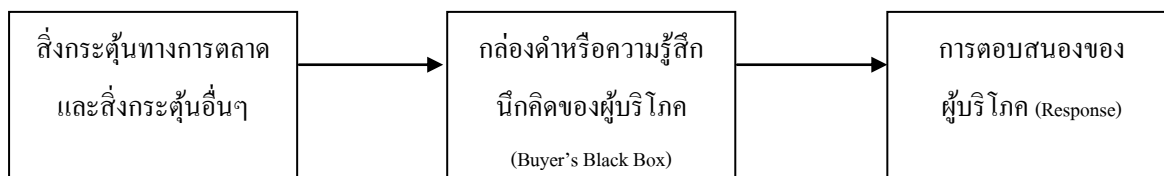
4.การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลิตรายการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่ง บริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยวตัวแทนจำหน่ายและเฉพาะทาง (Specially Chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วรถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

องค์ประกอบสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าวเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงหรือผู้ผลิตโดยตรง (Direct Providers) กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer behavior model)

โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาให้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

แผนภูมิที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory



ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541) . การบริหารการตลาดยุคใหม่ .

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) ซึ่งจะเน้นการจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการใช้บริการ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์
2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา
3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการขาย

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคภายนอก ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้และอาจเป็นทางที่จะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภคได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลกรายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล
2. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายหรือการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ
4. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น เทศกาล ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม จะมีผลกระตุ้นต่อความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลต่างๆ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของ ผู้ซื้อ (Buyer's black box)

ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามรู้ความนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

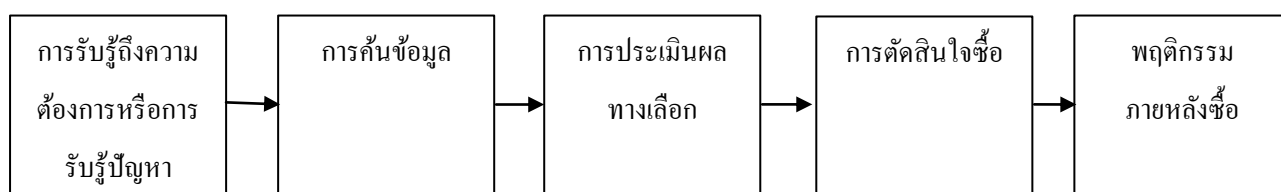
2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics)

ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวรรณกรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer decision process)

โดยผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่างทางเลือก การตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้นจะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองซื้อนั้น ดังแสดงในแผนภูมิที่ 2.4

แผนภูมิ 2.2 ขั้นตอนและการตัดสินใจซื้อ



: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่ .

3.การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase choice)

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount)

1.4 ประเภทของนักท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ได้กล่าวถึงนักท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยว (Travelers) คือ ผู้คนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่มีโชยู่อาศัยตามปกติด้วยเหตุผลที่มีใ้การดำรงชีพในถิ่นที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนปลายทาง (Destination) นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit Passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border Workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ เช่น กลุ่มคณะทูตของประเทศต่าง ๆ ผู้แทนกงสุล และผู้แทนทางการทหาร ส่วน ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) หมายถึง เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น (Local Accommodation) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง เดินทางเข้ามาในประเทศ และพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (หนึ่งคืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

1.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง อาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานพักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน คือ

2.1 นักทัศนจรระหว่างประเทศ (International Excursionist)

2.2 นักทัศนจรในประเทศ (Domestic Excursionist)

2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

โวลต์แมน (Wolman, 1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึงความรู้สึก (Feeling) ที่มีความสุขเมื่อคนเราได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ซึ่งสอดคล้องกับ หลุยส์ จาปาเทศ ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ที่จะบรรลุเป้าหมาย ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สัมผัสได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

ขณะที่ มุลลินส์ (Mullins, 1985) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในหลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โดยเกิดจากแรงผลักดันในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง เพื่อที่จะสนองตอบต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

เป็นไปในแนวทางเดียวกับ อดัมส์ เอ็ดเวิร์ดส์ กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกมาในด้านบวกหรือลบ มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งความรู้สึกรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในสิ่งที่ต้องการในระดับหนึ่ง และความรู้สึกรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ฉะนั้น ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ของผู้วิจัยหมายถึง ความรู้สึกหรือการแสดงออกในลักษณะของอาการพอใจหรือไม่พอใจต่อการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ตามที่ต้องการ

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ พบว่าได้รับความสนใจมาตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 1 และได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับ ซึ่งทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจในการศึกษาเรื่องดังกล่าว ได้แก่ทฤษฎีความต้องการ ทฤษฎีความคาดหวัง ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพ และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและการบริการสาธารณะ มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ทฤษฎีความต้องการ

เป็นทฤษฎีหนึ่งในหลายทฤษฎีที่ทำการศึกษาโดยมุ่งเน้นไปที่การตอบคำถามว่า “อะไรคือสิ่งที่คนพยายามให้ได้มาซึ่งความพอใจ” และ “อะไรเป็นตัวกระตุ้นต่อการกระทำนั้น ๆ” จัดอยู่ในจำพวก Content Theories หรือทฤษฎีจำพวกที่เน้นถึงการจำแนกเป็นข้อ (Topics) หรือเนื้อหาสาระ นักคิดนักทฤษฎีของ Content Theories นี้มีด้วยกันหลายท่าน ได้แก่ Abraham H. Maslow , Clazton Alderfer , Henry A. Murray , David C. McClelland และ Frederick Herzberg แต่

ในที่นี้จำนำทฤษฎีของ Abraham H. Maslow เพียงท่านเดียวมาใช้ประกอบในการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Maslow' needs hierarchy theory ของ Abraham H. Maslow กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ มีอยู่ 5 ขั้นตอนด้วยกัน (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533)

ขั้นที่ 1 ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีมากมาย เช่น ความต้องการอาหาร ความต้องการทางเพศ การหลับนอน การออกกำลังกาย พฤติกรรมความเป็นแม่ นอกจากนี้ยังรวมถึงประสาทสัมผัสที่น่ายินดีพอใจ เช่น รส กลิ่น ความรู้สึก การสัมผัสต่าง ๆ เป็นต้น ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการพื้นฐานที่มีพลังเหนือความต้องการในขั้นอื่น ๆ และยุติก็ต่อเมื่อได้รับการตอบสนองซึ่งจะทำให้คนเกิดความพอใจ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety of security needs) เป็นการตอบสนองทางด้านจิตใจ ความต้องการนี้จะปรากฏได้ชัดเจนและเร่งด่วนในคนที่ประสบอุบัติเหตุ เป็นโรคร้ายแรง ได้รับบาดเจ็บทางสมอง การสูญเสียอำนาจ

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม ความพึงพอใจ ต้องการการยอมรับจากกลุ่ม ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social needs or Love needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่ เห็นความสำคัญของตน และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

ขั้นที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem needs or status needs) เป็นความต้องการที่จะมีชื่อเสียง มีหน้ามีตา ได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม ได้รับการยอมรับและความเชื่อถือจากผู้อื่น

ขั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด เป็นความต้องการขั้นพิเศษ ซึ่งแต่ละคนก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป เป็นความต้องการที่ใฝ่หาและพัฒนาการกระทำที่เหมาะสมกับตนให้ยิ่ง ๆ ขึ้นไป ต้องการเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง สิ่งสำคัญคือ ความต้องการในขั้นนี้จะปรากฏให้เห็นก็ต่อเมื่อความต้องการในขั้นอื่น ๆ ได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจอย่างครบถ้วนแล้ว

ลักษณะทฤษฎีความต้องการของ Maslow คือ ความต้องการเหล่านี้จะมีอยู่ตลอดเวลา เมื่อความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความต้องการขั้นต่อมาเป็นกระบวนการที่ไม่สิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

2.2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง เป็นรูปแบบของการรับรู้จากการประมวลความคิดของการจูงใจ ยึดกระบวนการคิดจากจิตสำนึกของคนด้วยการประเมินสถานการณ์ จึงกลายเป็นทฤษฎีการตัดสินใจด้วย ซึ่งได้อธิบายว่า คนจะตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรด้วยการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมาและ

ความน่าจะเป็นไปได้กับตัวของเขา เป็นทฤษฎีที่มีจุดเริ่มต้นมาจากลัทธิ “ The English Utilitarians” และ “ Principle of Hedonism” เป็นลัทธิที่ถือเอาผลประโยชน์เป็นสำคัญ โดยตั้งข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับจำนวนความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อสิ่งเร้าที่จะต้องตัดสินใจ

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964) บางทีเรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

V มาจากคำว่า Valence ซึ่ง หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้แล้ว บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ

แนวความคิดนี้ Vroom เป็นผู้เสนอ โดยมีความเห็นว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยจะเลือกทางเลือกที่เชื่อว่าจะนำไปสู่ผลตอบแทน หรือรางวัลที่เขาต้องการมากที่สุด ทฤษฎีนี้ทำนายว่า บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุด ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom มีข้อสังเกตคือบุคคลใดจะได้รับการจูงใจที่จะใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ หรือให้สำเร็จต่อเป้าหมาย ก็ต่อเมื่อ เชื่อในความสามารถของตนเองว่า ความพยายามในการปฏิบัติงานจะมีผลในทางดีและผลการปฏิบัติงานจะช่วยให้ได้ผลตอบแทนตามที่ต้องการ หรือพึงปรารถนา หรืออาจ สรุปได้ว่า การที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวัง (Expectancy) ที่ คนเชื่อว่า ความพยายามของคนจะสัมฤทธิ์ผลออกมาเป็นระดับผลงาน ดังนั้นบุคคลจะทำงานให้สำเร็จหรือไม่ประการใด ย่อมขึ้นอยู่กับจิตภาพ และความเชื่อของเขาว่าเขาต้องการหรือไม่ต้องการอะไร และจะใช้กลยุทธ์อะไรในอันที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขาเลือกทางเดินเอาไว้

ปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของ วรูม (Vroom, 1964) มี 4 ประการ คือ

1. ความคาดหวัง หรือความคาดหวัง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากน้อยของความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และ ผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ)

2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการของพนักงานสำหรับผลลัพธ์ อย่างใดอย่างหนึ่ง ความพอใจอาจจะเป็นบวกหรือลบได้ภายในสถานการณ์ของการทำงานเราอาจจะคาดหวังได้

ว่าผลลัพธ์ เช่น ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง และการยกย่อง โดยผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจ ในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน หรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางลบ ในทางทฤษฎีแล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจเพราะว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการของบุคคล

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและอาจจะแยกประเภทเป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งจะหมายถึงผลการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลังความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเช่นผลตอบแทนเพิ่มขึ้นหรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

4. สื่อกลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตามทัศนคติของ Vroom นั้น สื่อกลางหรือความคาดหมายแบบที่สองจะอยู่ภายในช่วง + 1.0 ถ้าหากว่าไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้ว สื่อกลางจะมีค่าเท่ากับ 0

Vroom ชี้ให้เห็นว่า ความคาดหมาย และความพอใจ จะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังความพยายามหรือแรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าหากว่าความพอใจหรือความคาดหมายเท่ากับศูนย์แล้ว แรงจูงใจจะเท่ากับศูนย์ด้วย หากพนักงานคนหนึ่งต้องการ เลื่อนตำแหน่งเป็นอย่างมาก (ความพอใจสูง)แต่ไม่มีความเชื่อว่า เขามีความสามารถ หรือทักษะสำหรับการปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายต่ำ) หรือถ้าหากว่า พนักงานมีความเชื่อว่า เขาสามารถปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายสูง) แต่ผลที่ติดตามมาไม่มีคุณค่าสำหรับเขา(ความพอใจต่ำ)แรงจูงใจของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีน้อยมาก ตามทัศนคติของ วรูม (Vroom, 1964) การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งย่อมจะขึ้นอยู่กับ กระบวนการของความคิดดังต่อไปนี้ ซึ่งกระบวนการของความคิดดังกล่าวนี้อาจจะเป็นจิตสำนึกของจิตใต้สำนึกก็ได้

1. ผลลัพธ์ระดับที่สองที่แตกต่างกันมีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่ม เงินเดือน(ความพอใจ)

2. ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง (ผลการปฏิบัติงานที่ดี) จะนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่ง หรือ การเพิ่มเงินเดือนหรือไม่(สื่อกลาง)

3. การใช้กำลังความพยายาม จะประสบความสำเร็จทางด้านผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือไม่ (ความคาดหมาย)

ทฤษฎีความคาดหวังของ วรูม (Vroom, 1964) เป็นทฤษฎีที่ให้คำอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับ การจูงใจ โดยกล่าวถึงประสิทธิภาพของความคาดหวังในความพยายามของแต่ละบุคคลว่าจะเป็นอย่างไบบ้าง และเกิดขึ้นด้วยองค์ประกอบใดเป็นตัวผลักดันสนับสนุน ผลงานของ

วรมมีส่วนสำคัญที่จะชี้ให้บุคคลต่างๆเห็นว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึง พฤติกรรม หรือตำแหน่งที่เหมาะสมของตนเอง หรือของผู้อื่น เป็นความคาดหวัง ที่แสดงออกมาในรูปแบบ ความรู้สึกที่ว่า ควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆหรือต่องานที่ตนรับผิดชอบ อยู่ ทฤษฎีความคาดหวังนี้มีประโยชน์ในการอธิบาย พฤติกรรมของคนในการทำงาน ทั้งยังให้ แนวคิดเกี่ยวกับความก้าวหน้าในอาชีพ โดยการพิจารณาเลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือนเพื่อ ตอบแทนการทำงานของพนักงานควรจะเป็นไปในทางยุติธรรม โปร่งใส เหมาะสมตามความ คาดหวังของลูกจ้าง หรือพนักงานที่ทำงานในห้องจักร

สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรม หรือตำแหน่ง ที่ เหมาะสมของตนเองหรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่นหรืออีกนัยหนึ่ง ความคาดหวังของบุคคล เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรประพฤติ ปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึง การคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน

ในขณะที่ การศึกษาทฤษฎีความคาดหวังโดยการวิเคราะห์ธรรมชาติของผู้กระทำ พบว่า พฤติกรรมนั้นจะถูกตัดสินใจโดยผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ และความต้องการของคนจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของร่างกายและจิตใจเป็นหลัก โดยความต้องการนี้จะถูกสะสมมาเรื่อย ๆ จากอดีตจนถึง ปัจจุบัน ความต้องการของคนอาจก่อให้เกิดความเครียด เมื่อใดก็ตามที่ความเครียดเกิดขึ้น เมื่อนั้น คนก็จะพยายามขจัดหรือปลดปล่อยมันออกไปด้วยพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ที่ตนเห็นว่า เหมาะสม ความสามารถขจัดความเครียดหรือการปลดปล่อยความเครียดนี้ คือความสามารถในการ แก้ปัญหาของตนและความเป็นคนก็จะเห็นได้จากความแตกต่างกันในด้านความสามารถตรงนี้ ดังนั้น ความคาดหวังของคนจึงเป็นตัวนำในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมตลอดมา คนมีความคาดหวัง ในความคิดไว้ก่อนเสมอไม่ว่าคนจะนึกอะไร (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533)

จากการศึกษาของ เลวิน (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533) ก่อให้เกิดประโยชน์หลัก ๆ 3 ประการ คือ 1.กระบวนการตัดสินใจของคนว่าควรส่งเสริมอะไรบ้างจึงจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 2. ทฤษฎีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ และ 3.ทฤษฎีการจูงใจในการทำงาน

รายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวัง ในส่วนพื้นฐานขององค์ประกอบของ ทฤษฎี (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533) มีดังนี้

1. การกำหนดความพยายาม พื้นฐานความคิดของทฤษฎีความคาดหวัง จะกล่าวถึง “การจูงใจ” อันเป็นปัจจัยที่เกิดผลโดยที่ได้จากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ตามเหตุผลของการกระทำ นั้น ๆ

พื้นฐานของปัจจัยที่สำคัญดังกล่าวจะแสดงให้เห็นได้จากไดอะแกรม ต่อไปนี้

3. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น “ถ้าฉันทำดี ฉันจะได้รับรางวัล”

4. คุณค่า หมายถึง ค่าของผลลัพธ์ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูดใจคน รางวัลที่มีค่ามากตามสเกลนิยม คือ การยกย่อง การยอมรับ และคำสรรเสริญจากผู้อื่น ซึ่งตามทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องการจูงใจในการทำงานและความคาดหวังนี้ ผลลัพธ์จะมี 2 ระดับด้วยกันคือ ผลลัพธ์ระดับที่ 1 เป็นเรื่องของผลงาน เช่น ปริมาณ คุณภาพในการผลิต ส่วนผลลัพธ์ระดับที่ 2 เป็นเรื่องของการตอบสนองต่อผลงาน เช่น การจ่ายเงิน การได้รับการสนับสนุนส่งเสริม การเมื่อยล้า และความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จ

5. ความพยายาม เป็นผลรวมของความคาดหวัง การกระทำกับผลลัพธ์ และคุณค่า นั่นคือ คนคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่าสูงถ้าเขาทำงานดี และคนคาดหวังว่าจะทำงานได้ดีถ้าเขาพยายามเต็มที่

นอกจากนี้ทฤษฎีความคาดหวัง ยังเป็นทฤษฎีที่กล่าวไว้อีกว่า บุคคลจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อ เขาประเมินแล้วว่าการบริการนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่า คุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการ ให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะอาดรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ฯลฯ) เลือกลงเอาการบริการที่นำผลลัพธ์ และประเมินเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ จึงเกิดความพึงพอใจ ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่ว ๆ ไปแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาส ความน่าจะเป็นไปได้ ซึ่งตรงกับที่เขาตั้งไว้ในใจ เขาจะเลือกใช้บริการนั้นตลอด (พนิดา ธนพัฒน์พงศ์, 2539)

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพ

ความจริงแล้ว แนวคิดพื้นฐานเรื่องการจัดการด้านคุณภาพมีมาตั้งแต่ สมัยโบราณแล้ว เช่น ในจีน สมัยราชวงศ์โจว (Zhou 1000 ถึง 500 ปีก่อนคริสตกาล) มีการนัดตั้งพนักงานขึ้นหน้างานเพื่อดูแลเกี่ยวกับการผลิต เช่น การจัดเก็บ การผลิต การประกอบ การตรวจสอบ เป็นต้น งานผลิตในสมัยโบราณจะอาศัยทักษะของช่างฝีมือ จึงมีการจารึกชื่อของช่างลงบนชิ้นงาน เช่น บนอาวุธโลหะ หากพบว่า งานชิ้นไหนไม่ได้คุณภาพ ก็จะดูชื่อใครเป็นผู้ผลิตแล้วก็จะนำชื่อคนนั้นไปตีลงโทษ

และต่อมาในยุคที่มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรป (ค.ศ.ที่ 18) จุดประกายให้ เกิดการจัดการด้านคุณภาพยุคใหม่ ประเด็นสำคัญของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งนี้คือ เปลี่ยนจากการผลิตที่ใช้แรงงานคนมาเป็นการใช้เครื่องจักรและผลิตในปริมาณมาก (Mass production) ความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า จึงเป็นสิ่งจำเป็น การจัดการคุณภาพในแง่ ๆ มักเป็นการ

ตรวจสอบและคัดของเสียทิ้งไป แต่วิธีนี้มีข้อเสียคือ ความสิ้นเปลือง และในคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีนักคิด ๕ คนคุณภาพมากมาย เขาใช้วิชา อุตสาหการคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปีพ.ศ. 2548

ความหมายของคุณภาพ ตาม ISO 8402:1994 (อ้างอิงใน ภาควิชาอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2548) ได้ให้ ๕ ความหมายของคำ Quality หรือ คุณภาพ ไว้ว่า ๑ คุณภาพ คือ คุณสมบัติทุกประการของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถตอบสนอง ๒ ความต้องการทั้งชนิดที่ระบุโดยชัดแจ้ง(ทั้งด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์ ๓ อักษร) และชนิดที่ไม่ได้ ๔ ระบุไว้แต่ ๕ ย่อมเป็น ๖ ที่รู้ ๗ ได้ ๘ โดยนัย ซึ่งจากนิยามดังกล่าว สามารถกล่าว โดยสรุปได้ ๙ ว่า ๑ คุณภาพ คือ คุณค ๒ น ๓ า/บริการที่รับรู้โดยลูกค้า ๔

พัฒนาการของแนวคิดเรื่องคุณภาพ จากความหมายและลักษณะของคุณภาพที่ได้ ๕ กล่าวมาข้าง ๖ าง ๗ นั้น ก็พอจะให้ ๘ เราทราบถึงคุณลักษณะเบื้องต้น ๙ ของศัพท์ ๑ ซึ่งแนวคิดด้านคุณภาพได้ ๒ พัฒนาจากการตรวจสอบ (Inspection) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) ไปสู่การประกัน ๓ คุณภาพ (Quality Assurance) และการบริหารคุณภาพ (Quality Management) (อ้างอิงใน ภาควิชา ๔ อุตสาหการคณะวิศวกรรมศาสตร์ ๕ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ๖ ๒๕๔๘)

2.2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและการให้บริการสาธารณะ

การให้บริการสาธารณะตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Service Deliverly และได้มี ๑ วิชาการมาตั้งแต่สมัยมัธยมกันอยู่เป็นประเทศแต่ละประเทศก็มีลักษณะของบริการสาธารณะ ๒ ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม ซึ่งบริการสาธารณะที่จัดทำขึ้นส่วนใหญ่จะมาจากฝ่ายปกครอง ๓ และอาจจะถือได้ว่าเป็นหน้าที่ที่สำคัญยิ่งในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ ๔ ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรง โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ใน ๕ การส่งต่อบริการให้แก่ผู้รับบริการมีนักวิชาการให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการที่ผู้วิจัยจะขอ ๖ นำมากล่าวพอสังเขปดังต่อไปนี้

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2536) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึง ๑ การที่บุคคลกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้ บริการสาธารณะ ซึ่ง ๒ อาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่การส่งต่อบริการให้แก่ประชาชน โดยมี ๓ จุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมการให้บริการสาธารณะที่เป็น ๔ ระบบซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ 1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ 2) บัญชีนำเข้าหรือ ๕ ทรัพยากร 3) กระบวนการและกิจกรรม 4) ผลผลิตหรือตัวบริการ 5) ช่องทางการให้บริการและ 6) ๑ ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

ประยูร การญจนกุล (2491) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการให้บริการสาธารณะว่ามีอยู่ 5 ประการที่สำคัญ

1.บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการหรือในความควบคุมของ ฝ่ายปกครอง

2.บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของ ประชาชน

3.การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะยอมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

4.บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการ หยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆประชาชนย่อมได้รับความ เดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

5.เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน จาก แนวคิดดังกล่าวข้างต้นถึงแม้ว่าจะมองแนวคิดของการให้บริการสาธารณะ

จำกัดขอบเขตอยู่เพียงหน้าที่ของฝ่ายปกครองซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเท่านั้นแต่เมื่อ พิจารณาในแง่ของวัตถุประสงค์แล้วอาจกล่าวได้ว่าก่อนข้างจะครอบคลุมกล่าวคือเป็นการมองว่า การให้บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองต่อความต้องการส่วนรวมของประชาชนมิใช่เพียง บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้คุณค่าที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การเน้น หลักการการให้บริการสาธารณะอันได้แก่ ความต่อเนื่องและความยุติธรรมในการให้บริการ สาธารณะซึ่งหลักกานทั้งสองนี้ได้ถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน

ปี เอ็ม เวอร์มา (Verma, 1986) พิจารณาระบบการให้บริการว่า หมายถึง กระบวนการการ ให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่คิดเกิดขึ้นได้เมื่อ หน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึง

การรับบริการ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิง ระบบ (System Approach) ที่มีกรมอพาหน่วยงานที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เข้าสู่กระบวนการการ ผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ(Output) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตาม แผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้นการประเมินผลจะช่วยให้ทราบถึงผลผลิตหรือการบริการที่เกิดขึ้นว่า ปกติจะเป็นเช่นไรซึ่งจะเป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นปัจจัยนำเข้าต่อไปด้วยเหตุนี้ระบบ การให้บริการสาธารณะลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

อิน จุง วัง (In - Joung Wang, quoted in Suchitra Punyaratabandhu - Bhakdi) มอง ระบบการให้บริการว่าเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ให้บริการจากชุดหนึ่งไปยังอีกชุดหนึ่ง เพื่อให้

เป็นไปตามที่ต้องการ ด้วยเหตุนี้ทำให้เขามองการบริการว่ามี 4 ปัจจัยที่สำคัญ คือ 1) ตัวบริการ (Service) 2) แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (Sources) 3) ช่องทางในการให้บริการ (Channels) และ 4) ผู้รับบริการ (Client groups) จากปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวเขาจึงให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นระบบที่ การเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัวผ่านช่องทางที่เหมาะสม มาจากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

กิลเบิร์ต และ เบอร์กเฮด (Gillbert and Birkhead อ้างถึงในสำนักงานนโยบาย และ แผนกรุงเทพมหานคร 2538) ได้มองว่าการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากรอันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร 3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร และ 4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อ ผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ บริการที่ได้รับจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการ มองว่า หน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการนำปัจจัยนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิตและออกมาเป็นผลผลิต หรือการบริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ บี เอ็ม เวอร์มา จากความหมายที่กล่าวมามีประเด็นสำคัญ คือ การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการซึ่งสามารถวัดได้จากความคิดเห็นหรือ ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อ การให้บริการโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และ ระดับของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเรื่อง ความพึงพอใจไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และวัดระดับ ความรู้สึกของความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อระบบการให้บริการของโรงแรม โดยให้นิยามความ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในความหมายของผู้วิจัย หมายถึงการที่นักท่องเที่ยว เปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับสัมผัสจากการท่องเที่ยว กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงที่นักท่องเที่ยว ได้รับรู้และเกิดความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าหรือสิ่ง กระตุ้น และเนื่องจากความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ เป็นการแสดงผล ออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน ซึ่งมี 3 ลักษณะ คือ 1.ความรู้สึก ทางบวก ได้แก่ ประทับใจ ชอบ พอใจ 2.ความรู้สึกด้านลบ ได้แก่ ไม่ประทับใจ ไม่ชอบ ไม่พอใจ 3. ไม่มีปฏิกิริยา ได้แก่ เฉย ๆ ดังนั้นความพึงพอใจจึงไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอ ไป

3. การโรงแรม

3.1 ความหมายของโรงแรม

การประชุมของ International Hotel Association หรือ IHA ที่เมืองลูเซิร์น (Lucerne) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในปีค.ศ. 1953 ได้ประชุมและได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “โรงแรม” ไว้ว่า

โรงแรม (Hotel) หมายถึงสถานที่ ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักอาศัยชั่วคราวแก่ผู้มาพักโดยมีบริการทางด้านอาหารแก่ผู้ที่มาพักด้วย โรงแรมจะต้องให้บริการตามความต้องการของผู้ที่มาพัก ในด้านที่พัก ด้านอาหารการกิน รวมทั้งการบริการด้านอื่น ๆ อย่างถูกต้องลักษณะ ซึ่งผู้บริหารโรงแรม ควรที่จะเป็นผู้มีความรู้และความสามารถทางด้านการบริหารการ โรงแรม โดยตระหนักถึงคุณภาพของบริการของผู้มาพักเป็นส่วนใหญ่

สำหรับพระราชบัญญัติโรงแรม 2478 มาตรา 3 ให้คำจำกัดความไว้ว่า โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้น เพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว โดยจะต้องมีการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มให้ตามความต้องการของผู้ที่เข้าพัก มีกำหนดไว้ในมาตรา 25 ว่า “เคหะสถานใดใช้ในบ้านพักดังกล่าว คือใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ ซึ่งระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน โดยมีสิทธิ์ให้ใช้ มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้พักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็น โรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น โรงแรม คือ การดำเนินการธุรกิจบริการที่พักอาศัยและอาหารเครื่องดื่มแก่ผู้ต้องการมาพัก โดยมีเงินเป็นผลตอบแทนในการดำเนินกิจการ

3.2 การจำแนกชนิดของโรงแรมและประเภทของโรงแรม

โรงแรมที่ผู้เช่าพักชั่วคราวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน (ปรีชา แดงโรจน์, 2527) คือ

3.2.1 โรงแรมตามทำเลที่ตั้ง (Location)

1) โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities)

เมื่อต้นศตวรรษที่ 20 เมืองต่าง ๆ มักจะมีโรงแรมเล็ก ๆ ในแต่ละเมืองมากกว่า 1 แห่ง มักตั้งอยู่ใกล้ ๆ กับสถานีรถไฟ คนในเมืองมักใช้เป็นที่จัดงานสังสรรค์และเป็นที่พักแรมของบรรดานักเดินทางและนักธุรกิจที่ผ่านไปมา

แต่ต่อมาราคาคนมาค้มสะดวกขึ้น การเดินทางผ่านเมืองเล็ก ๆ มีความจำเป็นน้อยลง นักธุรกิจและนักเดินทางจึงมีการพักแรมน้อยลง ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กจึงอยู่ได้ด้วยรายได้จากการ

จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ขายอาหาร เครื่องดื่ม สำหรับคนท้องถิ่นเท่านั้น ทำให้กิจกรรมจากโรงแรม ขนาดเล็กทรุดโทรมและซบเซาลง

2) โรงแรมขนาดใหญ่ (Large Cities)

เนื่องจากสภาพสังคมและชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป เมืองขยายขึ้น ความสำคัญของเมืองใหญ่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นศูนย์กลางพาณิชย์ อุตสาหกรรม การเงิน เป็นแหล่งดึงดูดให้ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวและค้าขายในเมืองใหญ่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ได้แก่ โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention) คือ โรงแรมซึ่งเหมือนกับเป็นเมืองเล็ก ๆ เมืองหนึ่ง กล่าวคือ มีการบริการทุกอย่างเช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เกษัตริกร ภูตาคาร คีอเทล

เลาจน์ ไนท์คลับ ทีวี และสถานที่ให้ซื้อของมากมาย แยกมาพักสามารถอยู่ได้โดยไม่ต้องออกจากโรงแรมเลย และที่จอดรถได้กลายเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับแขก

3) โรงแรมในสถานตากอากาศ (Resort)

สมัยโบราณเฉพาะคนชนชั้นสูงเท่านั้น ที่เดินทางไปพักตากอากาศ แต่ปัจจุบันนี้ มีคนมีการศึกษามากขึ้น มาตรฐานการครองชีพที่ดีกว่าแต่ก่อน การคมนาคมสะดวกมากขึ้นและราคาถูกลงทำให้ทุกแห่งในโลกนี้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงมีคนจำนวนมากที่ต้องการที่พักตากอากาศ โรงแรมจึงเกิดขึ้นเพื่อให้บริการแก่คนทั่วไป โรงแรมในสถานที่ตากอากาศแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 คือ โรงแรมที่ให้บริการสนทนาการแก่แขกทุกประเภท มีสระว่ายน้ำ สนามกีฬา และเครื่องมือในการเล่นกีฬาในร่มและกลางแจ้ง มีสิ่งบันเทิงต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิดีโอ วงดนตรี ผู้มาพักไม่จำเป็นต้องออกจากโรงแรม โรงแรมแบบนี้จะคิดค่าอาหารวันละ 3 มื้อรวมกับค่าห้องพัก ระบบนี้เรียกว่า แบบอเมริกัน (American Plan)

รูปแบบที่ 2 คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่พักผ่อนหย่อนใจตามธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือเกาะ ส่วนใหญ่โรงแรมสถานตากอากาศของเมืองไทยมักจัดอยู่ในประเภทนี้ คือ โรงแรมที่ให้บริการคล้ายกับแบบแรก แต่จะให้ความสำคัญน้อยกว่า เนื่องจากผู้พักให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งว่า อยู่ใกล้กับสถานที่พักผ่อนที่ตนชอบ โรงแรมประเภทนี้จึงไม่ค่อยนิยมคิดค่าอาหารรวมกับค่าห้องพัก ระบบนี้เรียกว่า แบบยุโรป (European Plan)

4) โรงแรมท่าอากาศยาน

โรงแรมประเภทนี้เจริญเติบโตขึ้นมาพร้อม ๆ กับการเจริญเติบโตของ อุตสาหกรรมการบิน จากสภาพของที่พักของท่าอากาศยานซึ่งมักจะตั้งอยู่ตามชานเมือง เมื่อเกิดการเลื่อนหรือยกกำหนดการบินเป็นวันต่อไปก็ต้องค้างแรม ความต้องการห้องพักจึงเกิดขึ้น มีการสร้างโรงแรมใกล้ ๆ กับท่าอากาศยานเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการเดินทางให้กับผู้โดยสาร

เหล่านี้ จะ ได้ไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าพักในตัวเมือง โดยไม่ต้องเผชิญกับปัญหาการจราจรติดขัด

โรงแรมประเภทนี้จะต้องมีจำนวนห้องไม่ต่ำกว่า 100 ห้อง มีภัตตาคาร คอฟฟี่ช็อป และห้องอาหาร นอกจากนี้ยังต้องมีการให้บริการในเรื่องของห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง เนื่องจากรายได้จากค่าที่พักของผู้โดยสารที่มีปัญหาในการเดินทางเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ จึงต้องใช้สิ่งเหล่านี้ดึงดูดให้คนในท้องถิ่นและบริษัทธุรกิจในบริเวณใกล้เคียงมาใช้บริการของโรงแรมเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรมอีกทางหนึ่ง

3.2.2 โรงแรมตามความหรูหรา

ระดับความหรูหราของโรงแรมแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยจะมีเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ในการแบ่งแตกต่างกันไป ซึ่งแต่ละภูมิภาคก็มีการแบ่งที่ไม่เหมือนกัน แต่โดยทั่วไปจะใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานในการจัดระดับจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- 1) จำนวนห้องพัก
- 2) อัตราค่าห้องพัก
- 3) การตกแต่งและวัสดุที่ใช้
- 4) อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในห้องพัก
- 5) ชนิดของห้องพัก
- 6) ทำเลที่ตั้งของโรงแรม รวมถึงความสะดวกในการคมนาคม
- 7) ชื่อเสียงของโรงแรม
- 8) เงินทุนที่ใช้ในการก่อสร้างโรงแรม
- 9) ลักษณะของการดำเนินงานและบริการ

3.2.3 สำหรับโรงแรมในประเทศไทย แบ่งได้ดังนี้ (จงกลณี เลิศสุจริตกุล, 2532)

1) โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe Hotel) เท่ากับระดับ 5 ดาว คือ โรงแรมที่มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตร พร้อมเตียงสะอาอดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ซึ่งมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์สะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วนพร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก และโทรศัพท์วางอยู่ภายใน นอกจากนี้ยังมีห้องชุดให้เลือกใช้บริการถึง 3 แบบ ห้องอาหารซึ่งให้บริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้อง

นวด สระว่ายนํ้า ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

2) โรงแรมชั้นหนึ่ง (First-Class Hotel) เท่ากับระดับ 4 ดาว โรงแรมที่มีการตกแต่งสวยงาม พร้อมด้วยการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ห้องพักมาตรฐานซึ่งกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ที่มีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่องรายการ มินิบาร์ กาต้มนํ้าร้อน พร้อมชา กาแฟ ชุด پذیرแขก ถูงซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทรทางไกล/ต่างประเทศได้โดยตรง ห้องนํ้าที่มีเครื่องใช้ครบถ้วน อุปกรณ์ในห้องนํ้า ได้แก่ แชมพู ผ้าเช็ดมือ ไดรเป้าผม ปลั๊กไฟสำหรับโกนหนวด มีห้องชุดให้บริการ 2 แบบ นอกจากนั้นยังมีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิด ห้องอบไอนํ้า ห้องนวด สระว่ายนํ้า Business center ห้องประชุมใหญ่และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

3) โรงแรมชั้นสอง (Second-Class Hotel) หรือ Standard Class Hotel เท่ากับระดับ 3 ดาวคือ โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับปานกลาง อาทิ ห้องพักขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร ซึ่งมีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน ภายในห้องนํ้ามีอ่างอาบน้ำ ระบบนํ้าร้อนนํ้าเย็น สบู่ หมวกอาบน้ำ แก้วนํ้า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถูงใส่ผ้าอนามัย บริการอื่น ๆ ที่มี เช่น รุมเซอร์วิส Coffee shop ห้องประชุมและอุปกรณ์ที่จำเป็น Business center ห้องนํ้าสาธารณะ ห้องนํ้าคนพิการ เป็นต้น

4) โรงแรมชั้นสาม (Third-Class Hotel) เท่ากับระดับ 2 ดาว คือโรงแรมที่มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปไว้บริการ อาทิ ห้องพัก ที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว โชคคล้องประตู พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ นํ้าดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และโทรศัพท์ติดต่อกภายใน ห้องนํ้าแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระ เป็นต้น

5) โรงแรมชั้นประหยัด (Economic-Class Hotel) เท่ากับระดับ 1 ดาว คือโรงแรมที่มีห้องพักที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ ภายในห้องนํ้ามีผ้าเช็ดตัว และกระดาษชำระไว้บริการ

4. การให้บริการของโรงแรม

การให้บริการหรือการขายบริการ เป็นวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากโรงแรมจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการผลิตที่มุ่งขายให้ได้กำไรให้คุ้มกับการบริหารงานและทุนที่ลงไป งานบริการของโรงแรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม และการให้บริการจากพนักงาน จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ในการที่จะทำให้แขก

ประทับใจต่องานบริการของโรงแรมจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาหัวข้อดังต่อไปนี้ (กฤษณา โอบสุวรรณ, 2550)

4.1 คุณลักษณะของงานบริการ

งานบริการต่าง ๆ ในโรงแรม มีคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

4.1.1 งานบริการเป็นงานที่เสียโอกาสได้ง่าย กล่าวคือ ห้องพักรที่ว่างในแต่ละวันไม่สามารถเก็บไว้ขายในวันต่อไปได้ และในช่วงที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากเกินกว่าห้องพัก การบริหารจัดการที่ดียังไรก็ไม่สามารถที่จะได้ประโยชน์จากส่วนนี้ได้เหมือนกับอุตสาหกรรมโรงงานอื่น ๆ

4.1.2 งานบริการเป็นกรรม กล่าวคือ วัดเป็นขนาดหรือปริมาณเป็นตัวเลขไม่ได้ จึงเป็นการยากที่จะชี้ชัดออกมาถึงผลกำไรที่ได้จากการไปใช้บริการของโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง กำไรที่ได้รับอาจเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพของพนักงานโรงแรม การสร้างภาพลักษณ์ที่จะดึงดูดลูกค้า จึงเป็นการยากที่จะเปรียบเทียบเพราะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน

4.1.3 งานบริการแตกต่างตามลักษณะของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กล่าวคือการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวคนนี้อาจจะแตกต่างไปจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่อยู่ห้องถัดไป ซึ่งอาจจะเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมีจุดมุ่งหมายที่ต่างกัน บางคนอาจมาประชุม บางคนอาจมาพักผ่อนวันหยุดสุดสัปดาห์ ในขณะที่บางคนมาจัดการเรื่องธุรกิจ หรืออาจจะเนื่องมาจากพนักงานบางคนชอบที่จะบริการนักท่องเที่ยวประเภทหนึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่ง เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยุ่งยากในการที่จะควบคุมดูแลให้งานด้านบริการมีมาตรฐานเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ด้านอุตสาหกรรม

4.1.4 งานบริการขึ้นกับการสัมผัสและประสบการณ์ กล่าวคือ งานบริการจะไม่เหมือนกับการดำเนินงานของโรงแรมอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ผู้ผลิตกับผู้บริโภคไม่เคยมาติดต่อกัน ซึ่งจะเป็นไปไม่ได้ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับบริการ นักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ด้านบริการจากโรงแรมเมื่อมีปติสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับโรงแรมเท่านั้น ในเรื่องนี้เป็นสิ่งทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกพักโรงแรม จากประสบการณ์ที่เคยได้รับการอำนวยความสะดวกครั้งก่อน ๆ ซึ่งไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์จากโรงงานที่สามารถอธิบายลักษณะจากการถ่ายภาพ การวัดขนาด หรืออาจจะชิมก่อนซื้อได้

4.1.5 ผู้ซื้อบริการไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ กล่าวคือ อาคาร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการพักค้างยังคงเป็นทรัพย์สินของเจ้าของโรงแรม นักท่องเที่ยวเป็นผู้มาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และครอบครองในช่วงที่มาพักในโรงแรมเท่านั้น

4.2 ความสำคัญของงานบริการต่อธุรกิจโรงแรม

การบริการเป็นเรื่องสำคัญในธุรกิจโรงแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ผลการสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกที่พัก ปรากฏว่าปัจจัยการให้บริการมีความสำคัญอยู่ในลำดับที่ 3 รองลงมาจากปัจจัยของที่ตั้งโรงแรมและความปลอดภัย (มาฆะ จิตตะสังคะ, 2543) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่จะต้องให้ความเอาใจใส่

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงผลการสำรวจปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พัก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ลำดับความสำคัญ (ร้อยละ)
ที่ตั้งโรงแรม	97
ความปลอดภัย	95
การให้บริการ	91
คุณภาพสมราคา	90
สิ่งอำนวยความสะดวกต่อธุรกิจ	81
สิ่งของเครื่องใช้ในห้องพัก	79
ห้องพักขนาดใหญ่	79
ห้องอาหาร	70
บรรยากาศดี	60
ห้องปลอดบุหรี่	59
สถานที่ออกกำลังกาย	51
ศิลปวัฒนธรรม	29
ความบันเทิง	25
ภาพลักษณ์ของโรงแรม	18

ที่มา: (Powers, 1995 อ้างถึงในมาฆะ จิตตะสังคะ และคณะ, 2543)

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวของ ชอยส์แล ชู (Choi and Chu, 2001) โดยแบ่งออกเป็น 7 ปัจจัย ดังนี้

- 1.คุณภาพการบริการของพนักงาน
- 2.คุณภาพห้องพัก
- 3.สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก
- 4.การให้บริการทางธุรกิจ
- 5.ความคุ้มค่าเงิน
- 6.ความปลอดภัย
- 7.สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม

นอกจากนั้น การบริการของโรงแรมยังมีความสำคัญต่อผู้รับบริการ ทั้งการอำนวยความสะดวก การให้ความสบาย และการให้ความบันเทิง ตลอดจนการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

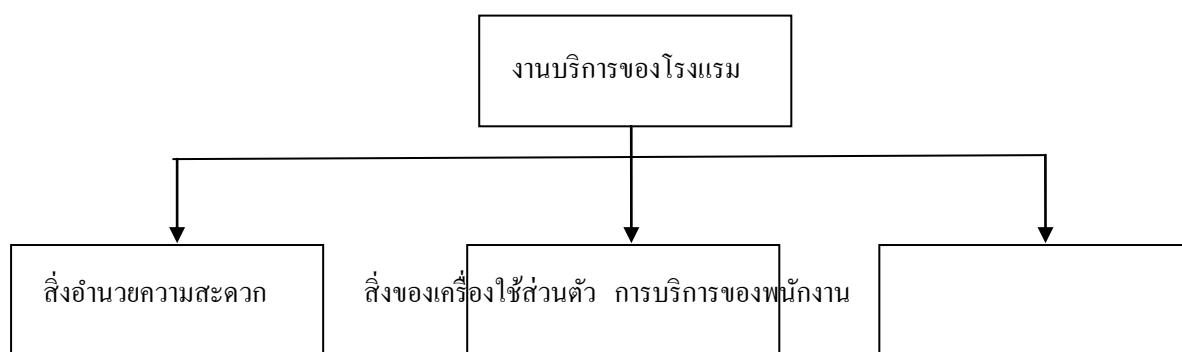
1. การอำนวยความสะดวก การดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทั้งกิจกรรมเนื่องในวาระพิเศษหรือกิจกรรมประจำวัน อาจใช้บริการของโรงแรมได้ เช่น การจัดเลี้ยง การนัดพบปะสังสรรค์ การจัดงานแต่งงาน การจัดประชุมสัมมนา ฯลฯ หรือการให้บริการเฉพาะ เช่น การจัดดอกไม้ การซักรีดเสื้อผ้า ก็อาจใช้บริการจากโรงแรมบางแห่งได้เช่นกัน
2. การให้ความสบาย การที่ต้องไปพักค้างในสถานที่อื่นซึ่งไม่ใช่ที่บ้าน อาจทำให้หลายคนเกิดความยุ่งยากในการนำเครื่องใช้ส่วนตัวตลอดจนสัมภาระที่จำเป็น และอาจจะกังวลว่าที่พักอาจจะไม่สะดวกสบายเหมือนบ้านตนเอง ดังนั้น โรงแรมจึงมักเป็นที่ที่ให้ความสะดวกสบายแทนบ้าน มีการจัดข้าวของเครื่องใช้พร้อมบริการ เช่น เตียง ที่นอน ตู้ใส่เสื้อผ้า โต๊ะเขียนหนังสือ ผ้าเช็ดตัว สบู่ ยาสีฟัน ฯลฯ และมีการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ การให้บริการต่าง ๆ เหล่านี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาพักค้าง โดยคาดหวังว่าเมื่อผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจแล้วจะกลับมาใช้บริการอีก หรือบอกต่อไปยังผู้อื่น
3. การให้ความบันเทิงและเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมส่วนใหญ่มีการจัดแหล่งบันเทิงเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น บาร์ คลับ มีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมการบรรเลงดนตรี หรือการร้องเพลงขับกล่อม โรงแรมบางแห่งอาจตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ตามป่าเขาลำเนาไพร บริเวณน้ำตก หรือแถบชายทะเล จะช่วยให้แขกผู้พักได้มีการพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศได้รับความเพลิดเพลินอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ปัจจุบันยังมีการบริการอื่น ๆ เพิ่มขึ้นในโรงแรมบางแห่ง เช่น สถานที่ออกกำลังกายพร้อมอุปกรณ์ การบริการนวดตัว การบินการอาบน้ำแร่ในบริเวณที่มีแหล่งน้ำแร่ตามธรรมชาติ เป็นต้น

4.3 องค์ประกอบของงานบริการในโรงแรม

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น ห้องพักที่สะอาดและกว้างขวาง ล็อบบี้ที่ตกแต่งสวยงาม ห้องอาหารอาหารประเภทต่าง ๆ ให้เลือก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของงานบริการในโรงแรม แต่ถ้าขาดคนดูแลแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหลายก็ไม่อาจจะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้

งานบริการของโรงแรมโดยทั่วไป จึงประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว และการบริการจากพนักงาน จะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ เพราะพนักงานจะต้องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหลายเหล่านั้นมาเป็นเครื่องมือในการบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 2.5



1. สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสถานที่และอุปกรณ์ที่ทางโรงแรมจัดไว้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะมีมากน้อยแตกต่างกันไป ทั้งขนาด คุณภาพ และปริมาณ ขึ้นอยู่กับนโยบายการดำเนินงานของแต่ละโรงแรม ตัวอย่างของสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องพัก ห้องอาหาร ภัตตาคาร บาร์ ห้องจัดงาน ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ เป็นต้น

2. สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว เป็นสิ่งที่ทางโรงแรมจัดไว้ให้ใช้ระหว่างมาพักที่โรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้ไม่ต้องนำมาจากบ้าน เช่น ผ้าเช็ดตัว สบู่ มีดโกนหนวด ยาสระผม กระดาษเขียนจดหมาย ซองจดหมาย ปากกา เป็นต้น

3. การบริการของพนักงาน ขอบเขตการให้บริการขึ้นกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรมว่ามีมากน้อยเพียงใด ทำที่และคุณภาพของการบริการขึ้นกับความเอาใจใส่ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ

การบริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่นำมาใช้ในการแข่งขันธุรกิจ โรงแรม ผู้จัดการของ โรงแรมชั้นนำหลายแห่งทั่วโลกต่างให้ความเห็นว่า งานบริการของโรงแรมเป็นปัจจัยหลักของการ ดำเนินธุรกิจโรงแรม แต่ละโรงแรมสามารถหาสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวที่มี คุณภาพมาบริการนักท่องเที่ยว แต่สิ่งที่บอกถึงความแตกต่างระหว่างโรงแรมที่จะมาเลือกใช้บริการ คือการบริการของพนักงาน

คุณสมบัติของพนักงานโรงแรม โดยเฉพาะผู้ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงจึง เป็นเรื่องสำคัญ ผู้ที่จะให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

- เป็นคนสุภาพและมีความเป็นมิตร
- เป็นคนกระฉับกระเฉงและมีประสิทธิภาพ
- เป็นคนประณีต ทันสมัย และสะอาดตา
- เป็นคนมีความสามารถในการให้บริการ
- เป็นคนมีความสามารถในการขาย

ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันการให้บริการในระหว่างโรงแรม โดยในบางโรงแรมจะมีสิ่ง อำนวยความสะดวก สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว การมีพนักงานให้บริการอย่างชำนาญ การใช้เวลา บริการนานกว่า แต่เนื่องจากการให้บริการโดยพนักงานเป็นเรื่องของเทคนิคเฉพาะของแต่ละ โรงแรมที่จะนำมาใช้ และเป็นเรื่องที่มีรายละเอียดอ่อนเกินกว่าที่จะนำมากำหนดเป็นมาตรฐานการ ปฏิบัติได้ ดังนั้นสมาคมโรงแรมไทยจึงได้กำหนดมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งของ เครื่องใช้เพื่อเป็นหลักในการให้บริการไว้ โดยโรงแรมใดจะเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย จะต้องมีมาตรฐานดังนี้

- 1.ขนาด จะต้องมียอดห้องพักไม่น้อยกว่า 60 ห้อง
- 2.ห้องพัก
 - ในห้องพักทุกห้องจะต้องมีห้องน้ำรวมอยู่ด้วย
 - ห้องพักรวมห้องน้ำทุกห้องจะต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 20 ตารางเมตร
- 3.การบำรุงรักษาส่วนประกอบต่าง ๆ ของโรงแรม ได้ทำการทะนุบำรุงให้อยู่ในสภาพ ดี
- 4.สถานที่จอดรถ มีสถานที่จอดรถยนต์ ยานพาหนะที่เพียงพอ สัมพันธ์กับจำนวน ห้องพัก ห้องอาหารที่มีไว้บริการตามพระราชบัญญัติ
- 5.ระบบการปรับอากาศ
 - ส่วนห้องพักและส่วนใช้ร่วมทั้งหมดและอาคาร โรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จะต้องมียระบบปรับอากาศ

-ร้อยละ 75 ของห้องพักในโรงแรมนอกเขตกรุงเทพมหานคร จะต้องมียุทธศาสตร์ปรับ

อากาศ

6.ห้องน้ำ

- มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบและคุณภาพดี
- มีน้ำร้อน น้ำเย็น ตลอด 24 ชั่วโมง
- พื้นและผนังบุด้วยวัสดุที่บ่มที่สวยงามและประณีต
- มีห้องน้ำสาธารณะที่มีจำนวนและขนาดที่เหมาะสมในส่วนใช้ร่วม

7.บริการต้อนรับ

- มีสถานที่พร้อมทั้งบริการต้อนรับ ให้ข่าวสารและขนย้ายสัมภาระ
- มีพนักงานบริการส่วนหน้าที่มีความรู้ภาษาต่างประเทศ

8.ลิโอบบี้ของ โรงแรม ต้องมีลิโอบบี้ที่มีขนาดสัมพันธ์กับชนิดและขนาด โรงแรม มีบริเวณต้อนรับและบริเวณพักผ่อนอยู่ด้วย

9.ห้องรับฝากของ

- มีบริการตู้ลิโอบบี้ไม่ต่ำกว่า 20 ของจำนวนห้องพัก
- มีห้องพักและบริการรับฝากของเบ็ดเตล็ด

10.ร้านค้า จะต้องมียานจำหน่ายหนังสือ ตัวแทนบริษัทการบิน ร้านขายยา ร้านขายของใช้เบ็ดเตล็ดในโรงแรมหรือบริเวณใกล้เคียง

11.บริการสื่อสาร

- มีบริการไปรษณีย์โทรเลข
- มีบริการโทรศัพท์ทางไกล
- มีบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ

12.ลิฟต์

- จะต้องมีลิฟต์สำหรับตัวตึกที่สูงเกิน 3 ชั้น
- มีจำนวนสัมพันธ์กับจำนวนห้องพัก
- มีบริการตลอด 24 ชั่วโมง

13.ระบบแสง การจัดระบบแสงและการตกแต่งไฟในห้องพัก ห้องน้ำ ห้องสาธารณะ ทางเดินและส่วนใช้ร่วมทั้งหมดที่ออกแบบสวยงามและได้ความสว่างที่เหมาะสม

14.โทรศัพท์

- ในห้องพักทุกห้องจะต้องมีโทรศัพท์ติดต่อกายใน
- มีโทรศัพท์ติดต่อกายนอกได้

- จะต้องมีโทรศัพท์สาธารณะไว้บริการในบริเวณล็อบบี้ของโรงแรม
- 15.ห้องอาหาร มีห้องอาหารและ/หรือคอฟฟี่ช็อป บาร์ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการอาหารประเภทต่าง ๆ ในอาคารโรงแรม หรือสถานที่ในเขตโรงแรม
- 16.ครัว ห้องครัว ห้องเตรียมอาหาร จะต้องออกแบบให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีอุปกรณ์พร้อม มีการดูแลรักษาอย่างดี สะอาดและถูกสุขลักษณะอนามัย
- 17.เครื่องใช้ที่เป็นผ้า
 - ผ้าปูที่นอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว และเครื่องใช้ที่เป็นผ้าทั้งหมดจะต้องมีคุณภาพดีและรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี
 - ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ต้องเปลี่ยนทุกวัน
- 18.ภาชนะเครื่องใช้
 - เครื่องใช้ที่เป็นโลหะจะต้องถูกขัดให้สะอาดอยู่เสมอ
- 19.การบริการและพนักงาน
 - มีบริการอาหารในห้องพัก
 - มีบริการซักรีด ซักแห้ง
 - พนักงานสวมเครื่องแบบที่สะอาด
- 20.การรักษาความปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง
- 21.ระบบไฟฟ้าสำรอง
 - มีระบบไฟฟ้าฉุกเฉินใช้ในส่วนใช้ร่วม เช่น ห้องโถง ทางเดิน บันได เป็นต้น
 - มีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่สามารถจ่ายกระแสไฟฟ้าใช้ในยามฉุกเฉิน
- 22.บริการด้านการแพทย์ มีบริการด้านการแพทย์ที่เรียกได้เมื่อเกิดความจำเป็น
- 23.การป้องกันเพลิงและทางหนีไฟ
 - มีระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย
 - มีอุปกรณ์และระบบป้องกันอัคคีภัย
 - มีทางหนีไฟที่ถูกต้องและเพียงพอ
- 24.ระบบน้ำเสีย มีระบบบำบัดน้ำเสียที่สัมพันธ์กับปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออกมา
- 25.สระว่ายน้ำ มีสระว่ายน้ำพร้อมห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า
- 26.บริการพิเศษอื่น ๆ มีบริการพิเศษอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยวผู้มาพัก เช่น สนามเทนนิส ห้องเสริมสุขภาพ เป็นต้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

บุษยา สุธีธร และ ภัสวลิ นิติเกษตรสุนทร (2541) ได้ทำการศึกษา “เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในด้านต่างๆที่เป็นจุดดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวรวมถึงด้านวัฒนธรรม ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นไทย โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวเฉพาะในจังหวัดที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี 2541 พฤติกรรมการรับข่าวสารการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ เจตคติที่มีต่อสิ่งจูงใจด้านการท่องเที่ยวก่อนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยระหว่างการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหานั้นที่นักท่องเที่ยวเผชิญระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยการวิจัยแบบสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากภูมิภาคต่างๆ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 120 คน มีผลการวิจัยดังนี้ คือ

โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามจากการสัมภาษณ์ ซึ่งการศึกษาพบว่า อัตราการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเติบโตสูงขึ้น ร้อยละ 7.53 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุดในช่วงเดือนธันวาคม 2541 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามา คือ เข้ามาในช่วงเวลาพักผ่อน สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานวิชาชีพ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยนานที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากยุโรป แหล่งข้อมูลที่รู้จักประเทศไทยมากที่สุดคือ ญาติพี่น้อง /เพื่อน รองลงมาคือสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต จัดเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความเชื่อถือและใช้เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักประเทศไทย สิ่งจูงใจด้านการท่องเที่ยวก่อนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั่นก็คือ ทะเลและชายหาดของประเทศไทยที่มีความสวยงาม สำหรับอาหารไทยมีความสำคัญในระดับกลางที่จูงใจนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ความประทับใจของนักเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารไทย การจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ที่พัก ค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในประเทศไทย วัฒนธรรมประเพณี ฯลฯ ส่วนปัญหาอุปสรรค ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เผชิญ คือ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหาเกี่ยวกับการขอรับบริการจากหน่วยราชการ ปัญหาด้านการสื่อสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีภาพลักษณ์ค่อนข้างดี กล่าวคือ ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกดีขึ้นเมื่อได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เปรมวดี ณ นครพนม (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมชาวจีนที่มีต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ใน การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยว ด้วยตนเองนี้ สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มตามลักษณะอาชีพ คือ นักเรียนหรือนักศึกษา พนักงาน บริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ และแม่บ้าน กลุ่มที่มีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวมากคือ นักเรียนหรือนักศึกษา รองลงมาคือกลุ่มพนักงานบริษัท

แรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้คือ สถานที่ท่องเที่ยวของไทย รองลงมาคือประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก และครอบครัวหรือญาติมิตร ชักชวน หากพิจารณาแรงจูงใจตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มพนักงานบริษัท แม่บ้าน และ พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ มาท่องเที่ยวเนื่องจากมีสถานที่ที่ตนเองอยากไปในส่วนใหญ ส่วนกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษามาท่องเที่ยวเนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยว ชาวจีนปัจจุบันเริ่มเจาะจงสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนคำชักชวนของผู้อื่นมีอิทธิพลน้อยลง

ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรมชาวจีนยังมีอิทธิพลต่อระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มนี้ไม่ต้องการหยุดงานท่องเที่ยวเป็น เวลานาน กลุ่มที่มีเวลาพักนานคือนักเรียน นักศึกษา

ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่นิยมการท่องเที่ยวอย่างหรูหรา ส่วนใหญ่ เลือกที่พักราคาประหยัด ใช้รถบริการสาธารณะ รับประทานอาหารตามรถเงินແຜงลอย นักศึกษา นิยมพักในเกสต์เฮาส์ ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นิยมพักโรงแรม นับเป็นพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยน ไปจากค่านิยมเดิม

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ พระบรมหาราชวังและวัดพระแก้ว รองลงมาคือวัดที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนี้ยังอิงอยู่กับความนิยมเดิม ๆ ของชาวจีน อย่างไรก็ตามไม่ว่าการ ท่องเที่ยวในความสนใจกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ดังเห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำ ได้รับความนิยมมากเช่นกัน

การท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวประสบปัญหาการถูกลักลวงจากคนขับแท็กซี่และคนขับรถสามล้อเครื่องมากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดหวังที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกโดยมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ต้องการที่พักที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นให้มากขึ้น นับได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้เป็นกลุ่มที่จะเติบโตได้ดีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

จิรพร ศรีวัฒนานุกูล กิจและเสกสิน ศรีวัฒนานุกูล กิจ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษาพบว่าการศึกษานี้เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปสงค์ของชาวต่างชาติด้านการพำนักระยะยาวที่จังหวัดเชียงใหม่ คดยการศึกษาจากเอกสาร และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชาวต่างชาติ ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เน้นกลุ่มเกษียณอายุและผู้พำนักด้วยเหตุอื่นที่มาพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกต การถ่ายภาพ และแบบสอบถามโดยทางไปรษณีย์ และได้รับคืนมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ 483 ฉบับ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows คำนวณหาความถี่ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา สรุปได้ว่า

ผู้เกษียณอายุและผู้พำนักด้วยเหตุอื่นที่มาพำนักระยะยาวที่จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 61 – 70 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป และสามารถสนทนาเป็นภาษาไทยในเรื่องง่าย ๆ ได้

ก่อนมาพำนักระยะยาวที่เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเชียงใหม่หลายครั้ง ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2545 โดยพักแต่ละครั้งไม่เกิน 3 เดือน ในช่วงฤดูฝนหรือฤดูหนาว บังคับผลักดันให้ออกนอกประเทศของตนได้แก่ บังคับด้านค่าครองชีพสูง การเดินทางมาทำงาน การมาอยู่กับครอบครัวซึ่งเป็นคนไทย ส่วนบังคับอันดับ 1 ที่พบมาก ได้แก่ เชียงใหม่มีค่าครองชีพต่ำ สำหรับสิ่งที่ไม่ชอบมากที่สุดที่เชียงใหม่ ได้แก่ การจราจรและมลพิษ

ในการพักอาศัยในเชียงใหม่ส่วนนั้น ส่วนใหญ่พักในที่พักที่มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว รองลงมาได้แก่ การพักคอนโดมิเนียม ในการเลือกที่พักนั้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของความสงบของที่พักเป็นบังคับอันดับ 1 และส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในขณะที่พักอาศัยที่เชียงใหม่

ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ทำอาหารรับประทานเองทุกวัน เมื่อมีเวลาว่างอ่านหนังสือและเมื่อเจ็บป่วยส่วนใหญ่เข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลเอกชน สำหรับค่าใช้จ่าย (ไม่รวมค่าอาหาร) ในขณะที่พำนักระยะยาวที่เชียงใหม่ ผู้

เกษียณอายุมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 23,583 บาทต่อคน ส่วนผู้พำนักด้วยเหตุผลอื่น มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 18,122 บาทต่อคน

กฤษฎา โปสุวรรณ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการบริการของโรงแรม ศึกษาเฉพาะโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อการให้บริการ โรงแรมและปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาที่มีผลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการ โรงแรม

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เข้ามาพักค้างคืนที่โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตพัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 136 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 76 คน เป็นเพศชายจำนวน 60 คน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือพนักงานบริษัท

ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านห้องพัก พบว่า ในปัจจัยด้านสภาพห้องพัก โดยรวม อันได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด ความสะดวกสบายและความสวยงาม เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ในปัจจัยส่วนประกอบของห้องพัก เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และในปัจจัยด้านบริการอาหารถึงห้องพัก เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากและเมื่อรวมปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

อัมพวัลณ์ อยู่จ้อย (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิต เพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการศึกษาและเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิต เพลส มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต โดยประชากรในการศึกษา เป็นกลุ่มผู้มาใช้บริการในด้านบริการห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านห้องอาหารดุสิตา จำนวน 11,000 คน และกลุ่มตัวอย่าง 371 คน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิต เพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบริการห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านห้องอาหารดุสิตา อยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิต เพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิต เพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ในภาพรวม และด้านบริการห้องพัก

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านห้องอาหารคูลิตา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นภาวดี พยัคฆโส (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย” โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในปีพ.ศ. 2554 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยทำการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรายบุคคลจำนวน 7 ท่าน โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 39 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 76,000 – 95,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยนิยมเดินทางในช่วงเดือน พฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ โดยระยะเวลาท่องเที่ยว 1 – 2 สัปดาห์ มีจุดประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน มีกิจกรรมหลักคือ การไปชายหาด นิยมแหล่งท่องเที่ยวแบบนันทนาการ/บันเทิง นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้เคยมาเยือนและนิยมเลือกสถานที่พักในรูปแบบโรงแรม มีความสนใจสินค้าและของที่ระลึก คือ ผ้าไหม อีกทั้งยังมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยและต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก

อภิศักดิ์ จรดล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี” โดยวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้า 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรม 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรม 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้า 7) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของ ลูกค้า กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้า และ 8) หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้า ต่อการบริหารจัดการโรงแรม กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรม การวิจัยครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของโรงแรมคุ้มสุพรรณและโรงแรมศรีอุทอง แกรน

ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าที และค่าเอฟ ค่าไค- สแควร์ ค่า Cramer's V และ Correlation

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม คือ ผู้ร่วมเดินทาง ปัจจัยการตลาดที่ใช้ เลือกโรงแรม คือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ราคาห้องพัก 1,000 – 1,500 บาท จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2 – 3 คน และระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน ลูกค้ำมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัด สุพรรณบุรี ด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จูงใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย ในระดับมาก ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้ำที่มี รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับ ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ลูกค้ำที่มีราคาห้องพัก และจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่ มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำระดับ ความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของของลูกค้ำต่อการ บริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูงถึงระดับต่ำมาก

งานวิจัยต่างประเทศ

วิลเลียม (Williams et al., 1999) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตอบสนองของนักท่องเที่ยวต่อค่าธรรมเนียมการตั้งแคมป์ในพื้นที่สัน โดยที่แคลิฟอร์เนีย” โดยเปรียบเทียบถึงประสบการณ์ในการใช้พื้นที่ ประสบการณ์ในการจ่ายค่าธรรมเนียม และอัตราค่าธรรมเนียมที่ยอมรับได้ในกิจกรรม นันทนาการ 18 ชนิด พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ยอมรับอัตราค่าธรรมเนียม 4 ชนิด ได้แก่ การตั้งแคมป์ในพื้นที่สัน โดย การจองเพื่อให้เข้าไปประกอบกิจกรรมแคมป์ปิ้งในพื้นที่สัน โดย การจองรถในพื้นที่บริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทางเดินป่า และการเดินศึกษาธรรมชาติโดยไม่พักค้างแรม โดยปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการสนับสนุนในค่าธรรมเนียม ได้แก่ ระยะเวลาในการพักค้างในพื้นที่ ขณะที่ ปัจจัยด้านความสั้นโดยของการพักค้าง ปัจจัยภูมิถำเนา และปัจจัยด้านรายได้ ส่งผลทางอ้อมต่อการสนับสนุนในค่าธรรมเนียม

มุลเลอร์ และคอฟแมน (Mueller and Kaufmann, 2001) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ: วิเคราะห์ตลาดในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพิเศษ และความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม” โดยศึกษาถึงอุปสงค์ของโปรแกรมเพื่อสุขภาพ ขอบเขตคุณภาพของบริการเพื่อสุขภาพนั้นเพิ่มขึ้น กลายเป็นปัจจัยแข่งขันที่แน่นอน สำหรับเหตุผลนี้ การจัดการคุณภาพแสดงถึงบทบาทที่สำคัญ การวิจัยการตลาดแสดงให้เห็นว่า โรงแรมที่มีค่าเฉลี่ย 3 – 5 ดาว ได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเหมาะสม เพราะฉะนั้น โรงแรมเพื่อสุขภาพ ควรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องของข้อมูลเพื่อสุขภาพ เอาใจใส่แต่ละบุคคล และมีขอบเขตทางวัฒนธรรมที่กว้าง และมีโปรแกรมการผ่อนคลาย ถึงแม้โรงแรมที่เหมือนกัน จะสามารถเป็นทั้งเจ้าบ้านในการดูแลรักษา และเป็นแขกที่มีสุขภาพที่ดี ในเวลาเดียวกัน แต่ 2 สิ่งนี้ ต้องมีการพิจารณาเป็นรายส่วนอย่างละเอียดถี่ถ้วน เมื่อตัดสินใจจะวางกลยุทธ์การตลาด เพราะฉะนั้นเราควรยอมรับว่า การมีสุขภาพที่ดีเป็นการติดตามด้วยตนเองของคนที่มีสุขภาพที่ดี จุดมุ่งหมายที่สำคัญที่สุดคือการป้องกันตนเองอยู่เสมอ เพราะแขกที่มารักษาโดยปกติ นั้น ก็เพื่อมุ่งไปที่การรักษาอาการเจ็บป่วยนั่นเอง

แทท ชอย และ เรย์มอน ชู (Tat Choi and Raymond Chu, 2001) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจในการเข้าพักโรงแรมในฮ่องกงและแนวโน้มในการกลับมาพักซ้ำในอนาคต” โดยได้ศึกษาปัจจัยหลัก 7 ประการ ได้แก่ คุณภาพการบริการของพนักงาน คุณภาพห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การให้บริการทางธุรกิจ ความคุ้มค่าเงิน ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อความพึงพอใจของแขกผู้เข้าพักและแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน คุณภาพของห้องพักและความคุ้มค่าของเงิน

จากงานวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจการบริการ ปัจจัยส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจในการเข้าพักในฮ่องกง

ทากาฮาชิ โทโมยูกิ, ฮารานโน โทชิยูกิ (Takahachi Tomoyuki, Harano Toshiyuki, 2004) ได้กล่าวถึงผลงานวิจัยว่า แม้การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะมีรูปแบบที่แตกต่างกัน บริษัทต่าง ๆ ก็ยังนำวิธีการสำรวจแบบการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้ามาใช้อยู่ นอกจากนี้ปฏิบัติการที่ลูกค้าตอบกลับมาก็แสดงถึงคุณภาพของผลลัพธ์ของแบบสำรวจ ซึ่งการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า นั้นย่อมต้องใช้เครื่องมือ ซึ่งนั่นก็คือ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน (อาทิ พนักงาน ข้อมูล/สื่อสาร การขนส่ง และบริการพื้นฐานอื่น ๆ ก็เพื่อสนอง

ความต้องการพื้นฐานของประชาชน) เพื่อรักษาลูกค้าเก่าที่มีอยู่ นั้นย่อมสำคัญกว่าการออกไปหาลูกค้าใหม่ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการโต้ตอบที่เหมาะสม และข้อความสื่อสารที่ถูกต้องนั้น สามารถรักษาลูกค้าได้อย่างสัมฤทธิ์ผล โดยใช้กรณีศึกษาของอุตสาหกรรมและบริษัทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการขั้นพื้นฐานต่อชีวิตประจำวัน (Daily life infrastructure services) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อการรักษาลูกค้าไว้ โดยจำแนกลูกค้าตามความพึงพอใจและหากกลยุทธ์ในการสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสม โดยแยกตามประเภทธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ สามารถยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ ด้วยการเลือกใช้เครื่องมือที่ถูกต้องเหมาะสม นั่นก็คือการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

นิโคลัส เอฟ มาสซาสินี, อี อีโอนิดู, อี กีโกโลดีส (Nikolaos F. Matsatsinis, E. Ioannidou, E. Grigoroudis, 2006) ได้ทำการศึกษา และกล่าวถึงงานวิจัยว่า ความพึงพอใจของลูกค้า แสดงให้เห็นถึงการจัดการแบบใหม่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการจัดการ และหารูปแบบการทำงาน โดยเน้นลูกค้าเป็นหลัก การหามาตรการในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า จะทำให้ทราบถึงระดับความพอใจ และความคาดหวังของลูกค้าโดยดูได้จากปฏิกริยาโต้ตอบ ซึ่งย่อมมีความหมายและจุดประสงค์เสมอ การศึกษานี้แสดงถึงวิธีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งมีการผสมผสานการวิเคราะห์โดยแยกออกเป็นกลุ่มตามความชอบที่แตกต่างกันไป และการใช้ Data Mining ที่เป็นรูปแบบเดียว ทั้งนี้เพื่อต้องการที่จะทราบถึงวิธีแก้ไขปัญหาของข้อมูลที่ขาดหายไปในช่วงการเก็บข้อมูลครั้งแรก

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เข้ามาพักอาศัย โรงแรมในประเทศไทย ผลสำรวจโดย Master Card Global Destination Cities Index ประจำปี 2555 ศึกษาว่า มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก 12.2 ล้านคน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังกรุงเทพมหานคร โดยจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวรัสเซียของกรมการท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในปีพ.ศ. 2555 เป็นจำนวน 1.31 ล้านคน ทั้งนี้หากเฉพาะเจาะจงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Suzie Sangren, 1999) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5%

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95%

$$e = \text{ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ } \pm 5\%$$

$$\text{แทนค่าออกมาได้ ดังนี้}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 385$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างในที่นี้จะแบ่งออกตามการแบ่งย่านของ โรงแรมในกรุงเทพมหานครซึ่งมีทั้งสิ้น 18 ย่าน (สมาคมโรงแรมไทย, 2555: ออนไลน์) เนื่องจากทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกประทับใจในบริการตามแหล่งศูนย์การค้า (นพธดา นิลเจริญ, 2549) ดังนั้นจึงทำการเลือกโรงแรมโดยใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง (Judgmental Sampling) ที่อยู่ในย่านต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงห้างสรรพสินค้า จำนวน 6 ย่าน ได้แก่ ย่านประตูน้ำ ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท ย่านสยามสแควร์ ย่านเยาวราช และย่านถนนข้าวสาร เป็นจำนวน 6 ย่าน ย่านละ 2 โรงแรม รวมทั้งสิ้น 400 คน

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธี การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling Method) จากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เข้ามาพักอาศัยโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในย่านดังกล่าวข้างต้น เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วยแบบสอบถามภาษารัสเซีย และมีแบบสอบถามภาษาไทยเพื่อผู้ที่ต้องการนำวิจัยไปศึกษาอ้างอิง โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการให้บริการโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกคำตอบ และแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร
แบบสอบถามมีลักษณะเลือกคำตอบ และแบบปลายเปิด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการ
ให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้
เลือก 5 ระดับ ตามแบบ ลิเกิร์ต สเกล (Likert, 1961) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามเชิง
บวกเป็นดังนี้

โดยทั้ง 5 ด้านได้กำหนดรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด ให้	5	คะแนน
พึงพอใจมาก ให้	4	คะแนน
พึงพอใจ ให้	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย ให้	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด ให้	1	คะแนน

เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ แปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้ มีวิธีการสร้างเกณฑ์ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{5} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ระดับความพึงพอใจ ช่วงคะแนน

น้อยที่สุด	1.00 – 1.80
น้อย	1.81 – 2.60
ปานกลาง	2.61 – 3.40
มาก	3.41 – 4.20
มากที่สุด	4.21 – 5.00

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1.ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม

2.ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามเพื่อให้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้เนื้อหาชัดเจนและครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3.นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence, IOC) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุง แก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมของเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามกับวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามกับวัตถุประสงค์สอดคล้องกันหรือไม่

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ไม่สอดคล้องกัน

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องไว้ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.96

4.นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยงหรือความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีความใกล้เคียง 1 มากที่สุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.70 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ โดยผลการทดสอบความเที่ยงได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.81

5.นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน และนำแบบสอบถามไปดำเนินการแปลเป็นภาษารัสเซีย ผ่านผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาหรือเจ้าของภาษา ตรวจสอบเพื่อความแม่นยำของเนื้อหาให้ถูกต้อง ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถาม เพื่อให้เหมาะสม และจึงใช้แบบสอบถามนี้ในการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ได้ทำการติดต่อผู้จัดการ โรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเข้าพัก ทั้งหมด เพื่อช่วยประสานงานในเรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาใช้บริการโรงแรม

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและมีผู้ช่วยในการประสานงานเรื่องการแจกแบบสอบถาม โดยชี้แจงการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซ้ำกัน หรือไม่เคยตอบแบบสอบถามนี้มาแล้วในระยะเวลาที่ทำการศึกษา

3. ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2555

การวิเคราะห์และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวนำมาวิเคราะห์ โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ(Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เนื่องจากเป็นข้อมูลชนิดนามบัญญัติ (Nominal Data)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เนื่องจากเป็นข้อมูลชนิดนามบัญญัติ (Nominal Data)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ระหว่างเพศ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย ค่า “ที” (t-Test) เนื่องจากการทดสอบความแตกต่างของ 2 กลุ่ม

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ระหว่างอายุ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way analysis of variance: ANOVA) ด้วยการทดสอบค่า “เอฟ” (F-Test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความ แตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความ

แตกต่างกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีวิธี แอล เอส ดี (LSD-Least Significant Different) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาใช้บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร แล้วทำการประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ จากนั้นจึงทำการแปลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนก ได้ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อ การให้บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย จำแนกตามเพศ ด้วยการทดสอบค่า “ที”

ตอนที่ 5 การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการ โรงแรม ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย จำแนกตามอายุ ด้วยการทดสอบค่า “เอฟ”

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	169	42.20
หญิง	231	57.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

กลุ่มอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	76	19.00
อายุ 20-40 ปี	282	70.50
อายุ 41-60 ปี	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ต่อมา คือ อายุ 41-60 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	76	19.00
ปริญญาตรี	242	60.50
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	82	20.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา คือ ปริญญาโทหรือปริญญาเอก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	76	19.00
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	59	14.80
พนักงานบริษัท	213	53.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ต่อมา คือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ต่อมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 รูเบิล	76	19.00
5,001 20,000 รูเบิล	21	5.30
20,001 – 50,000 รูเบิล	169	42.30
50,001 รูเบิลขึ้นไป	134	33.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 รูเบิล จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ 50,000 รูเบิลขึ้นไป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ต่อมา คือ ต่ำกว่า 5,000 รูเบิล จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ต่อมา คือ 5,000 20,000 รูเบิล จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวชาวรัสเซียใน กรุงเทพมหานคร

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการโรงแรมใน กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ในปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากสื่อใดในการเลือกโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใดในการเลือกโรงแรมใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	126	31.50
วิทยุ	10	2.50
นิตยสาร / วารสาร	192	48.00
อินเทอร์เน็ต	50	12.50
โปสเตอร์	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ นิตยสาร / วารสาร จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ โทรทัศน์ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ต่อมา คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ต่อมา คือ โปสเตอร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ต่อมา คือ วิทยุ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการ
ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวคนเดียว	50	12.50
ท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ	234	58.50
ท่องเที่ยวกับครอบครัว	79	19.80
ท่องเที่ยวกับทางสถาบัน / หน่วยงาน / องค์กร	37	9.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา คือ ท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ต่อมา คือ ท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ต่อมา คือ ท่องเที่ยวกับทางสถาบัน / หน่วยงาน / องค์กร จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยมา กรุงเทพมหานครที่ครั้งแล้ว

การเคยมากรุงเทพมหานครที่ครั้งแล้ว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	200	50.00
2 ครั้ง	153	38.20
3 ครั้ง	31	7.80
มากกว่า 3 ครั้ง	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมากรุงเทพมหานคร 1 ครั้ง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ 2 ครั้ง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ต่อมา คือ 3 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ต่อมา คือ มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ภาพรวมการ ท่องเที่ยวท่านคิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังมากน้อยเพียงใด

ภาพรวมการท่องเที่ยวท่านคิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังมาก น้อยเพียงใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	94	23.050
ปานกลาง	274	68.50
น้อย	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าในภาพรวมการท่องเที่ยวเป็นไป ตามความคาดหวัง มากที่สุด คือ ปานกลาง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ มาก จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ต่อมา คือ น้อย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มาทำการวิเคราะห์และแปลการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน	3.95	0.52	มาก
2 ด้านคุณภาพของห้องพัก	3.99	0.62	มาก
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.84	0.62	มาก
4 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ	3.60	0.76	มาก
5 ด้านความคุ้มค่าเงิน	3.43	0.67	มาก
6 ด้านความปลอดภัย	3.87	0.55	มาก
7 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม	3.99	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 2 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจ ในด้านคุณภาพของห้องพัก และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) ด้าน การให้บริการทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ($\bar{X}=3.43$)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในประเทศไทย ด้านคุณภาพการบริการของ
พนักงาน

คุณภาพการบริการของพนักงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 พนักงาน โรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	4.01	0.67	มาก
2 พนักงาน โรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน	3.95	0.63	มาก
3 พนักงาน โรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ	3.84	0.73	มาก
4 พนักงาน โรงแรมให้ความใส่ใจติดตามงานของท่านและทำงานสำเร็จ	4.09	0.73	มาก
5 พนักงาน โรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง	3.85	0.74	มาก
รวม	3.95	0.52	มาก

จากตารางที่ 1 3 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคุณภาพการบริการของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) พนักงาน โรงแรมให้ความใส่ใจติดตามงานของท่านและทำงานสำเร็จ ($\bar{X} = 4.09$) (2) พนักงาน โรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.01$) (3) พนักงาน โรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน ($\bar{X} = 3.95$) (4) พนักงาน โรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง ($\bar{X} = 3.85$) (5) พนักงาน โรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
 รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพของห้องพัก

คุณภาพของห้องพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
1 ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม	4.12	0.71	มาก
2 ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่	4.04	0.75	มาก
3 ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย	3.97	0.76	มาก
4 ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี	4.04	0.80	มาก
5 แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.79	0.86	มาก
รวม	3.99	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 4 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคุณภาพของห้องพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.12$) (2) ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่ ($\bar{X}=4.04$) (3) ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี ($\bar{X}=4.04$) (4) ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย ($\bar{X}=3.97$) (4) แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก
ภายในห้องพัก

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพ พร้อมใช้งาน	3.84	0.87	มาก
2 เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องพักมีความสะอาด เรียบร้อย	3.82	0.84	มาก
3 เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่าน อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์	3.91	0.85	มาก
4 ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศที่ดี	3.92	0.77	มาก
5 ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด	3.73	0.90	มาก
6 ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ มีการเปลี่ยน อยู่เสมอ	3.81	0.88	มาก
รวม	3.84	0.62	มาก

จากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก
ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศ
ที่ดี ($\bar{X}=3.92$) (2) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่านอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์
($\bar{X}=3.91$) (3) อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ($\bar{X}=3.84$) (4) เครื่องใช้
ต่างๆ ภายในห้องพักมีความสะอาด เรียบร้อย ($\bar{X}=3.82$) (5) ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ
มีการเปลี่ยนอยู่เสมอ ($\bar{X}=3.81$) (6) ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด ($\bar{X}=3.73$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ

การให้บริการทางธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1 การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย	3.68	0.96	มาก
2 ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ กับทางโรงแรมได้ อย่างสะดวกรวดเร็ว	3.78	0.92	มาก
3 ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆของ ทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน	3.57	1.01	มาก
4 ทางโรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเข้า พักอย่างชัดเจน	3.49	0.94	มาก
5 ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในด้านราคาร่วมกับธุรกิจ อื่น	3.48	0.91	มาก
รวม	3.60	0.76	มาก

จากตารางที่ 1 6 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการให้บริการทางธุรกิจ ในภาพรวม
อยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี
ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ กับทาง
โรงแรมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X}=3.78$) (2) การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย ($\bar{X}=3.68$) (3)
ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆของทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน ($\bar{X}=3.57$) (4) ทาง
โรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเข้าพักอย่างชัดเจน ($\bar{X}=3.49$) (5) ทางโรงแรมมี
โปรโมชั่นในด้านราคาร่วมกับธุรกิจอื่น ($\bar{X}=3.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในประเทศไทย ด้านความคุ้มค่าเงิน

ความคุ้มค่าเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	3.31	0.92	ปานกลาง
2 ทำเลที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา	3.37	0.85	ปานกลาง
3 การบริการของ พนักงานโรงแรมให้บริการท่านตาม มาตรฐานของโรงแรม	3.21	0.85	ปานกลาง
4 มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว	3.48	0.77	มาก
รวม	3.43	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 7 จะเห็นได้ ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคุ้มค่าเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.48$) (2) ทำเลที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา ($\bar{X}=3.37$) (3) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ($\bar{X}=3.31$) (4) การบริการของพนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรม ($\bar{X}=3.21$) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในประเทศไทย ด้านความปลอดภัย

	ความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1	โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ	3.88	0.72	มาก
2	การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก	3.81	0.80	มาก
3	เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก	3.87	0.78	มาก
4	ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่าง ชัดเจน	3.71	0.79	มาก
5	ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่าง ชัดเจน	4.06	0.73	มาก
	รวม	3.87	0.55	มาก

จากตารางที่ 18 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.06$) (2) โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ($\bar{X}=3.88$) (3) เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก ($\bar{X}=3.87$) (4) การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก ($\bar{X}=3.81$) (5) ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{X}=3.71$) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาว
 รัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในประเทศไทย ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก
 ต่างๆ ภายในโรงแรม

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1 อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.99	0.73	มาก
2 ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งในและนอกโรงแรม	4.02	0.76	มาก
3 บริเวณรอบๆ ตัวโรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและ เหมาะสม	4.10	0.76	มาก
4 ทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่เพียงพอและ เหมาะสม	3.93	0.80	มาก
5 ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก	3.90	0.82	มาก
รวม	3.99	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 9 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายใน
 โรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่ม
 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) บริเวณรอบๆ ตัวโรงแรมมี
 แสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X}=4.10$) (2) ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับ
 ข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งในและนอกโรงแรม ($\bar{X}=4.02$) (3) อาหารและเครื่องดื่มมีความ
 หลากหลาย ($\bar{X}=3.99$) (4) ทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม
 ($\bar{X}=3.93$) (5) ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก ($\bar{X}=3.90$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ การทดสอบค่า “ที”

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี
ต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการ ให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน	3.92	0.55	3.96	0.51	-0.78	0.44
2 ด้านคุณภาพของห้องพัก	3.97	0.63	4.00	0.60	-0.51	0.61
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.85	0.64	3.83	0.61	0.35	0.73
4 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ	3.55	0.81	3.64	0.71	-1.13	0.26
5 ด้านความคุ้มค่าเงิน	3.40	0.69	3.46	0.65	-0.85	0.40
6 ด้านความปลอดภัย	3.85	0.56	3.87	0.54	-0.35	0.73
7 ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายใน โรงแรม	3.99	0.61	3.98	0.63	0.20	0.85

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 20 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ
โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามเพศ

ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 พนักงานโรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	4.04	0.66	4.00	0.68	0.58	0.56
2 พนักงานโรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน	3.96	0.64	3.94	0.62	0.30	0.76
3 พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ	3.76	0.77	3.90	0.69	-1.81	0.07
4 พนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจติดตามงานของท่านและทำจนสำเร็จ	4.04	0.74	4.12	0.72	-1.03	0.31
5 พนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง	3.82	0.77	3.87	0.72	-0.77	0.44
รวม	3.92	0.55	3.96	0.51	-0.78	0.44

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 21 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก จำแนกตามเพศ

ด้านคุณภาพห้องพัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม	4.12	0.72	4.11	0.71	0.16	0.87
2 ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่	3.99	0.75	4.07	0.75	-1.13	0.26
3 ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย	3.96	0.76	3.98	0.76	-0.31	0.75
4 ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี	3.99	0.83	4.06	0.78	-0.87	0.38
5 แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.79	0.84	3.78	0.87	0.11	0.91
รวม	3.97	0.63	4.00	0.60	-0.51	0.61

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 22 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามเพศ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	3.89	0.89	3.80	0.86	1.10	0.27
2 เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อย	3.80	0.90	3.84	0.79	-0.43	0.67
3 เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่านอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์	3.91	0.86	3.92	0.84	-0.14	0.89
4 ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศที่ดี	3.95	0.80	3.90	0.75	0.65	0.52
5 ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด	3.76	0.88	3.71	0.92	0.58	0.56
6 ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ มีการเปลี่ยนอยู่เสมอ	3.80	0.90	3.82	0.88	-0.22	0.83
รวม	3.85	0.64	3.83	0.61	0.35	0.73

$p < 0.05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 23 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ จำแนกตามเพศ

ด้านการให้บริการทางธุรกิจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย	3.63	1.03	3.72	0.92	-0.88	0.38
2 ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ กับทางโรงแรมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	3.79	0.96	3.77	0.90	0.13	0.90
3 ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆ ของทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน	3.48	1.10	3.63	0.94	-1.45	0.15
4 ทางโรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเข้าพักอย่างชัดเจน	3.43	0.99	3.54	0.91	-1.20	0.23
5 ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในด้านราคาร่วมกับธุรกิจอื่น	3.42	0.94	3.52	0.89	-1.03	0.30
รวม	3.55	0.81	3.64	0.71	-1.13	0.26

$p < 0.05$ ($t_{00} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 24 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามเพศ

ด้านความคุ้มค่าเงิน	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	3.30	0.99	3.32	0.87	-0.20	0.84
2 ทำเล ที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา	3.32	0.88	3.41	0.83	-1.01	0.31
3 การบริการของพนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรม	3.14	0.86	3.26	0.83	-1.40	0.16
4 มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว	3.84	0.80	3.84	0.75	-0.05	0.96
รวม	3.40	0.69	3.46	0.65	-0.85	0.40

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 25 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย จำแนกตามเพศ

ด้านความปลอดภัย	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ	3.86	0.69	3.90	0.73	-0.53	0.60
2 การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก	3.82	0.83	3.80	0.78	0.27	0.79
3 เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก	3.86	0.79	3.87	0.77	-0.21	0.83
4 ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	3.69	0.80	3.73	0.79	-0.51	0.61
5 ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	4.05	0.75	4.07	0.73	-0.30	0.77
รวม	3.85	0.56	3.87	0.54	-0.35	0.73

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 26 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม จำแนกตามเพศ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.00	0.72	3.99	0.74	0.18	0.86
2 ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม	4.01	0.79	4.02	0.74	-0.20	0.84
3 บริเวณรอบๆ ตัวโรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม	4.12	0.75	4.09	0.76	0.42	0.68
4 ทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม	3.94	0.74	3.93	0.84	0.18	0.86
5 ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก	3.91	0.81	3.89	0.83	0.22	0.83
รวม	3.99	0.61	3.98	0.63	0.20	0.85

$p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 27 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว
รัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุด้วยการทดสอบค่า “เอฟ”

ในส่วนนี้เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี
ต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครเป็นรายด้าน โดยจำแนกตามอายุด้วยการทดสอบค่า “เอฟ”
ซึ่งแสดงในตารางที่ 8-35 ดังนี้

ตารางที่ 28 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการ ให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
1. ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน	3.95	0.57	3.95	0.52	3.89	0.51	0.27	0.76	-
2. ด้านคุณภาพของห้องพัก	3.95	0.65	4.00	0.60	4.02	0.63	0.25	0.78	-
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.82	0.61	3.84	0.63	3.88	0.62	0.14	0.87	-
4. ด้านการให้บริการทางธุรกิจ	3.60	0.77	3.63	0.74	3.38	0.81	2.10	0.12	-
5. ด้านความคุ้มค่าเงิน	3.33	0.77	3.51	0.63	3.11	0.62	7.87	0.00*	3-1,2
6. ด้านความปลอดภัย	3.48	0.66	3.96	0.47	3.91	0.49	26.54	0.00*	1-2,3
7. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม	3.94	0.56	3.99	0.63	4.01	0.67	26.54	0.80	-

*p < 0.05 ($F_{2,385}=3.019$)

ในตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ

ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
1. พนักงานโรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	4.00	0.67	4.02	0.67	3.95	0.70	0.23	0.80	-
2. พนักงานโรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน	3.96	0.62	3.95	0.63	3.88	0.67	0.27	0.77	-
3. พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ	3.72	0.76	3.87	0.71	3.88	0.77	1.21	0.30	-
4. พนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจติดตามงานของท่านและทำจนสำเร็จ	4.18	0.78	4.08	0.71	3.93	0.71	1.69	0.19	-
5. พนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง	3.89	0.72	3.84	0.74	3.81	0.77	0.21	0.81	-
รวม	3.95	0.57	3.95	0.52	3.89	0.51	0.27	0.76	-

$p < 0.05$ ($F_{2, 385} = 3.019$)

ตารางที่ 29 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก จำแนกตามอายุ

ด้านคุณภาพห้องพัก	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
1. ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม	4.13	0.66	4.09	0.72	4.29	0.71	1.43	0.24	-
2. ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่	4.18	0.73	4.01	0.76	3.93	0.71	2.04	0.13	-
3. ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย	3.84	0.80	4.01	0.74	3.98	0.78	1.43	0.24	-
4. ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี	3.89	0.84	4.08	0.78	4.00	0.83	1.62	0.20	-
5. แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.68	0.96	3.80	0.83	3.90	0.85	0.97	0.38	-
รวม	๓	0.65	4.00	0.60	4.02	0.63	0.25	0.78	-

$p < 0.05$ ($F_{2, 385} = 3.019$)

ตารางที่ 30 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
1. อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	3.74	0.93	3.87	0.86	3.83	0.85	0.65	0.53	-
2. เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องพักมีความสะอาด เรียบร้อย	3.91	0.77	3.79	0.87	3.83	0.79	0.55	0.58	-
3. เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่านอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์	4.11	0.72	3.87	0.86	3.88	0.94	2.44	0.09	-
4. ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศที่ดี	3.89	0.76	3.89	0.77	4.17	0.82	2.46	0.09	-
5. ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด	3.59	0.85	3.76	0.92	3.79	0.84	1.15	0.32	-
6. ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ มีการเปลี่ยนอยู่เสมอ	3.67	0.97	3.85	0.85	3.79	0.95	1.26	0.28	-
รวม	3.82	0.61	3.84	0.63	3.88	0.62	0.14	0.87	-

$p < 0.05$ ($F_{2, 385} = 3.019$)

ตารางที่ 31 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ จำแนกตามอายุ

ด้านการให้บริการทางธุรกิจ	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
1. การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย	3.80	0.94	3.71	0.94	3.31	1.09	3.87	0.02*	3-1,2
2. ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ กับทางโรงแรมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	3.83	0.94	3.79	0.91	3.62	1.01	0.76	0.47	-
3. ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆของทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน	3.43	1.02	3.62	0.99	3.45	1.13	1.26	0.28	-
4. ทางโรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเข้าพักอย่างชัดเจน	3.38	1.01	3.56	0.92	3.26	0.96	2.45	0.09	-
5. ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในด้านราคาร่วมกับธุรกิจอื่น	3.57	0.85	3.49	0.93	3.24	0.85	1.83	0.16	-
รวม	3.60	0.77	3.63	0.74	3.38	0.81	2.10	0.12	-

*p < 0.05 ($F_{2,385}=3.019$)

ตารางที่ 32 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นข้อที่ว่า “ การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย ” แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.31$) ให้ความเห็นว่า ด้านการให้บริการทางธุรกิจ ข้อที่ว่า “การจองโรงแรมมีความ สะดวกสบาย” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.80$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.71$)

ตารางที่ 33 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน
ความคุ้มค่าเงิน จําแนกตามอายุ

ด้านความคุ้มค่าเงิน	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
1. ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ	3.18	0.83	3.39	0.93	3.05	0.94	3.43	0.03*	3-2
2. ทำเล ที่ตั้งของ โรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา	3.32	0.88	3.44	0.85	3.00	0.73	5.17	0.01*	3-2
3. การบริการของพนักงาน โรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐาน ของ โรงแรม	3.25	0.91	3.25	0.82	2.83	0.79	4.62	0.01*	3-1,2
4. มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว	3.55	0.90	3.96	0.69	3.57	0.86	11.92	0.00*	2-1,3
รวม	3.33	0.77	3.51	0.63	3.11	0.62	7.87	0.00*	3-1,2

*p < 0.05 ($F_{2,385}=3.019$)

ตารางที่ 33 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ได้ผลดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.11$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน โดยภาพรวม ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.33$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.51$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.05$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.39$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.00$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “ทำเล ที่ตั้งของ โรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.44$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=2.83$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “การบริการของพนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรม ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.25$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.25$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.96$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.55$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.57$)

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน
ความปลอดภัย จำแนกตามอายุ

ด้านความปลอดภัย	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
1. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ	3.61	0.85	3.98	0.67	3.83	0.66	8.76	0.00*	1-2
2. การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก	3.24	0.91	3.95	0.70	3.95	0.70	28.54	0.00*	1-2,3
3. เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่าน สามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก	3.49	0.96	3.97	0.69	3.83	0.66	12.70	0.00*	1-2,3
4. ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	3.22	0.93	3.84	0.70	3.74	0.77	20.04	0.00*	1-2,3
5. ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	3.97	0.75	4.06	0.73	4.19	0.83	1.15	0.32	-
รวม	3.48	0.66	3.96	0.47	3.91	0.49	26.54	0.00*	1-2,3

*p < 0.05 ($F_{2,385}=3.019$)

ตารางที่ 34 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน” ไม่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ได้ผลดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.48$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย โดยภาพรวม ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.96$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.91$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.61$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.98$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.24$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.95$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.95$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.49$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.97$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.83$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.22$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.84$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.74$)

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน
 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม จำแนกตามอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	อายุ						F	p	เปรียบเทียบ รายคู่
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21 – 40 ปี		41 -60 ปี				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
1. อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.96	0.60	4.01	0.77	3.93	0.71	12.99	0.73	-
2. ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูล ทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม	3.79	0.74	4.06	0.77	4.10	0.73	31.72	0.02*	1-2,3
3. บริเวณรอบๆ ตัวโรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม	3.99	0.80	4.11	0.74	4.21	0.81	11.71	0.25	-
4. ทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่เพียงพอและ เหมาะสม	3.92	0.74	3.93	0.81	3.98	0.84	22.09	0.93	-
5. ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก	4.07	0.72	3.85	0.83	3.86	0.90	1.20	0.13	-
รวม	3.94	0.56	3.99	0.63	4.01	0.67	26.54	0.80	-

*p < 0.05 ($F_{2,385}=3.019$)

ตารางที่ 35 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม ” แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.79$) ให้ความเห็นว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=4.06$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=4.10$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียระหว่างเพศ และอายุ ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งหลังจากนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ใช้สถิติที่เกี่ยวข้อง คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ (จำนวนคน) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 รูเบิล ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า มีพฤติกรรมการเลือกโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์/วารสาร โดยส่วนใหญ่พบว่ามักจะมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ๆ และการมาประเทศไทยครั้งนี้ส่วนใหญ่พบว่า เป็นหนึ่งครั้ง อีกทั้งภาพรวมการท่องเที่ยวของชาวรัสเซียคิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังในระดับปานกลาง

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

3.1 ภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจ ในด้านคุณภาพของห้องพัก และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) ด้าน การให้บริการทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ($\bar{X}=3.43$)

3.2 ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคุณภาพการบริการของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) พนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจติดตามงานของท่านและทำงานสำเร็จ ($\bar{X}=4.09$) (2) พนักงานโรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ($\bar{X}=4.01$) (3) พนักงานโรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน ($\bar{X}=3.95$) (4) พนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง ($\bar{X}=3.85$) (5) พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ ($\bar{X}=3.84$) ตามลำดับ

3.3 ด้านคุณภาพของห้องพัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคุณภาพของห้องพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.12$) (2) ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่ ($\bar{X}=4.04$) (3) ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี ($\bar{X}=4.04$) (4) ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย ($\bar{X}=3.97$) (4) แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.79$) ตามลำดับ

3.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก พบว่า จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศที่ดี ($\bar{X}=3.92$) (2) เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่านอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ($\bar{X}=3.91$) (3) อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ($\bar{X}=3.84$) (4) เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องพักมีความสะอาด เรียบร้อย

($\bar{X}=3.82$) (5) ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ มีการเปลี่ยนอยู่เสมอ ($\bar{X}=3.81$) (6) ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด ($\bar{X}=3.73$) ตามลำดับ

3.5 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการให้บริการทางธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ กับทางโรงแรมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X}=3.78$) (2) การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย ($\bar{X}=3.68$) (3) ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆของทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน ($\bar{X}=3.57$) (4) ทางโรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเข้าพักอย่างชัดเจน ($\bar{X}=3.49$) (5) ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในด้านราคาร่วมกับธุรกิจอื่น ($\bar{X}=3.48$) ตามลำดับ

3.6 ด้านความคุ้มค่าเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคุ้มค่าเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.84$) (2) ทำเลที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา ($\bar{X}=3.37$) (3) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ($\bar{X}=3.31$) (4) การบริการของพนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรม ($\bar{X}=3.21$) ตามลำดับ

3.7 ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.06$) (2) โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ($\bar{X}=3.88$) (3) เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก ($\bar{X}=3.87$) (4) การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก ($\bar{X}=3.81$) (5) ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{X}=3.71$) ตามลำดับ

3.8 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากการพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า ทุกข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ (1) บริเวณรอบๆ ตัวโรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X}=4.10$) (2) ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งในและนอกโรงแรม ($\bar{X}=4.02$) (3) อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ($\bar{X}=3.99$) (4) ทางเดินภายในโรงแรมมี

ความแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X}=3.93$) (5) ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก ($\bar{X}=3.90$) ตามลำดับ

4. การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศด้วยการทดสอบค่า “ที”

4.1 ภาพรวม สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ด้านคุณภาพห้องพัก สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณภาพห้องพัก โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการให้บริการทางธุรกิจ โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 ด้านความคุ้มค่าเงิน สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคุ้มค่าเงิน โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7 ด้านความปลอดภัย สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความปลอดภัย โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างเพศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม โดยใช้ค่า t-test พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้วยการทดสอบค่า “เอฟ”

5.1 ภาพรวม สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูล จำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมพบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

5.2 ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูล จำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

5.3 ด้านคุณภาพห้องพัก สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูล จำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพห้องพัก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

5.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลจำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

5.5 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลจำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นข้อที่ว่า “ การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย ” แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.31$) ให้ความเห็นว่า ด้านการให้บริการทางธุรกิจ ข้อที่ว่า “การจองโรงแรมมีความ สะดวกสบาย” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.80$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.71$)

5.6 ด้านความคุ้มค่าเงิน สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลจำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.11$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน โดยภาพรวม ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.33$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.51$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.05$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.39$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.00$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “ทำเล ที่ตั้งของ โรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.44$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=2.83$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “การบริการของพนักงาน โรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของ โรงแรม ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.25$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.25$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.96$) ให้ความเห็นว่า ด้านความคุ้มค่าเงิน ข้อที่ว่า “มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.55$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.57$)

5.7 ด้านความปลอดภัย สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูล จำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่างๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน” ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.48$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย โดยภาพรวม ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.96$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.91$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.61$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.98$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.24$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.95$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.95$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.49$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่างๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.97$) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.83$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.22$) ให้ความเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ข้อที่ว่า “ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=3.84$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=3.74$)

5.8 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม สามารถสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลจำแนกตามอายุ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม พบว่า ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม ” แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.79$) ให้ความเห็นว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ข้อที่ว่า “ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม ” ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 40 ปี ($\bar{X}=4.06$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 41 -60 ปี ($\bar{X}=4.10$)

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะขออภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้าน คุณภาพการบริการของพนักงาน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร นั้น พนักงานต่างๆ ที่ปฏิบัติงานในโรงแรม จะต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในการให้บริการ มีความสุภาพ เรียบร้อย แต่งกายเรียบร้อย และต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่โรงแรมกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด รวมถึงจะต้องมีการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง คล่องแคล่ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา วานรัักษ์สกุล (2552) ที่พบว่า การบริการที่ดีจากพนักงาน ส่งผลต่อการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการโรงแรม อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมชอบวิธีการสื่อสารแบบการติดต่อสัมพันธ์ ถือว่าเป็นไปตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ โอบอ้อมอารี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดังคำกล่าวที่ว่า บริการที่ดีทุกระดับประทับใจ ยังคงใช้ได้ดีสำหรับการบริการความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และเกิดการจดจำ ก็จะเกิดความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

1.2 ด้านคุณภาพของห้องพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า ภายในห้องพักของโรงแรมต่างๆ นั้น จะต้องมีการจัดแบ่งพื้นที่ต่างๆ ออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน และทางโรงแรมจะต้องมีการจัดบรรยากาศภายในโรงแรมไม่ว่าจะเป็นภายนอกห้องพักหรือภายในห้องพัก ให้มีบรรยากาศที่ดี เช่น มีการตกแต่งต้นไม้ หรือการตกแต่งตามเทศกาลต่างๆ เป็นต้น ก็จะทำให้กลุ่มลูกค้ามีความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการในโรงแรม สอดคล้องกับชอย และ ชู (Choi and Chu, 2001) ที่พบว่า โรงแรมควรมีการจัดแหล่งบันเทิงเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น บาร์ คลับ มีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมการบรรเลงดนตรี หรือการร้องเพลงขับกล่อม โรงแรมบางแห่งอาจตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตาม

ธรรมชาติ เช่น ตามป่าเขาลำเนาไพร บริเวณน้ำตก หรือแถบชายทะเล จะช่วยให้แขกผู้พักได้มีการพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศได้รับความเพลิดเพลินอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ปัจจุบันยังมีการบริการอื่นๆ เพิ่มขึ้นในโรงแรมบางแห่ง เช่น สถานที่ออกกำลังกายพร้อมอุปกรณ์ การบริการนวดตัว การบริการอาบน้ำแร่ในบริเวณที่มีแหล่งน้ำแร่ตามธรรมชาติ เป็นต้น

1.3 ด้านคุณภาพของห้องพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า คุณภาพของห้องพักนั้น จะต้องมีความสะอาด มีความสะดวก และอุปกรณ์ภายในห้องพักต่างๆ จะต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และวัสดุที่ใช้ในห้องพักจะต้องมีการเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ เช่น ผ้าเช็ดตัว เป็นต้น สอดคล้องกับกฤษฎณา โบสุวรรณ (2550) ที่พบว่า ในปัจจัยด้านสภาพห้องพักโดยรวม อันได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด ความสะดวกสบายและความสวยงาม เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ในปัจจัยส่วนประกอบของห้องพัก เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และในปัจจัยด้านบริการอาหารถึงห้องพัก เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากและเมื่อรวมปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

1.4 ด้านการให้บริการทางธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำเป็นต้องการให้มีการนำระบบทางอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระค่าบริการต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความสะดวกสบายของลูกค้าที่มาใช้บริการ และทางโรงแรมควรจะต้องมีการแสดงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าใช้จ่ายจากการเข้ามาใช้บริการในโรงแรมอย่างชัดเจน รวมถึงอยากให้ทางโรงแรมมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายต่างๆ ด้วย

1.5 ด้านความคุ้มค่าเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.43$) เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้โรงแรม มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีคุณภาพ และราคาของการเช่าห้องพัก จะต้องมีความเหมาะสมกับราคา และเป็นมาตรฐานตามที่ได้มีการโฆษณาไว้ สอดคล้องกับ เบญญา จันท์กรลับ (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับพื้นที่ใช้สอยและลักษณะการออกแบบที่คุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย โดยให้ความสนใจกับโรงแรมที่มีล็อบบี้ โปรง โลงรับลมธรรมชาติ มีสระว่ายน้ำส่วนกลางแต่สามารถเข้าถึงได้จากห้องพัก ห้องอาหารตั้งอยู่ชั้นบน

ของอาคาร ซึ่งสามารถมองเห็นทัศนียภาพได้ดีที่สุด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวพร้อมที่จะจ่ายค่าที่พัก สูงขึ้นถ้าหากโรงแรมนั้นมีสระว่ายน้ำส่วนตัว หรือมีอ่าง Jacuzzi ภายในห้องพัก

1.6 ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เนื่องจาก นักท่องเที่ยว หลายแห่ง ก่อนการเข้าพักในโรงแรม จะมีการพิจารณาถึงระบบรักษาความปลอดภัยก่อน เช่น การจัดทำป้ายแสดงทางหนีไฟที่ชัดเจน รวมถึงเมื่อเหตุการณ์ร้ายเกิดขึ้น ทางโรงแรมควรมีช่วยเหลือ ชาวต่างชาติ เช่น การให้พนักงานพานักท่องเที่ยว หรือผู้เสียหาย ไปแจ้งความ เป็นต้น สอดคล้องกับ จีรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจและเสกสิน ศรีวัฒนานุกุล กิจ (2547) ที่พบว่า ความปลอดภัย เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านห้องพัก

1.7 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการภายในโรงแรม ต้องการเข้ามาใช้บริการเพื่อเป็นการพักผ่อน และ เป็นการท่องเที่ยว ดังนั้น ทางโรงแรมจึงควรมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไป ทั้งไปทั้งในและนอกโรงแรม เช่น ห้องอาหาร จะต้องมียาอาหารที่หลากหลาย และบริเวณรอบๆ ตัว โรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม รวมถึงทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่ เพียงพอและเหมาะสม เป็นต้น สอดคล้องกับชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2532) ที่พบว่า ธุรกิจและการ บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจใน การใช้บริการ โดยจะต้องอาศัยองค์ประกอบ 8 ประการ คือ การคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร และภัตตาคาร บริการนำเที่ยว สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวร้านค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ความ ปลอดภัย และการเผยแพร่โฆษณา เป็นต้น

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ และอายุ

2.1 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการ ให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ

จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ
โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศชาย กับเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นภาวดี
พยัคฆโส(2555) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียซึ่งพบว่ามีพฤติกรรมระหว่าง
เพศไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการ ให้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ

จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ
โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงาน ด้านคุณภาพห้องพัก และด้านสิ่ง
อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อภิศักดิ์ จรดล
(2555) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้
บริการโรงแรม ยกเว้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการโรงแรมใน
กรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการทางธุรกิจ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่ง
อำนวยความสะดวกในโรงแรม จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้ทำการสำรวจทัศนคติและ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในแต่ละช่วงอายุมี
พฤติกรรมที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ควรมีการฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ ให้กับพนักงานทุกคน ให้มีความรู้ ความเข้าใจ โดยเน้นในเรื่องของการสื่อสาร เพราะจำเป็นอย่างมากในการที่จะให้ความช่วยเหลือ หรืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพักให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการสูงสุด

2. ควรมีการจัดบรรยากาศภายในโรงแรมให้ มีแสงสว่างอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีความสะอาด มีการระบายอากาศที่ดีและอุปกรณ์ภายในโรงแรม ควรอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ เช่น ลิฟต์ จะต้องมีความพร้อมต่อการใช้งาน รวมถึงระบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3. ควรกำหนด ราคาห้องพัก ให้มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง บรรยากาศโดยรอบ การตกแต่งภายในหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึง การบริการของ พนักงานโรงแรม ให้มีความเหมาะสมกับความคุ้มค่าของเงิน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรมีนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพมากยิ่งขึ้น โดยจัดกระบวนการเป็นแบบ One Stop Service คือระบบการบูรณาการข้อมูลของหน่วยงานราชการในการให้บริการกับประชาชนภายใต้โครงการ e-Government โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริการประชาชนในด้านของการให้บริการสาธารณสุข ปลอดภัย ด้านการศึกษา บริการด้านสาธารณสุขและบริการด้านอื่น ๆ

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องมีการเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ภายในประเทศและต่างประเทศ มีกิจกรรมสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างมาตรฐานสู่นานาชาติ

3. กรมการท่องเที่ยว ควรพัฒนามาตรฐาน การบริการด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการสนับสนุนการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยจุดแข็งของประเทศไทยมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว ซึ่งหากพัฒนามาตรฐานของ โรงแรม ร้านอาหาร การคมนาคม ระบบสาธาณูปโภค ระบบการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค ให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ดีขึ้น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติ ที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ในต่างจังหวัด ต่างภูมิภาค เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางพัฒนา แก้ไข ปรับปรุงธุรกิจ โรงแรมให้เป็นที่พึงพอใจของผู้มาใช้บริการ และเกิดความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการ โรงแรมอีกครั้ง

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ เกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจ โรงแรมทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงให้มีคุณภาพ และ เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . แผนการตลาดเร่งด่วนเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวปี 2552. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้ง, 2552.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประเทศรัสเซีย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555.
- กฤษณา ไบสุวรรณ . ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมกรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัณฑิต, สาขารัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: กองทุนตำราภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- กุลวรา สุวรรณภิมล. หลักการมีคฤเทศก์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว, 2548.
- จงกลณี เลิศสุจริตกุล. ธุรกิจโรงแรมกับการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- จิราพร ทัดตะวร. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาหมู่บ้านปราสาทใต้ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2542.
- จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ และเสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ. ความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- จิราภรณ์ อัมพรพรรดี . เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว. คณะศิลปศาสตร์ ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2545.
- ชนิดา วารักษ์สกุล. การรับรู้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. ปณิธานบทความทางด้านวิชาการด้านการท่องเที่ยว : เล่ม 1-2. เชียงใหม่ : ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2532.

- เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธุ์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิภาพของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต, (การบริหารการพัฒนา) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.
- นพรดา นิลเจริญ. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญา บัณฑิต , สาขาวิชารัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- นภาวดี พยัคฆโส. พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต , ภาควิชา การจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.
- บุญบา สุธีธร และภัสวดี นิติเกษตรสุนทร. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยม ประเทศไทย . กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541.
- เบญญา จันท์กลับ. แนวโน้มการพัฒนารูปแบบโรงแรมบูติก : กรณีศึกษาโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต , สาขา การ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- ประยูร กาญจนกุล. กฎหมายการปกครอง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- ปรีชา แดงโรจน์. การโรงแรมฉบับนิสิตนักศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตรีอนันต์, 2527.
- พนิดา ธนพัฒน์พงศ์. การสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.
- พิมพ์นิภา ลิ้มปะถาวรพงษ์. ผลดีและผลเสียจากการทำข้อตกลงยกเลิกการตรวจตรา (Visa) ระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศรัสเซีย . วิทยานิพนธ์ ปริญญา บัณฑิต, สาขาวิชารัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549 .
- มาฆะ จิตตะสังคะ และคณะ. การจัดการและเทคนิคการบริการในโรงแรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2543.
- รายงานภาวะอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2546.
- แสงโสม กออุดม. ผลดีและผลเสียจากการทำข้อตกลงยกเลิกการตรวจลงตรา (Visa)ระหว่างประเทศไทยกับประเทศรัสเซีย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัณฑิต, สาขาวิชารัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

สมาคมโรงแรมไทย. จำนวนย่านของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.thaihotels.org> [07 สิงหาคม 2555]

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท่ามาตี, 2544.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. วิสัยทัศน์ 2570 สู่แผนฯ 11.

สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. สถิติชาวรัสเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.immigration.go.th> [26 มีนาคม 2555]

หลุยส์ จำปาเทศ. จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน์, 2533.

ไอเอสโอ 8402 :1994 ISO 8402:1994 Quality Vocabulary. อ้างถึงในภาควิชาอุตสาหกรรมคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.

อภิศักดิ์ จรดล. พฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2555.

อัมพวัฒน์ อยู่จ้อย . ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมสวนดุสิตเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ โครงการบัณฑิตศึกษารพัฒนา, สำนักกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2551.

ภาษาอังกฤษ

Choi, T. and Chu, R. Determinants of Hotel Guests Satisfaction and Repeat Atroung in the Hong Kong Hotel Industry. [online]. Available from:<http://www.sciencedirect.com/science> [22 March 2012]

Collier and Harraway. Principles of Tourism. Auckland: Longman Paul Ltd.,1997.

Frankel J.. The Making of Foreign Policy: An Analysis of Decision Making. London: Oxford University Press, 1963.

Gilmer, V. H. Industrial Psychology. New York: Mc Graw-Hill., 1973.

Good, C. V. Dictionary of Education. New York: Mc Graw-Hill, 1967.

Green, J., Green, R. & Jefferies, D. J. A Radio- tracking Survey of Otters (Lutra lutra) on a Perthshire River System. 1984.

Holloway, J. C. The Business of Tourism. London: MacDonald and Evans, 1983.

- Kalmykow D. A. Memories of a Russian Diplomat Outposts of the Empire (1893 - 1917).
New Haven, London: Yale University Press, 1971.
- Likert, R. New pattern of management. New York: McGraw – Hill. 1961.
- Mueller, H. and Kaufmann, E, L. Journal of Vacation Marketing. Vol.2 (March, 2001).
- Mullins, J. Management and Organization Behavior. London: Pitman Company, 1985.
- Nikolaos F. Matsatsinis, E. Ioannidou, E. Grigoroudis. Customer Satisfaction Using Data Mining Techniques. Thesis, Universitz Campus, Kounoupidiana, 2006.
- Sangren, S. A simple Solution to Nagging Questions about Survey, Sample Size and Validity.
New York: Ithaca 1999.
- Stevens, T. The Management of Visitor Attractions and Events. New Jersey: Prentice Hall, 1990.
- Takahachi Tomoyuki, Harano Toshiyuki. Communication Strategies using Customer Satisfaction.
Research, Journal of Mitsubishi Research Institute, Japan, 2004.
- Vroom, V. H. Work and Motivation. New York: John Wiley & Sons, 1964.
- Williams, D. R., Christine A. Structural Equation Modeling of Users' Response to Wilderness Recreation Fees. National Recreation and Park Association : In Journal of Leisure Research, 1999.
- Wolman, B. Dictionary of Behavioral Science. Van Nostrand: Reinheld Company, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนทรยาธร คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ ดร.กัญจัสสา พงษ์หิรัญ

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์

ภาควิชารัฐศึกษา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นายพงศ์พันธ์ จันทร์สุกรี

นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่ง

ประเทศไทย

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามภาษาไทย
เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมใน
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
นันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อการศึกษาและเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ
โรงแรมในกรุงเทพมหานคร

จึงขอความกรุณาจากท่าน กรอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้จาก
แบบสอบถามทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น
ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรม
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
เกี่ยวกับการให้บริการของ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างหรือข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1.เพศ

ชาย

หญิง

2.อายุ

อายุต่ำกว่า 20 ปี

อายุ 20 - 40 ปี

อายุ 41 - 60 ปี

60 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

อนุญา

ปริญญาตรี

ปริญญาโทหรือปริญญาเอก

อื่น ๆ

4.อาชีพ

นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 รูเบิล

5,000 - 20,000 รูเบิล

20,000 - 50,000 รูเบิล

50,000 รูเบิลขึ้นไป

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชาวรัสเซียใน กรุงเทพมหานคร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างหรือข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน
 6. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใดในการเลือกโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร / วารสาร | <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> ไปรษณีย์ หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> อื่น | |

7. ลักษณะการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของท่าน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ที่ยวคนเดียว | <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวกับเพื่อน ๆ |
| <input type="checkbox"/> ที่ยวกับครอบครัว | <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวกับทางสถาบัน / หน่วยงาน / องค์กร |
| <input type="checkbox"/> อื่น | |

8. ท่านเคยมากรุงเทพมหานครกี่ครั้งแล้ว

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง มากกว่า | <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง |

9. โดยภาพรวมการท่องเที่ยวท่านคิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังมากน้อยเพียงใด

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มาก | <input type="checkbox"/> ปานกลาง |
| <input type="checkbox"/> น้อย | |

**ตอนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการ
โรงแรมในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านคิดว่าเป็นจริงที่สุดเพียงข้อเดียว

การแปลความหมาย ระดับความพึงพอใจ “ 5” มากที่สุด

ระดับความพึงพอใจ “ 4” มาก

ระดับความพึงพอใจ “ 3” ปานกลาง

ระดับความพึงพอใจ “2” น้อย

ระดับความพึงพอใจ “1” น้อยที่สุด

เรื่อง	5	4	3	2	1
คุณภาพการบริการของพนักงาน					
1.พนักงานโรงแรมให้บริการท่านด้วยความสุภาพและเป็นมิตร					
2.พนักงานโรงแรมแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยและมีความพร้อมให้บริการแก่ท่าน					
3.พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับท่านได้อย่างเข้าใจ					
4.พนักงานโรงแรมให้ความสนใจติดตามงานของท่านและทำงานสำเร็จ					
5.พนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรมได้เหมือนกันทุกครั้ง					
คุณภาพห้องพัก					
6.ภายในห้องพักมีการแบ่งสัดส่วนต่าง ๆ ได้เหมาะสม					
7.ห้องพักของท่านมีบรรยากาศที่น่าอยู่					
8.ห้องพักมีการจัดตกแต่งที่ทันสมัย					

เรื่อง	5	4	3	2	1
9.ห้องพักมีการระบายอากาศที่ดี					
10.แสงสว่างภายในห้องพักอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก					
11.อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในห้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					
12.เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในห้องพักมีความสะอาด เรียบร้อย					
13.เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำของห้องพักของท่านอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์					
14.ภายในห้องน้ำมีการระบายอากาศที่ดี					
15.ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ สะอาด					
16.ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดมือ แผ่นรองเท้า ฯลฯ มีการเปลี่ยนอยู่เสมอ					
การให้บริการทางธุรกิจ					
17.การจองโรงแรมมีความสะดวกสบาย					
18.ท่านสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ กับทางโรงแรมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว					
19.ใบเสร็จค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของทางโรงแรมมีการแจ้งชัดเจน					
20.ทางโรงแรมมีการแจ้งเงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวกับการเข้าพักอย่างชัดเจน					
21.ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในด้านราคา ร่วมกับธุรกิจอื่น					
ความคุ้มค่าเงิน					

เรื่อง	5	4	3	2	1
22.ราคาค่าห้องพักมีความเหมาะสมกับการให้บริการ					
23.ทำเลที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคา					
24.การบริการของพนักงานโรงแรมให้บริการท่านตามมาตรฐานของโรงแรม					
25.มีระบบความปลอดภัยที่มั่นคงแก่นักท่องเที่ยว					
ความปลอดภัย					
26.โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ					
27.การแจ้งเหตุร้ายฉุกเฉินสามารถแจ้งได้อย่างสะดวก					
28.เมื่อเกิดข้อขัดข้องในการทำงานของเครื่องใช้ต่าง ๆ ท่านสามารถแจ้งพนักงานได้อย่างสะดวก					
29.ทางหนีไฟตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน					
30.ทางโรงแรมมีป้ายบอกทางต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน					
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม					
31.อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย					
32.ทางโรงแรมมีการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับข่าวสาร ข้อมูลทั่วไปทั้งในและนอกโรงแรม					

เรื่อง	5	4	3	2	1
33.บริเวณรอบ ๆ ตัวโรงแรมมีแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม					
34.ทางเดินภายในโรงแรมมีความแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม					
35.ลิฟต์ของทางโรงแรมมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้พัก					

****ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ****

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ	นายกฤษณพัชญ์ บุญช่วย
วันเดือนปีเกิด	6 ตุลาคม 2529
ประวัติการศึกษา	-พ.ศ. 2547 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนเทพศิรินทร์ กรุงเทพมหานคร -พ.ศ. 2552 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขารัฐศาสตร์ศึกษา) สารนิพนธ์ดีเด่น เรื่อง “การเสด็จเยือนสหพันธรัฐรัสเซียของสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ : กรณีศึกษามิติความร่วมมือทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรม” มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -พ.ศ. 2556 ระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถานที่ทำงาน - -อาจารย์พิเศษ สถาบัน	89 Chill FM. (A-time Media) บริษัท GMM GRAMMY The Tutor

Личная карточка (профайл)

Имя, фамилия	Криссанapat Буншой
Дата Рождения	06 октября 1986
Образование	2004 – Начальное образование – школа Дебсирин в Бангкоке. 2009 - Степень бакалавра по специальности «Гуманитарные науки» (профилирующая дисциплина – изучение русского) в Университете Бангкока Таммасат. 2013 – Степень магистра в научной программе по спортивной науке (профилирующая дисциплина – восстановление здоровья в туризме) в Университете Чулалонгкорн.
Текущее рабочее место -	Тайландская компания «GMM GRAMMY» (Крамми) - Специальный инструктор «The Tutor School» (Школы Тьютор)