



ความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้
บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิญญา ชื่นขำ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2565

EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE QUALITY
AFFECTING THE REPEAT SERVICE CONSUMPTION OF
THAI ELDERLY TOURISTS USING THE SERVICES
OF 3-STAR HOTELS IN BANGKOK

APINYA CHUENKUM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality,
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2022



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ
การกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้
บริการ โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร
เสนอโดย นางสาวอภิญญา ชื่นน่ำ
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)


.....กรรมการ
(ดร.อนันต์ เชื้อขานุกิจการ)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(อาจารย์วิสุกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 14 เดือน มี.ค. พ.ศ. 2566

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	อภิญญา ชื่นขำ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชวงค์
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว)
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 4. ศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน ซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติแบบ t-test และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 406 คน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.26$) และ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.25$) ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ผลการเปรียบเทียบข้อว่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ

ทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศอายุ ระดับการศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ไม่มี ความสัมพันธ์เชิงบวก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อการสร้างความมั่นใจในการบริการ ($b_4 = .157$) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($b_1 = .139$) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ ($b_2 = .099$) คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($b_3 = .05$) และ คุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ($b_5 = .05$) ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

คำสำคัญ: ความคาดหวัง,ความพึงพอใจ,คุณภาพการบริการ,การกลับมาใช้บริการซ้ำ,โรงแรมระดับ 3 ดาว, นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ,เขตกรุงเทพมหานคร

.....*สมหมาย*.....

Thesis Title EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS SERVICE QUALITY
 AFFECTING THE REPEAT SERVICE CONSUMPTION OF THAI ELDERLY
 TOURISTS USING THE SERVICES OF 3-STAR HOTELS IN BANGKOK

Author Apinya Chuenkum

Thesis Advisor Assistant Professor Mantanakan Chubchuwong, Ph.D.

Program Master of Arts (Tourism Management)

Academic Year 2022

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study expectation and satisfaction towards service quality affecting the repeat service consumption of Thai elderly tourists using the services of 3-star hotels in Bangkok, 2) to compare expectation and satisfaction towards service quality affecting the repeat service consumption of Thai elderly tourists using the services of 3-star hotels in Bangkok, 3) to study the relationships between demographic characteristics of expectation and satisfaction towards service quality as perceived by Thai elderly tourists using 3-star hotels in Bangkok. The samples were Thai elderly tourists aged 60 years and over who used the services of 3-star hotels in Bangkok. With a sample of not less than 400 people, the data were analyzed with statistics. The hypotheses were tested by t-test and one-way ANOVA, and multiple regression analysis with statistical significance level at 0.05.

Given a total sample of 406 people, it was found that Thai elderly tourists who used 3-star hotels in Bangkok were mostly females, aged between 60-64 years with a bachelor's degree, and had an average monthly income between 30,001-45,000 Baht. Most of them had rated the highest level of expectations for service quality in 3 aspects, namely service reliability (\bar{x} = 4.31), responsiveness to customer needs (\bar{x} = 4.26) and the aspect of providing confidence to customers (\bar{x} = 4.25). Regarding the satisfaction of Thai elderly tourists, most of them were satisfied with the service quality at the highest level except the aspect of understanding and perceiving the needs of service users, only with a high level (\bar{x} = 4.17). The comparative results of the gap between demographic characteristics of expectation and satisfaction towards service quality of Thai elderly tourists using 3-star hotels in Bangkok, it was found that the overall expectation and satisfaction of elderly Thai tourists classified by gender, age, education level, and income in all 5 aspects were statistically significant, with p-value less than 0.05.

Therefore, main hypothesis (H_0) was rejected in that Thai tourists of the same age were different in terms of levels of education, income, expectation and satisfaction towards service quality of 3-star hotels in Bangkok.

Regarding the results of satisfaction affecting the repeat service consumption of Thai elderly tourists using the services of 3-star hotels in Bangkok by using multiple regression analysis, it was found that there was no positive correlation. When considering the service quality factors in all 5 aspects, it was found that satisfaction with service assurance ($b_4 = .157$) was the most important factor followed by the concreteness of the service ($b_1 = .139$), reliability ($b_2 = .099$), responsiveness to customer needs ($b_3 = .05$), and the understanding and perceiving the needs of service users ($b_5 = .05$), respectively. It can be concluded that the service quality in all 5 areas affect repeat service consumption.

Keywords: Expectation; Satisfaction; Service quality; Repeat Consumption; 3-star hotel; Elderly tourists; Bangkok area

..........

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ และความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณฑกานติ ชูชูวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีมาตลอด และขอกราบขอบพระคุณกรรมการและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ทัศนีย์ แสงพิบูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณฑกานติ ชูชูวงศ์ ผศ.ดร. กัลยา สว่างคง และ ดร. อนันต์ เขียวชาญกิจการ สำหรับทำให้แนวคิดและการแนะนำเพิ่มเติม ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รุ่น 63 ตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ ๆ นักศึกษาปริญญาโททุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจกันมาตลอด

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โรงแรม และพนักงานทุกท่านที่สละเวลาในการทำแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ และขอขอบคุณเจ้าของผลงานทุกท่านที่ข้าพเจ้าได้นำผลงานมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดเหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ ๆ น้อง ๆ ผู้เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนช่วยเหลือในทุกขั้นตอน จนกระทั่งข้าพเจ้าสามารถประสบความสำเร็จได้ในทุกวันนี้ ขอขอบพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน และสนับสนุนในทุกกิจกรรมตลอดมา

อภิญา ชื่นคำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 สมมติฐานในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีธุรกิจโรงแรม.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.....	21
2.4 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.....	22
2.5 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.....	23
2.6 แนวคิดและทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	26
2.7 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	30
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 ประเภทของงานวิจัย.....	31
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.4 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ.....	35
3.5 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4. ผลการวิจัย.....	44
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืน	44
4.2 ส่วนที่ 2 ผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	46
ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร	
4.3 ส่วนที่ 3 ผลสรุปจากข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของ.....	52
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร	
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ.....	56
ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร	
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	71
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	77
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	80
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	81
บรรณานุกรม.....	82
ภาคผนวก.....	89
ประวัติผู้เขียน.....	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการ รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม	10
2.2 Universal Model.....	13
2.3 SERVQUAL (service quality) เกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน.....	20
3.1 ตารางแหล่งอ้างอิงของแบบสอบถาม.....	35
4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	45
4.2 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	45
4.3 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	46
4.4 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	46
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ..... ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	47
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ..... ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	48
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ..... ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	49
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	50
4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy)	51
4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ..... ตามหลักทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions โดยสรุป	52
4.11 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ.....	53
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	56
4.13 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	58
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
4.16 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	60
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	61
4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว..... ผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
4.20 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ..... ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขต กรุงเทพมหานคร	64
4.21 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตามอายุ.....	65
4.22 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตาม..... ระดับการศึกษา	66
4.23 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตามรายได้.....	67
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อ..... การกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	68

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สรุปภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ.....	15
2.2 มิติคูณภาพบริการจากการประเมินของผู้ใช้บริการ.....	17
2.3 กรอบแนวคิด.....	32

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาของปัญหา

ประเทศไทยกำลังได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ภายในปี 2564 หากพิจารณาตามคำจำกัดความของสังคมผู้สูงอายุ 3 ระดับ พบว่าประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ระดับที่สองหรือที่เรียกว่า ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) ซึ่งหมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) จะเห็นได้ว่าตลาดผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) นั้นเป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต ด้วยการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำให้ประชากรมีอัตราการเสียชีวิตลดลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เนื่องจากมีเวลา มากกว่านักท่องเที่ยวอื่น ๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงิน สำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวนั้น ผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป ผู้สูงอายุนั้นจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น แต่ด้วยผู้สูงอายุก็มีข้อจำกัดหลายอย่างมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมากและควรมีการเตรียมการที่ดี (ทีมข่าวคุณภาพชีวิต, 2563)

จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมากมาย รวมถึงนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน เพราะเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นจุดศูนย์กลางหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทั้งโบราณสถาน แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหาร และมีการคมนาคมที่หลากหลาย สะดวกสบายต่อการเดินทาง ที่สำคัญยังเป็นศูนย์กลางของการแพทย์และโรงพยาบาลที่มีคุณภาพ ในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร นอกจากการรักษาสุขภาพและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแล้ว ที่พักก็เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ เพราะผู้สูงอายุมีการใช้ประสบการณ์ที่เคยได้รับเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักและต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มากกว่าคนทั่วไป ซึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีที่พักแรมให้เลือกหลากหลายและมีจำนวนมากให้เลือกใช้บริการและมีการเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจำนวนห้องพักใหม่ของโรงแรมย่านกลางเมืองกรุงเทพฯ ปี 2561 มีจำนวน 2,359 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ

5.3 จากสิ้นปี 2560 (ส่งผลให้ปี 2561 มีจำนวนห้องพัก 47,091 ห้อง) โดยโรงแรมระดับกลางมีจำนวนห้องพักใหม่มากที่สุด 1,338 ห้อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ของจำนวนห้องพักใหม่ทั้งหมด (พุทธชาติ ลุนคำ, 2562) ในส่วนที่พักรวมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยโรงแรมผู้สูงอายุจะมีนวัตกรรมมาตอบสนองการให้บริการทำให้มีบทบาทมากขึ้น โดยความต้องการด้านการบริการโรงแรมที่พักรุ่นใหม่มี 2 ด้านคือ ด้านการบริการ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการด้านพื้นที่ใช้สอย (จารวี รื่นจิตต์ และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2558)

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุของประชากรดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโรงแรมควรคว้าโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่ใช้เวลาหลังวัยเกษียณในการพักผ่อนหย่อนใจ หาประสบการณ์แปลกใหม่ ไร้ข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา และช่วงเวลาในการท่องเที่ยวที่ยาวนาน มีกำลังซื้อที่สูง และยังมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเติบโตของเศรษฐกิจและการแข่งขันในเรื่องจำนวนของห้องพักที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในกรุงเทพมหานครนั้น ทำให้ผู้ประกอบการด้านที่พักควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความคาดหวังสูงในเรื่องของคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นอย่างมาก ทั้งนี้คุณภาพบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่งได้ โดยเฉพาะโรงแรมขนาดกลางหรือโรงแรมระดับ 3 ดาวนั้นก็จะมีมาตรฐานในเรื่องราคาหรือการบริการที่อยู่ในระดับกลาง ก็เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ดังนั้นทางโรงแรมระดับ 3 ดาวควรที่จะมีการพัฒนาโรงแรมบุคลากร หรือมีการยกระดับการบริการเพื่อสร้าง ความพึงพอใจหรือสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจหรือเกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่งก็อาจจะเกิดการบอกต่อหรือกลับมาใช้บริการใหม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการเพิ่มชื่อเสียง ทำให้สร้างรายได้จำนวนมาก และเพิ่มฐานลูกค้าให้กับโรงแรม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่เป็นตลาดใหญ่ ซึ่งมีงานวิจัยและบทความที่ทำการศึกษาในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ของโรงแรมระดับ 3 ดาวในกลุ่มผู้สูงอายุยังมีไม่มากนัก ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ในการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยคาดว่าผลการศึกษจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรมในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานในการวิจัย

1.3.1 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.3.2 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.3.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เป็นการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยโดยการกำหนดประเด็นวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย คือ การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย รูปลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ การเข้าใจลูกค้า (Empathy)

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เลือกโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย คือ พื้นที่การศึกษาของงานวิจัยนี้คือ โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อช่วยในการสนับสนุนภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่พักรวมในจังหวัดกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาวะการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุในปัจจุบันและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยให้ได้มากที่สุด ดังนี้

1.5.1 ภาครัฐ สมาคมโรงแรมไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษามาเสนอแนะแก่สมาชิกหรือกำหนดนโยบายแก่สมาชิกในสมาคมได้

1.5.2 ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการที่พักรวมในจังหวัดกรุงเทพมหานครสามารถนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแนวทางพัฒนาที่พักรวม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

1.5.3 ผู้ที่ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีแนวคิดริเริ่มที่จะทำธุรกิจที่พักรวมในอนาคต สามารถนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาไปประกอบแนวทางในการประกอบธุรกิจที่พักรวม

1.5.4 เป็นแนวทางให้กับโรงแรมระดับ 3 ดาว ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย

1.5.5 ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการจัดการที่พักรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจที่พักรวม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่พักรวมในจังหวัดกรุงเทพมหานคร นำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษานำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจที่พักรวมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) ที่เลือกพักโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

โรงแรมระดับ 3 ดาว หมายถึง โรงแรมที่สิ่งอำนวยความสะดวกปานกลาง มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสำหรับผู้มีฐานะปานกลาง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยของโรงแรม 3 ดาวที่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากรายชื่อโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2563)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีความประทับใจ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง รวมทั้งต้องการบอกต่อผู้อื่นในทางที่ดี ส่งผลต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการที่ดีด้วย โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Zeithaml et al. (1990) ทั้งหมด 5 ด้าน ในการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
2. ความเชื่อถือของการบริการ (Reliability)
3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)
4. การให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance)
5. ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือการคาดการณ์ต่อสถานการณ์หรือสิ่งใดไว้ล่วงหน้าของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ก่อนใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4. ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ 5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หลังการใช้บริการของที่โรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดกรุงเทพมหานครในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4. ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ในการบริการ 5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

การกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง หมายถึง การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งพึงพอใจในบริการหรือประสบการณ์ที่ได้รับทำให้เกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีธุรกิจโรงแรม
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง
- 2.7 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดและทฤษฎีธุรกิจโรงแรม

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

คำว่า โรงแรม (Hotel) เป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง อาคารชุดและคฤหาสน์ ของผู้มีอันจะกิน ที่มีไว้เพื่อให้ญาติมาพักค้างเป็นระยะเวลาสั้น ๆ อาคารชุดหรือคฤหาสน์เหล่านี้อาจตั้งอยู่นอกเมืองแถบชนบทหรือใจกลางเมืองย่านชุมชน คำว่า โรงแรม หรือ Hotel นี้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในปลายศตวรรษที่ 18 ในความหมายของคำว่า สถานที่พักแรม (Lodging)

ตามพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย พ.ศ. 2478 (มาตรา 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า โรงแรม ว่าหมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่ หรือที่พักชั่วคราว นอกจากนี้ยังระบุไว้ใน (มาตรา 25) ว่า เคหะสถานใดใช้เป็นบ้านพักดังกล่าว คือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ ซึ่งระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่ม แก่ผู้พักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวระบุไว้อย่างชัดเจนว่า สถานที่พักแรมที่เรียกว่าโรงแรมนั้นจะต้องมีการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าพัก หรือ ผู้ที่มาใช้บริการตามความต้องการด้วย

ตามพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย พ.ศ. 2547 (มาตรา 4) ได้ให้ความหมายของ คำว่า โรงแรม ว่าหมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง (1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือ

การศึกษา ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน (2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น (3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย (Hotel Proprietor Act 1956) กำหนดไว้ว่า โรงแรม คือ สถานที่ประกอบการที่จะต้องมียาอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่าย ค่าบริการนั้น

ปรีชา แดงโรจน์ (2549) ได้สรุปความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรมการโรงแรม” ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจแบบที่มีสถานประกอบการ จัดตั้งเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พัก มีบริการอาหารเครื่องดื่มไว้บริการคนเดินทางอย่างมีแบบแผน มีมาตรการควบคุมขอบข่ายของบริการนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมการโรงแรมจึงแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีผลผลิตเป็นสินค้ารูปหรือวัตถุ แต่โรงแรมเป็นเครื่องมือการผลิตที่มุ่งขายบริการให้ได้กำไรให้คุ้มกับการบริหารงานและทุนที่ลงไป

โรงแรม (2549) กล่าวว่าโรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจจัดตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาพัก

2.1.2 เกณฑ์การจัดประเภทของโรงแรม

อรรธิกา พังงา (2553) เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีความหลากหลายของการท่องเที่ยวและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้บริหารโรงแรมพยายามที่จะกำหนดประเภทที่พักแรมให้ตรงกลับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การแบ่งตามประเภท (Categorization) เป็นการจำแนกสถานที่พักแรมตามประเภทที่แตกต่างกันระหว่าง โรงแรม ในปัจจุบันมีการจัดประเภทที่พักแรมและโรงแรมออกเป็น 8 ประเภท โดยกำหนดเกณฑ์ที่แตกต่างกันมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1.2.1 การแบ่งประเภทโดยใช้ขนาด ขนาดของโรงแรมขึ้นอยู่กับสถานะทางการเงินของผู้ลงทุน โดยสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

- 1) โรงแรมขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 150 ห้อง
- 2) โรงแรมขนาดกลาง มีจำนวนห้องพัก 151 - 299 ห้อง
- 3) โรงแรมขนาดใหญ่ มีจำนวนห้องพัก 300-600 ห้อง
- 4) โรงแรมขนาดใหญ่มาก มีจำนวนห้องพักมากกว่า 600 ห้อง

2.1.2.2 การแบ่งโดยใช้ทำเลที่ตั้ง สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

1) โรงแรมในเมือง (Center City Hotel Downtown Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง แยกส่วนมากจะเป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ ๆ แยกที่เป็นนักธุรกิจจะได้รับความสะดวกในการติดต่อธุรกิจต่าง ๆ ในเมือง ส่วนแยกที่เป็นนักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ ในเมืองได้หลังจากกลับจากการท่องเที่ยว

2) โรงแรมชานเมือง (Suburban Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ตามชานเมืองไม่ห่างไกลตัวเมืองมากนัก มีการคมนาคมติดต่อกับตัวเมืองได้สะดวก แยกสามารถเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ

3) โรงแรมที่พักตากอากาศ (Resort Hotel) คือ โรงแรมที่พักตากอากาศ ปกติจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติอื่น ๆ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนในช่วงวันหยุดพักผ่อนหรือช่วงวันหยุดพักผ่อน ปัจจุบันมีโรงแรมในเมืองหลายแห่งที่ใช้ชื่อว่าที่พักตากอากาศ โดยมีการตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้มีความเป็นธรรมชาติด้วยสวนต้นไม้ ดอกไม้และมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อการพักผ่อน

4) โรงแรมริมทางหลวง (Highway Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ตามถนนสายหลักหรือริมทางหลวงเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก ๆ ราคาไม่แพง มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มาก แยกพักระยะเวลาไม่นาน เป็นทางผ่านเพราะแขกต้องเดินทางไปจุดหมายปลายทางอื่น

5) โรงแรมอากาศยาน (Airport Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าอากาศยานหรือสนามบิน จึงเหมาะสำหรับแขกหรือ ผู้โดยสารของสายการบินต่าง ๆ ที่เดินทางผ่านและมีเวลาไม่มากนักเพราะต้องเดินทางต่อไปที่อื่นอีก รวมถึงแขกที่เป็นพนักงานของสายการบิน (Airline Crew)

2.1.2.3 การแบ่งประเภทโดยใช้ระดับมาตรฐาน โดยใช้สัญลักษณ์รูปดาวแสดงระดับมาตรฐานกิจการเช่นเดียวกับระบบในประเทศอังกฤษ ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลระดับมาตรฐานนี้ คือสมาคมโรงแรมไทย โดยสามารถแบ่งระดับมาตรฐานได้ 5 ประเภท คือ

1) โรงแรมหนึ่งดาว (1 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ มีห้องน้ำในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพักบรรยากาศเป็นกันเอง

2) โรงแรมระดับสองดาว (2 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับหนึ่งดาว ห้อง พักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครันไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับแขกภายนอก

3) โรงแรมระดับสามดาว (3 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีห้องพักกว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

4) โรงแรมระดับสี่ดาว (4 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะดวกสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

5) โรงแรมระดับห้าดาว (5 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.1.4 การจัดกลุ่มระดับดาวของโรงแรม มีวิธีให้ดาวดังนี้

มาตรฐานโรงแรม เรียกว่า มาตรฐานดาว เป็นสัญลักษณ์แทนค่ามาตรฐานบริการระดับต่าง ๆ สำหรับโรงแรมไม่ว่าใครก็ตามที่จะเลือกพักโรงแรมระดับไหน โดยมีตั้งแต่ระดับธรรมดาไปจนถึงระดับหรู ก็ใช้สัญลักษณ์ดาวเป็นตัวตัดสินเพื่อแบ่งแยกระดับกันอย่างชัดเจน

โรงแรมระดับ 1 ดาว หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก ห้องพักมีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า โต๊ะเก้าอี้ สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์เล็ก ๆ พอใช้ มีห้องน้ำห้องส้วมเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพักเท่านั้น

โรงแรมระดับ 2 ดาว หมายถึง โรงแรมที่มีการตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ มีห้องพักขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีห้องน้ำในตัว มีโซ่คล้องประตู เตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า โต๊ะเก้าอี้ โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป โทรศัพท์ติดต่อกภายใน ห้องน้ำเป็นแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัว เป็นต้น ภายในโรงแรมมีอาหารครบครันขึ้น แต่ไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มกับบุคคลภายนอก

โรงแรมระดับ 3 ดาว หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดห้องพักไม่เล็กกว่า 18 ตารางเมตร ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง โทรทัศน์ 14 นิ้วพร้อมรีโมท ตู้เสื้อผ้า ห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อนเย็น สบู่โรงแรม หมวกอาบน้ำ ผ้าเช็ดตัว ห้องประชุม ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

โรงแรมระดับ 4 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะดวกสบาย มีห้องพักระดับมาตรฐานกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ห้องชุดมีบริการให้เลือก 2 แบบ ห้อง Standard ห้อง Deluxe เตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป มีตู้เย็น มินิบาร์ กระจกต้มน้ำร้อนไฟฟ้าพร้อมกาแฟ ถูซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ โทรศัพท์ภายในและต่างประเทศได้โดยตรง ภายในห้องน้ำมีอุปกรณ์เครื่องใช้ครบถ้วน ภายในโรงแรมมีห้องอาหารห้องนวด สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ ห้องประชุมใหญ่ และ ย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยครบถ้วน

โรงแรมระดับ 5 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุกด้าน ทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีห้องพักขนาด 30 ตารางเมตร เตียงขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ 20 นิ้วขึ้นไป ตู้เย็น มินิบาร์ อุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์ ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์สะอาดสวยงาม พร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก อุปกรณ์ของใช้ในห้องน้ำครบถ้วน ภายในโรงแรมมีห้องฟิตเนส ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่อุปกรณ์ครบถ้วน ห้องประชุมขนาดย่อยไม่ต่ำกว่า 4 ห้อง มีระบบความปลอดภัยที่ทันสมัย

โรงแรมระดับ 6 ดาวขึ้นไป มาตรฐานโรงแรมที่สูงกว่า 5 ดาว หมายถึง โรงแรมจุดสูงสุดของมาตรฐานดาว อยู่ที่ระดับ 5 ดาว คือระดับ 6-7 ดาว แต่ทั้งนี้ยังไม่มีความมาตรฐานโรงแรมรับรองระดับ 6 ดาว เพียงแต่โรงแรมเหล่านี้จะก่อสร้างให้มีความแตกต่าง ระดับหรูหรามาก ๆ และประกาศกันเอง ราคาจะสูงกว่าโรงแรม 5 ดาว 20-30% ภายในโรงแรมมีห้องพักขนาดใหญ่กว่า อุปกรณ์ของใช้ในห้องพักดีกว่า และยังมีผู้ดูแล

ห้องส่วนตัวหรือเรียกว่า บัตเลอร์ (Butler) ที่จะเข้าไปดูแลความต้องการของลูกค้าและช่วยทำอาหารให้สร้างความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าเป็นอย่างมาก

จากบทความข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อให้บริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พัก อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาพัก ซึ่งการจัดประเภทของโรงแรมแบ่งเป็นหลายแบบทั้งในส่วนของทำเล ราคา ขนาดห้องพักและระดับดาว ซึ่งทางผู้วิจัยได้เลือกโรงแรมระดับ 3 ดาวมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จากรายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย,2563) ตามตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 รายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม

NAME	STAR	CITY	WEBSITE
1. BANGKOK RAMA HOTEL	3	Bangkok	http://www.bangkok-hotel.com
2. MALAYSIA HOTEL	3	Bangkok	http://www.malaysiahotelbkk.com
3. S.D. AVENUE HOTEL	3	Bangkok	http://www.sdavenue.com
4. ST. JAMES HOTEL	3	Bangkok	http://www.amari.com
5.ALEXANDER HOTEL BANGKOK	3	Bangkok	http://www.alexanderhotel.co.th
6. HOLIDAY INN EXPRESS BANGKOK SATHORN	3	Bangkok	http://www.holidayinnexpress.com
7. IBIS STYLES BANGKOK KHAOSAN MIENGTAI	3	Bangkok	http://www.all.accor.com
8. PINNACLE LUMPINEE HOTEL&SPA BANGKOK	3	Bangkok	https://www.pinnaclehotels.com
9. Q-BOX HOTEL BANGKOK BLOSSOM	3	Bangkok	http://www.qboxblossom.com
10. SIRI HERITAGE BANGKOK HOTEL	3	Bangkok	http://www.siriheritagebangkok.com
11. SIRI ORIENTAL BANGKOK HOTEL	3	Bangkok	http://www.siriorientalbangkok.com/
12. SIRI POSHTEL BANGKOK	3	Bangkok	http://www.siriposhotelbangkok.com/
13. SIRI RATCHADA BANGKOK	3	Bangkok	http://www.facebook.com/siriratchadabangkok/
14. TAI-PAN	3	Bangkok	http://www.facebook.com/siriratchadabangkok/
15. THE PANTIP HOTEL LADPRAO BANGKOK	3	Bangkok	http://www.thepantiphotels.com/

ที่มา: สมาคมโรงแรมไทย, 2563

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ปถุณพร บุณยรังสี และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป ด้านห้องพัก ด้านบุคลากร และการบริการตามลำดับ ธุรกิจโรงแรมจึงควรออกแบบให้รองรับการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยใช้หลัก Universal design ในการออกแบบเสมอ ซึ่งเป็นการออกแบบให้เหมาะสมกับคนทุกเพศทุกวัย ซึ่งนอกจากจะคำนึงถึงความสวยงามแล้ว การออกแบบยังคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน มีความปลอดภัย การทำทางลาดคู่กับบันได ทางลาดทางชันมีสัดส่วนที่เหมาะสม พื้นไม่ลื่นควรมีการทำราวจับตั้งแต่ทางเข้าโรงแรม และตามทางเดินในโรงแรมเพื่อช่วยในการเดินและการพยุงตัวของผู้สูงอายุ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกช่วยผ่อนแรงในเวลาใช้พื้นที่ต่าง ๆ ด้วย เช่น หากอาคารที่มีตั้งแต่สองชั้นขึ้นไปควรมีลิฟต์โดยสาร เนื่องจากผู้สูงอายุอาจขึ้นลงบันไดไม่สะดวก และลิฟต์โดยสารควรมีพื้นที่กว้างเพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุที่ต้องใช้รถเข็น ควรมีระบบสัญญาณเตือนภัยโดยรอบ และโรงแรมทุกห้องควรมีสัญญาณขอความช่วยเหลือเพื่อเตือนไปยังเจ้าหน้าที่ของโรงแรม โรงพยาบาลหรือติดต่อบุคลากรทางการแพทย์โดยตรง อุปกรณ์เหล่านี้ควรเป็นแบบที่สามารถพูดสื่อสารได้ทันที หากโรงแรมไม่ได้ตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ โรงแรมควรจัดบริการรถรับ-ส่ง ไปยังสนามบินเพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีกับผู้สูงอายุที่ไม่มีรถยนต์มาเอง และรถที่ให้บริการควรเป็นรถที่สามารถบรรทุกรถเข็นนั่งได้ด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมักใช้เวลาอยู่ในโรงแรมมากกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น โรงแรมจึงควรมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีบรรยากาศดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกผ่อนคลาย เช่น บริการสปา เพื่อสุขภาพที่ช่วยให้ผู้สูงอายุผ่อนคลายระหว่างที่รอรถกลับบ้านจากข้างนอก หรือการจัดสถานที่ให้ผู้สูงอายุทำกิจกรรมอื่นที่น่าสนใจภายในโรงแรม เช่น สระแช่น้ำอุ่นนวดร่างกาย คาราโอเกะ ลีลาศ นั่งสมาธิ โยคะ fitness ผู้สูงอายุ จะช่วยทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกสนุกเพลิดเพลิน เป็นการสร้างความประทับใจให้กลับมาพักครั้งต่อไป

ปริญญานา นาคปฐุม และ ระชานนท์ ทวีผล (2561) และ วิไลพร ตรีพรชัยศักดิ์ (2555) ได้เสนอผลการวิจัยไปในทิศทางเดียวกันว่าโรงแรมควรต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุให้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัย รวมถึงสิ่งที่พบจากผลการวิจัยของ เสาวรัตน์ บุชรานนท์ และ สุदारัตน์ สุดสมบุรณ์ (2561) ยังเป็นการเน้นย้ำว่าโรงแรมควรต้องมีการจัดสถานที่ให้มีความเหมาะสม เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและโรงแรมต้องมีความใส่ใจที่จะนำเสนอบริการต่าง ๆ ที่คำนึงถึงสุขภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

Universal Design เป็นหลักการออกแบบที่มีมานานกว่า 30 ปี จุดเริ่มต้นของแนวคิดนี้มาจากกฎหมาย The Americans with Disabilities Act (ADA) ของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตัวบทกฎหมายเกี่ยวกับการให้สิทธิสร้างความเท่าเทียมให้กับประชาชน หลังจากกฎหมายดังกล่าวออกมาจึงเกิดแนวคิดการพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้แพร่กระจายไปทั่วโลก สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายเรื่อง

สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการใน พ.ศ.2534 และ พ.ศ.2548 ได้มีการออกกฎกระทรวงกำหนด สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ แนวโน้มการปรับสู่ Universal Design ใน ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ โดยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากถึงร้อยละ 20 และทั่วโลกจะมีสัดส่วนประชากรสูงวัยเกินร้อยละ 10 ดังนั้นการปรับพื้นที่ตามหลัก Universal Design จึงเป็น การพัฒนาเพื่อเท่าทันสังคมโลก

เบญจพร เชื้อผึ้ง (2562) กล่าวถึง Universal Model ที่เป็นองค์ประกอบของสวนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยต่อการเลือกพักแรมว่า มีทั้งหมด 9 องค์ประกอบที่ใช้ได้จริง คือ

องค์ประกอบที่ 1 Identity ความมีเอกลักษณ์

องค์ประกอบที่ 2 Variety of Service ความหลากหลายของการบริการ

องค์ประกอบที่ 3 Room ห้องพัก

องค์ประกอบที่ 4 Service การบริการ

องค์ประกอบที่ 5 Additional Service การให้บริการเสริม

องค์ประกอบที่ 6 Never say No การไม่ปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ

องค์ประกอบที่ 7 Elderly ผู้สูงอายุ

องค์ประกอบที่ 8 Language and Communication ภาษาและการสื่อสาร

องค์ประกอบที่ 9 Understanding ความเข้าใจ

โดยองค์ประกอบทั้ง 9 องค์ประกอบนี้ สามารถสร้างเป็นโมเดลทางธุรกิจที่พักแรมสำหรับผู้สูงอายุ โดยตั้งชื่อโมเดลว่า "UNIVERSAL" โดยผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 2.2 Universal Model

Universal Model		
1	Identity ความเป็นเอกลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> - มีการบริการให้ข้อมูลตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ - การให้บริการที่ถูกต้องตามความต้องการ - มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว - มีบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุ - มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในการ Check in และ Check out - สิ่งสิ่งปลูกสร้างภายในที่พักสามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ และพร้อมใช้งาน
2	Variety of Service ความหลากหลายของการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการด้วยความรวดเร็ว - ให้บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพเป็นมิตร - ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม
3	Room ห้องพัก	<ul style="list-style-type: none"> - ห้องพักและที่พักรวมมีความเหมาะสมกับราคา - มีการกำหนดราคาห้องพักที่หลากหลาย - สถานที่ตั้งและทำเลใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว - สภาพห้องพักเหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ
4	Service การบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ - มีการจัดโปรแกรมสำหรับผู้สูงอายุที่พักระยะยาวหรือเป็นหมู่คณะ - มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ - มีรถรับส่งภายในที่พัก - มีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก
5	Additional Service การให้บริการเสริม	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบ - ระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักแรม - มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พักแรม ที่พร้อมใช้งาน - มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ
6	Never say No การไม่ปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ	<ul style="list-style-type: none"> - ตอบรับทุกความต้องการของลูกค้า - รับฟังและทำตามในสิ่งที่ลูกค้าต้องการโดนทันที - มีความพร้อมในการบริการตลอดเวลาด้วยความเต็มใจ
7	Elderly ผู้สูงอายุ	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งอำนวยความสะดวกที่พักรวมเหมาะสมกับผู้สูงอายุ - ขนาดของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ
8	Language and Communication ภาษาและการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสามารถแก้ไขปัญหา - มีความสามารถในด้านภาษาและการสื่อสาร
9	Understanding ความเข้าใจ	<ul style="list-style-type: none"> - มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ - มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการบริการ

ที่มา: เบญจพร เชื้อผึ้ง, 2562

ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่พักรวมได้ว่า ธุรกิจที่พักรวมเป็นสถานที่ที่ให้บริการที่พักโดยได้รับสินจ้างจากนักเดินทางหรือผู้มาเยือนที่มาใช้บริการที่พักเป็นการชั่วคราว ซึ่งที่พักจะต้องมีบริการอาหารเช้าพร้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและทำให้เกิดความประทับใจ โดยมีการแบ่งมาตรฐานของโรงแรมตั้งแต่ 1-5 ดาว ตามความต้องการและจุดประสงค์ของผู้ใช้บริการ ซึ่งค่าบริการก็จะสูงตามระดับของที่พัก การอำนวยความสะดวกและการบริการของโรงแรมควรได้มาตรฐาน งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการได้ การบริการที่น่าประทับใจ เช่น ความใส่ใจ ความรวดเร็ว มีมาตรฐาน พนักงานอภัยคดียดี และมีหัวใจของการบริการ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและอยากจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง พักนาน และ เน้นคุณภาพของการบริการ ทางผู้ประกอบการต้องใส่ใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นพิเศษ และทางที่พักอาจต้องปรับปรุงสถานที่ ห้องพัก และคุณภาพการให้บริการ ให้เหมาะแก่ผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการยิ่งขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยโดยใช้รายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2563) มาใช้ในการกำหนดขอบเขตในงานวิจัยครั้งนี้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

2.2.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

Crosby (1988, p. 15) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

Schmenner (1995) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ Lovelock (1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

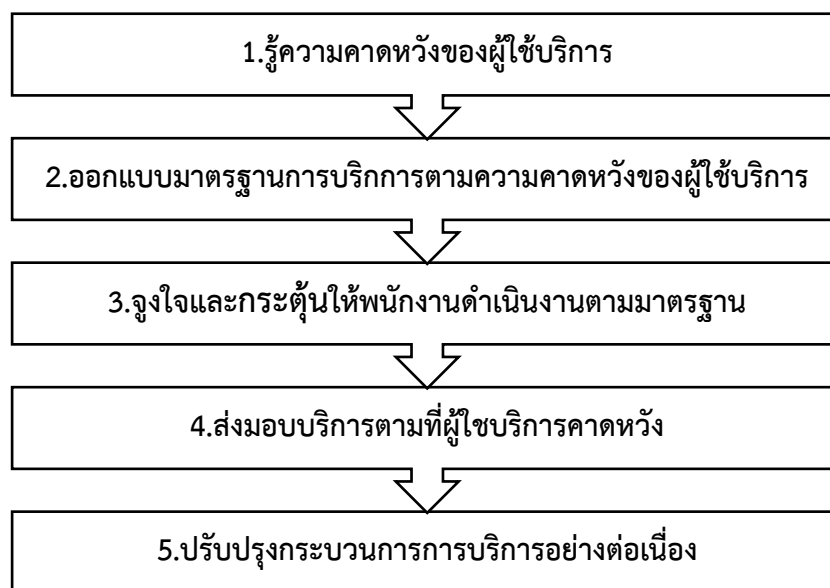
ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต (2554) คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็น

สิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

Parasuraman et al. (1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้

ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (confirm or disconfirm expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง ซึ่งสามารถสรุปภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ ได้ตามภาพประกอบดังนี้



ภาพที่ 2.1 สรุปภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ

ที่มา: Zeithaml et al., 1985, 1990

2.2.2 รูปแบบคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Gaps Model)

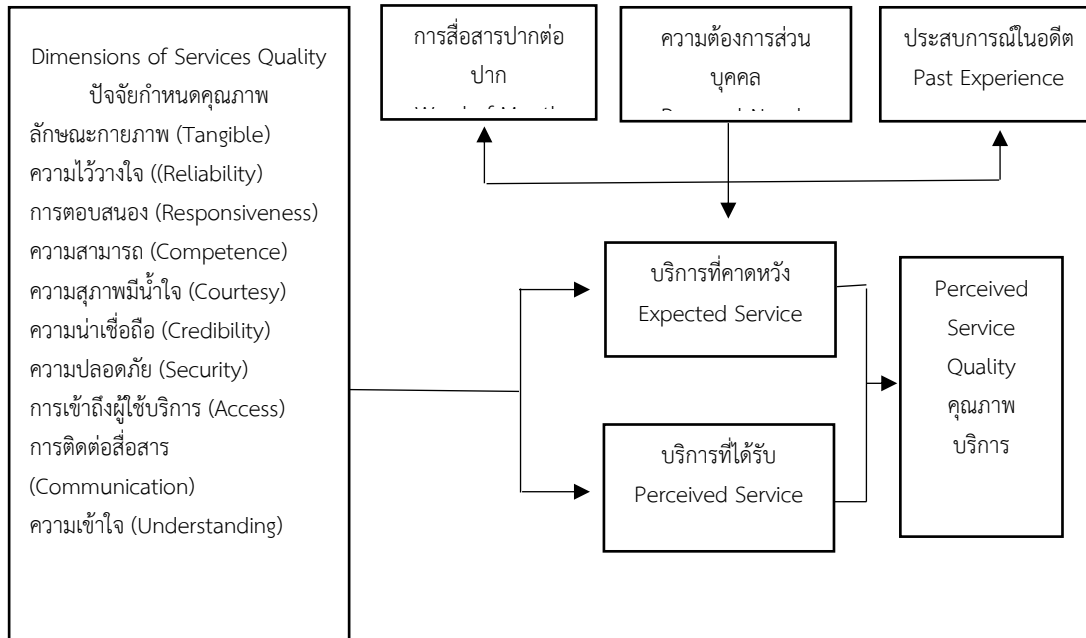
Parasuraman et al. (1988) ได้ทำการพัฒนารูปแบบของการบริการ (Service Quality Gaps Model) โดยนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้คำนึงถึงการยอมรับของผู้ใช้บริการในคุณภาพบริการที่ดี

ที่สุด คุณภาพบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของการบริการ โดยมีเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพการให้บริการ (Determinant of Service Quality) 10 ประการ ได้แก่

- 1) ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้นั้นจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ บริการทุกครั้งต้องได้ผลเช่นเดิม
 - 2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันเวลาที่
 - 3) สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ความสามารถในการบริการ สามารถแสดงให้ผู้ใช้บริการ ได้ประจักษ์ และตอบสนองความต้องการผู้บริการได้
 - 4) การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้ใช้บริการจะต้องเข้าถึงบริการที่ให้ได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ การให้บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง
 - 5) ความสุภาพอ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ ใช้งานที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี
 - 6) การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพบริการ นอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้วยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่งดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริการ
 - 7) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ
 - 8) ความปลอดภัยมั่นคง (Security) ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้งชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ
 - 9) ความเข้าใจและรู้จักผู้บริการ (Understanding/ knowing The Customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการ
 - 10) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangible) เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ คุณภาพของบริการจะถูกประเมิน โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ผู้บริการได้รับจริง บริการที่น่าเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจน และง่ายขึ้น
- การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นจากการลดข้อผิดพลาดที่ไม่พึงประสงค์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริการ และผลที่เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการ เป็นการลดช่องว่างดังกล่าวที่จะส่งผลถึงความพึงพอใจของลูกค้าในที่สุด ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าเป็นจะมีบทบาทสำคัญเพราะคุณภาพการให้บริการ จะเป็นสิ่งที่สามารถเปรียบเทียบได้จาก คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Customer Expectations) ซึ่งตามหลังทฤษฎีความคาดหวังของผู้บริการจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่มาจาก 3 ปัจจัย คือ ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) การสื่อสาร

ปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communications) และความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) เป็นสำคัญ ดังรูปภาพที่ 2.2.3 ดังนี้

2.2.3 แบบจำลองมิติคุณภาพบริการจากการประเมินของผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 2.2 มิติคุณภาพบริการจากการประเมินของผู้ใช้บริการ

ที่มา: Zeithaml et al., 1985, 1990

ต่อมา Zeithaml et al. (1985, 1990) พบว่า ตัวกำหนดคุณภาพบริการ 10 ประการ ดังที่กล่าวข้างต้นมีความซับซ้อนกัน จึงได้ทำการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการและได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้เครื่องมือที่จะนำไปใช้วัดคุณภาพการให้บริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน แต่ยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการข้างต้น ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ความเป็นรูปธรรมของการบริการหมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแล ห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ การบริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน ผู้รับบริการรับรู้ถึงการบริการที่มีคุณภาพ นำสู่การทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจและพึงพอใจในบริการตามมา ตัวอย่างเช่น

1) สิ่งแวดล้อม มีการจัดอาคารสถานที่เหมาะสม ความสะอาด อากาศถ่ายเทได้ดี สถานที่เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่อบอุ่นปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ มีระบบจราจรที่เป็นสัดส่วนมีการระบายอากาศดี มีแสงสว่างเพียงพอ

2) เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และเครื่องมืออื่น ๆ ที่จำเป็นในการให้บริการ มีความพร้อมที่จะใช้งานได้ทันที และมีความเที่ยงตรง

3) เครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการให้บริการนั้น ควรจะมีให้เพียงพอ สามารถรองรับกับจำนวนผู้เข้ารับบริการ

4) บุคลากรที่ให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ สะอาด มีอาการสำรวมทั้งท่าทางและกริยาวาจา ชินเตอร์ และ โบเวน (2541) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้มี โอกาสได้เห็นหน้าเจ้าหน้าที่ทำอะไรบ้างเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงว่าพวกเขามีการแต่งกายอย่างไร ฉะนั้นเครื่องแต่งกายของพนักงานจึงเป็นหลักฐานอีกอันหนึ่งที่ผู้ใช้บริการรับรู้ต่อคุณภาพบริการได้

5) อุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น เอกสารแนะนำการมารับบริการ ป้ายบอกทางต้องมีตัวหนังสือที่ชัดเจน เป็นการสื่อสารอีกแบบที่จะทำให้ผู้ใช้บริการ ได้รับบริการที่รวดเร็ว

2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ หมายถึงความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม แม่นยำในทุกจุดของการบริการความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ เพราะฉะนั้นหน่วยงานควรมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน เพราะมาตรฐานถือเป็นจุดตั้งต้น และเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้บริการ นำมาใช้เป็นหลักหรือแนวทางในการบริการ เพื่อให้การบริการนั้นเกิดผลดีต่อผู้ใช้บริการได้มากที่สุด โดยมี ข้อผิดพลาดน้อยที่สุด รวมทั้งใช้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง (วรรณวิไล จันทราภา และ กัญญากาญจนบุรานนท์, 2335) การสร้างความน่าเชื่อถือของการให้บริการนั้นหน่วยงานจะต้องไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน เมื่อมีปัญหาต้องได้รับการแก้ไขปัญหอย่างรวดเร็ว มีการบริการที่ดีทุกขั้นตอน และเป็นไปดั่งที่สัญญาไว้ มีการอธิบายให้ผู้ใช้บริการรับทราบ (อุบลศรี หาญเจริญกิจ, 2543)

ดังนั้นความน่าเชื่อถือในการให้บริการจึงหมายถึงการให้บริการแก่ผู้มารับบริการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยทุกขั้นตอนของการให้บริการนั้นมีความตรงประเด็น ถูกต้อง แม่นยำรวดเร็วและเกิดความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งมีการให้ความช่วยเหลือ แนะนำระหว่างการใช้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจ อ่อนโยน

3. การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และ ได้รับความสะดวกจากการบริการ ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ใช้บริการเคารพความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ บุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน มาสโลว์ นักจิตวิทยาชาวอเมริกาได้เสนอ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น โดยแบ่งความต้องการของ

บุคคลออกเป็น 5 ระดับ คือ ความต้องการทางค้ำกายภาพ (Physiological Needs) ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Security or Safety Needs) ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) ความต้องการมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem or Status Needs) และความต้องการความสำเร็จในสิ่งที่คิดหวังไว้ (Self-Actualization or Self Realization)

4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้ทักษะการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าการบริการที่ให้นั้น ผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ใส่ใจการรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการจดจำ ผู้รับบริการในสิ่งที่เฉพาะกับบุคคล และการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

มิติทางด้านความน่าเชื่อถือเป็นมิติที่ผู้บริโภคระเมินว่ามีความสำคัญมากที่สุดในการประเมินคุณภาพการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ความสำคัญที่ผู้บริโภคให้ต่อมิติใดมิติหนึ่งของคุณภาพการให้บริการ อาจจะไม่มีความแตกต่างกันก่อนหรือหลังจากการส่งมอบการบริการการประเมินคุณภาพการให้บริการ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่ผลของการบริการเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับกระบวนการส่งมอบการบริการด้วย ดังนั้น ความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการส่งมอบบริการมากกว่าผลของการบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปเกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้ตามตารางที่ 2.3 ดังนี้

ตารางที่ 2.3 SERVQUAL (service quality) เกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน

ปัจจัยในการประเมินคุณภาพของงานบริการพร้อมตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด
1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ
2.ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)	ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำในทุกจุดของการบริการความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้
3.การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)	ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที
4.การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)	ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการและให้ความมั่นใจว่าการบริการที่ให้นั้นผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด
5.ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

ที่มา: Zeithaml et al., 1990

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพบริการหมายถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจก่อนและหลังการใช้บริการของลูกค้า โดยมีเครื่องมือที่นำมาใช้ประเมินคุณภาพเรียกว่า SERVQUAL (service quality) ซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)
- 2) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)
- 3) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ(Responsiveness)
- 4) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)
- 5) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง เรื่องคุณภาพการให้บริการ นั้นเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา แต่อย่างไรก็ตาม การใช้เครื่องมือชี้วัดระดับคุณภาพบริการนั้น ได้ถูกนำมาปรับใช้กันอย่างกว้างขวาง

ในแทบทุกธุรกิจ โดยเฉพาะกับในการแข่งขันของโรงแรม ซึ่งผู้บริหารขององค์กรควรให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ ทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการให้ได้อย่างชัดเจน และการให้บริการนั้นต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการ จึงทำให้การศึกษาในครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางในการศึกษาองค์ประกอบของคุณภาพบริการในทุก ๆ ด้าน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดประการหนึ่งที่โรงแรมต้องมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ เป็นคำใช้เรียกบุคคลที่มีอายุมาก นักวิชาการหลายท่านได้บัญญัติความหมายของผู้สูงอายุแตกต่างกันออกไปดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ United Nations World Tourism Organization: UNWTO ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในอดีตประชากรสูงอายุในโลกมีจำนวนเพียงประมาณร้อยละ 2-3 ของประชากรทั่วโลก สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุที่มีมากกว่า 60 ปีขึ้นไปเพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 11 ในปี ค.ศ.1995 (พ.ศ. 2538) และองค์การสหประชาชาติได้พยากรณ์ประชากรโลกว่าจะมีผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ประมาณร้อยละ 17 ของประชากรโลก ในปี ค.ศ. 2025 (พ.ศ. 2568) และเพิ่มเป็นร้อยละ 32 ของประชากรโลกในปี ค.ศ. 2075 (พ.ศ. 2618)

Greenberg (1999); Shoemaker (2000); Wuest et al. (2001) มีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกันว่า การที่ประชากรมีอายุยืนขึ้น เนื่องจากประชากรมีภาวะสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงินตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่และเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีอำนาจในการซื้อสูง

อุบลรัตน์ เฟิงสถิตย์ (2546) กล่าวว่า ผู้สูงอายุในสังคมไทย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายในลักษณะของการเสื่อมถอยการเจริญเติบโตของร่างกาย และความต้านทานโรคน้อยลง ความสามารถด้านการปรับตัวและบทบาททางสังคมของแต่ละบุคคลจะมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป ผู้สูงอายุจะมีลักษณะและปัจจัยที่ทำให้เกิดความชรา รวมทั้งการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะปัญหาส่วนตัว ทางด้านร่างกายความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ตลอดจนบทบาทและลักษณะนิสัยทางสังคมของผู้สูงอายุที่ได้อยู่ในสังคมนั้นเอง

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุของโลกที่มีอายุยืนยาวขึ้นจากสุขอนามัยและโภชนาการที่ดีขึ้น รวมทั้งมีการดูแลสุขภาพตนเองให้แข็งแรงเพิ่มมากขึ้น และยังคงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในเวลาว่างที่มากขึ้น เป็นการสร้าง

โอกาสให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุขึ้น

ราณี อิศัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Senior Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนในเวลาว่างของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีแรงจูงใจที่ผสมผสานความสนใจที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความตึงเครียด การส่งเสริมสุขภาพ และการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีเวลาว่างและใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงินตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่และเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีอำนาจในการซื้อสูง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

Parasuraman et al. (1988) ได้กล่าวถึงความคาดหวังไว้ว่าหมายถึงความต้องการหรือความปรารถนาในความคิดหรือทัศนคติของมนุษย์ที่ถูกคาดหวังไว้ในบริการนั้น ๆ ที่พวกเขาจะได้รับเพื่อตอบสนองต่อความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้า และลูกค้าจะมีการประเมินผลการบริการนั้นจากทัศนคติของลูกค้าและที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ทัศนคติและความคาดหวังต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากการใช้ชีวิตหรือสิ่งแวดล้อมที่แต่ละคนนั้นได้ประสบพบเจอต่าง ๆ กันมา หรือประสบการณ์ชีวิตของแต่ละคนนั้นต่างกันก็จะทำให้ทัศนคติหรือความคาดหวังนั้นต่างกันออกไปด้วย

องค์ประกอบที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังนั้นมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบด้วยกันดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เช่น เมื่อลูกค้าได้ยินเพื่อนบอกว่าโรงแรมแห่งนี้มีบริการที่ดีและราคาไม่แพงอยากให้ลองเข้าไปพัก เช่นนั้นแล้วลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังตามมาว่าจะได้รับบริการที่ดีในราคาที่ไม่แพง ถ้าไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก็อาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล เช่นเมื่อลูกค้ามีความต้องการที่จะเข้าพักที่โรงแรมแห่งนี้และคาดหวังว่าจะได้รับบริการในแบบที่ตนเองต้องการ แต่เมื่อไม่ได้รับบริการในแบบที่ตนเองต้องการหรือมีความคาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต เมื่อลูกค้าเคยเข้าพักโรงแรมแห่งนี้แล้วได้รับประสบการณ์ที่ดีในการได้รับบริการที่ดีจากทางโรงแรมลูกค้าก็จะอยากที่จะกลับไปใช้บริการอีกครั้ง และลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังว่าถ้ากลับไปใช้บริการอีกครั้งก็จะได้รับบริการที่ดีเช่นเดิมจากทางโรงแรม

องค์ประกอบที่ 4 การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไปสู่ลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากการประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้วลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังว่าต้องเป็นไปตามที่ตนเองได้รับข้อมูลข่าวสารมาตามที่ตนเองอ่านแต่ถ้าเมื่อเข้าไปใช้บริการแล้วไม่เป็นไปตามที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นได้

วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2542, น. 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดขึ้นจาก 7 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 1) ชื่อเสียงขององค์กรหรือคำร่ำลือต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กร
- 2) บุคคลที่คอยให้บริการ หรือ พนักงาน เช่น การแต่งตัว หรือการพูดจา
- 3) ตัวของบริการหรือสินค้า เช่น แบนด์ของโรงแรมต่าง ๆ ที่ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ
- 4) ราคาของการบริการนั้น ๆ ว่าเหมาะสมหรือไม่
- 5) สภาพแวดล้อมในขณะนั้นเมื่อลูกค้าไปใช้บริการ
- 6) คุณภาพหรือมาตรฐานของตัวลูกค้าเอง
- 7) คู่แข่งของบริการหรือสินค้านั้น ๆ

ในความคาดหวังบางครั้งนั้นลูกค้าจะนำประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าประสบพบเจอมาปะปนมาด้วยความคาดหวัง เช่น เมื่อลูกค้าเคยมีประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ ในการได้รับบริการในอดีตมาและเมื่อได้มารับบริการที่เป็นมาตรฐานในปัจจุบันก็จะทำให้ความคาดหวังของลูกค้าไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ และอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจตามมาได้

2.5 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

มนต์ชัย แก้วหลวง (2543) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามความต้องการ ซึ่งระดับความพึงพอใจที่ต่างกันจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่ต่างกันที่ตนได้พบเจอมา

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึงอารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุณค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการใช้บริการซ้ำจนในที่สุดเกิดความติดใจต้องการใช้บริการนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพึงพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

Beer (1964) ได้กล่าวไว้ว่า ทศนคติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่เกิดความพึงพอใจ

- 1) V = Valance คือ ความพึงพอใจ
- 2) I = Instrumentality คือ สิ่งที่เป็นตัวกลางนำไปสู่ความพึงพอใจ
- 3) E = Expectancy คือ ความคาดหวังของแต่ละบุคคลในแต่ละบุคคลนั้นมีความคาดหวังในหลาย ๆ สิ่งและต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อความคาดหวังนั้น และถ้าบุคคลนั้นได้รับการ

ตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจและเมื่อเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้ความคาดหวังนั้นสูงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และจะแสดงรูปแบบเป็นสมการได้ดังนี้

ผลของความพึงพอใจ + ความคาดหวัง = แรงจูงใจ

จากสมการข้างต้นสรุปได้ว่า แรงจูงใจของคุณต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ถ้าบุคคลมีความคาดหวังที่คาดหวังไว้ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและได้รับการตอบแทนที่ดี แรงจูงใจก็จะทำให้บุคคลคนนั้นรู้สึกถึงความพึงพอใจ แต่ถ้ากลับกันบุคคลมีทัศนคติด้านลบและไม่ได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจนั้นก็ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

Aday and Andersen (1974) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน 6 ประเภทเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการและเป็นสิ่งมีชีวิตว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจทั้งหมด 6 ข้อด้วยกัน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการเมื่อไปใช้บริการ แบ่งเป็น
 - 1.1 การที่ลูกค้าใช้เวลารอคอยต่อการรับบริการในสถานที่รับบริการ
 - 1.2 การได้รับบริการเมื่อลูกค้ามีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
 - 1.3 ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับต่อสถานที่บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ
- 2) ความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารหรือประสานงานของผู้ให้บริการ แบ่งเป็น
 - 2.1 ลูกค้าสามารถขอรับบริการตามความต้องการของลูกค้า
 - 2.2 ผู้ให้บริการมีความสนใจ เอาใจใส่ในตัวลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ
 - 2.3 ผู้ให้บริการมีการติดตามผล หลังจากลูกค้ามารับบริการ
- 3) ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับจากการมาใช้บริการ
- 4) ความพึงพอใจต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ให้บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ เช่น การมีอัธยาศัยดี การยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาสุภาพ ความห่วงใยต่อผู้มาใช้บริการ เป็นต้น
- 5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก่อนที่จะมาใช้บริการ
- 6) ความพึงพอใจต่อราคาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อลูกค้าต้องจ่ายเงินว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ต่อคุณภาพการให้บริการ และราคาสามารถรับได้หรือไม่

2.5.1 การวัดความพึงพอใจ

Frank-Stromborg (1984) การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นจะวัดในเรื่องใดนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะศึกษาแต่มีวิธีที่ใช้กันดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ วิธีนี้ผู้ศึกษาจะมีแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้อดีของวิธีนี้คือผู้สัมภาษณ์อธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้

2) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดมีลักษณะคำถามที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบข้อดีของวิธีนี้คือได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอนมีความสะดวกรวดเร็วในการสำรวจสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมาก ๆ

3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นแสดงออกจากการพูดจาหรือท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยความอดทนในการสังเกตและต้องกระทำอย่างจริงจังและควรมีการวางแผนให้ดีก่อนลงมือทำ

2.5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer satisfaction)

ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ก็ต่อเมื่อบริการหรือสิ่งที่ได้รับ มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ (Kotler & Keller, 2006) และความพึงพอใจมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะทำให้บริษัท นั้น ๆ มีการขายสินค้าในครั้งต่อไปได้ง่ายขึ้น เพราะความพึงพอใจสามารถมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น ทัศนคติต่อความชื่นชอบในแบรนด์ ในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งต่อมาจะมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำในระยะเวลาต่อมา (Hellier et al., 2003) โดย Cronnin et al. (2000) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลทำให้เกิดความจงรักภักดีในแบรนด์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งความจงรักภักดีในแบรนด์นั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมที่แสดงออกมา เช่น แนวโน้มในการซื้อซ้ำ และด้านทัศนคติ เช่น ความชื่นชอบในตราสินค้า ความผูกพันในแบรนด์ และความตั้งใจซื้อในเวลาต่อมา ซึ่งตรงกับ Henkel et al. (2006) ที่ได้ให้แนวคิดที่ว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการจากผู้ขายสินค้า หรือบริการ ระดับการใช้งานในการรับบริการจะสูงขึ้น หรือลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคตเพิ่มมากขึ้นด้วย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ แต่จะรู้สึกได้ต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตามที่ตนคาดหวังไว้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่เมื่อไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความผิดหวังและจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจได้ ซึ่งตัวแปรที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจนั้นมีหลายปัจจัย ไม่ใช่แค่ในส่วนของผู้ให้บริการอย่างเดียว รวมถึงบรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม เป็นต้น ลูกค้าที่มีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการจากผู้ขายสินค้าหรือบริการจะส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

2.6 แนวคิดและทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นแนวทางของการศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าปลายทาง ซึ่งสามารถบอกได้ถึงถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการของแต่ละบุคคล (Kotler, 2000) โดยองค์กรธุรกิจควรให้ความสำคัญต่อการศึกษาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะช่วยให้ธุรกิจเข้าใจถึงกระบวนการการตัดสินใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หรือเข้ารับบริการในครั้งแรก รวมทั้งพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนา และการปรับปรุงสินค้าและคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น สามารถเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองต่อความ

ต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาได้ทัน่วงที เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือคู่แข่ง

2.6.1 นิยามและความหมายของการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Repeat-buying Theory)

พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่มีความซับซ้อนมาก ก่อนทำการซื้อผู้บริโภคมีความต้องการทัศนคติที่ดี ประสบการณ์จากการทดลองใช้ครั้งก่อน และอิทธิพลจากภายนอก เช่น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น พนักงานขาย การตั้งราคา รูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการบอกต่อ (Word of Mouth) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลถึงการตัดสินใจในการซื้อ การเลือกใช้ ความรู้สึกพึงพอใจหลังจากการใช้ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อตราสินค้า นักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามและความหมายของการซื้อซ้ำ ไว้ดังนี้

Zeithaml et al. (1996) ให้ความหมายการกลับมาซื้อซ้ำว่า คือ ปฏิกริยาในการตอบสนองของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีกครั้งในอนาคต

Cronin et al. (2000) การซื้อซ้ำ หรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ส่งผลต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการ ให้ความกระตือรือร้นในการที่จะปรับปรุง แก้ไข พัฒนาสินค้า หรือบริการให้มีมูลค่าและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

Hellier et al. (2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ หมายถึงความตั้งใจของบุคคล หรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำจากร้านค้าหรือหน่วยงานเดิมที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้วจากที่ผ่านมา

Yi and Sun (2004) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคเป็นตัวชี้วัดถึงพฤติกรรมในการกลับมาซื้อซ้ำ โดยมีตัวชี้วัด 2 แบบ คือ (1) ความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำ และ (2) การกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค

2.6.2 แนวคิดความพึงพอใจ และทัศนคติ ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ

จากการศึกษาพบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากพบว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) และทัศนคติ (Attitude) เป็นจุดกำเนิดของการซื้อซ้ำ (Bearden & Teel, 1983; Oliver, 1993; Hellier et al., 2003) เปรียบได้ว่าความพึงพอใจคือภาพรวมของความสุขของลูกค้า และความพึงพอใจที่เกิดจากประสบการณ์เกี่ยวกับการให้บริการ และ ทัศนคติภายหลังการซื้อ กล่าวคือ ความแน่วแน่มของความรู้สึกทั้งที่เป็นกลาง เป็นบวก หรือเป็นลบ ส่วนใหญ่เป็นการประเมินที่เกิดจากประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมทั้งบริษัทและตัวสินค้าหรือบริการนั้น



สรุปได้ว่าแนวคิดและทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำคือการที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ที่เกิดจากการคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับบริการ ซึ่งหลังจากได้รับความพึงพอใจพฤติกรรมของ

ผู้ให้บริการจะมีการแสดงออกทันที เช่น การชื่นชม การบอกต่อ หรือการโพสต์ข้อความลงในโซเชียล และจะทำให้เกิดความรู้สึกดี ประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.7 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

เบญจพร เชื้อผึ้ง และคณะ (2561) แนวทางการจัดการการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เข้าพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 55-64 ปี มีสถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ยังไม่เกษียณ มีรายได้จากการประกอบอาชีพ และมีภาระด้านครอบครัวที่ต้องดูแลครอบครัวพ่อแม่ ผู้สูงอายุ และดูแลญาติพี่น้อง ด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวใช้โอกาสในการเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่ได้เข้าร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ ได้พบปะและเยี่ยมเยียนเพื่อนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน และเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 3 ครั้ง เดินทางเป็นครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และค้างคืน 1-3 คืน และเดินทางมาจองที่พักด้วยตนเอง โดยมีค่าใช้จ่ายที่ปกเฉลี่ยต่อคืน 501-1,000 บาท และคิดว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง และไม่แน่ใจที่จะพักที่พักรั้งเดิม โดยมีปัจจัยในการเลือกที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้เมืองแหล่งชุมชน เลือกห้องพักที่มีเตียงนอนขนาด 6 ฟุต จำนวน 1 เตียง หรือเลือกห้องพักที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต จำนวน 2 เตียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ที่ประกอบไปด้วย ที่นอนมีความนุ่มพอดีกับสรีระ เตียงนอนมีความสูงที่พอดีกับการลุกนั่ง ขนาดห้องพักที่เหมาะสม ห้องน้ำที่สามารถนำรถเข็นเข้าไปได้และมีราวจับ ประตูห้องน้ำแบบบานเลื่อน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก ได้แก่ ทางเดิน ทางลาด บันได และลิฟต์ โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรม นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ มีความคาดหวังสูงสุดต่อด้านที่พักและบริการ รองลงมาคือ ด้านพนักงานบริการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจต่อที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจสูงสุดต่อด้านที่พักและบริการ รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา หากเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจจะมีคะแนนที่สูงขึ้นเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านราคาที่มีความพึงพอใจลดลง

อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2563) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 55-60 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน US \$ 4,001 - 6,000 โดยมากแล้วมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ระยะเวลาที่เข้าพักแรม 3-7 วัน และสถานที่พักแรมแบบรีสอร์ท ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น มีความสำคัญมาก โดยพิจารณารายข้อ

ย่อยด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการในการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในส่วนของความพึงพอใจนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น พบว่าด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

เพ็ญพร กลัดหล้า และ อริสรา เสยานนท์ (2563) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกับคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาพบว่า อันดับแรก คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ค่าเฉลี่ย 4.00 ความพึงพอใจในการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการเข้าพักแรมเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรก คือ พอใจในอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และพอใจในค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ ค่าเฉลี่ย 4.00 โดยสรุปจากสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์พบว่า ตัวแปร คุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นความสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ หากตัวแปรคุณภาพบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

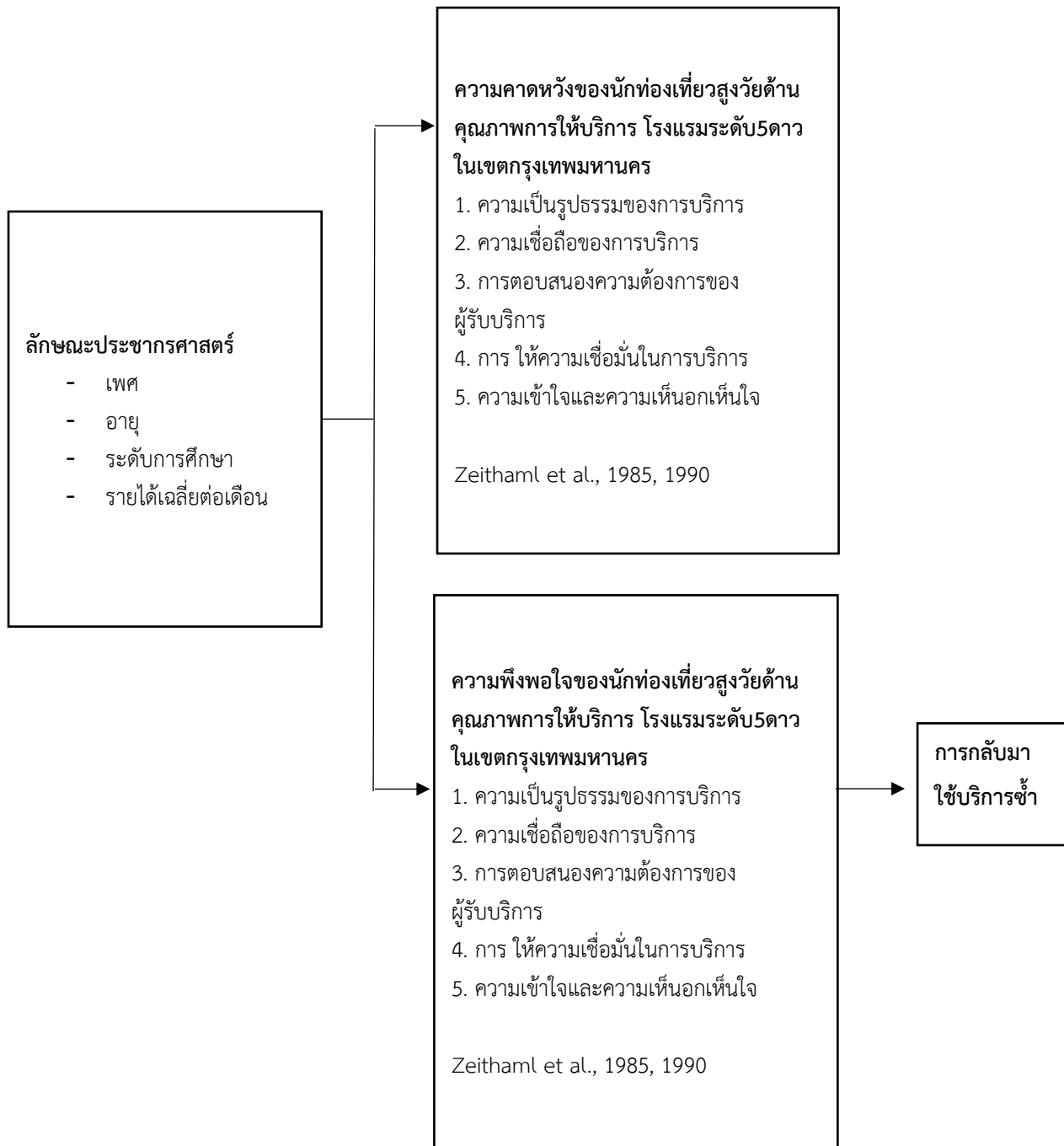
ทินกร ดีบัณฑิต และ ผกาภาศ ชัยรัตน์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 60 - 65 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ประมาณ 20,001-25,000 บาท และเดินทางมาจากภาคกลางของประเทศไทย 2) ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เดือนละ 1 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และเลือกพักที่พักประเภทโรงแรม มีระยะเวลาเข้าพักจำนวน 2 คืน และเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ตลอดจนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว 3) ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ในจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.30) โดยสามารถจำแนกเป็นแต่ละด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.48) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.25) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.46) ด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.44) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.24) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.45) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.29)

สิริกานต์ ทองพูน (2564) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ กรณีศึกษาโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้มาใช้ บริการที่เป็นผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อการมีทางลาดและลิฟต์อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจที่มีต่อการมีบันไดอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจที่มีต่อทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร และทางเชื่อม ระหว่างอาคารสำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อการมีประตูสำหรับผู้สูงอายุอยู่ใน ระดับมากที่สุด ความพึงพอใจที่มีต่อการมีห้องสุขาสำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจที่มี ต่อการมีจุดบริการอื่น ๆ สำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก แนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกใน โรงแรมสำหรับผู้ให้บริการที่เป็นผู้สูงอายุ โรงแรมควรมีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามีการให้ ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้ให้บริการมั่นใจว่าจะได้รับความสะดวก และความปลอดภัย รวมถึงโรงแรมควรมีการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงาน เพิ่มทักษะให้มีความรู้ในเรื่องของ การบริการด้านการช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการที่ต้องการความช่วยเหลือ

ดุจดรินทร์ คำขำ (2564) ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่านั้น ส่วนใหญ่ใช้จ่ายค่าบริการที่พักเฉลี่ยต่อคืนน้อยกว่า 4,000บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันไม่รวมค่าที่พัก 1,000-1,999 บาท โดยส่วนใหญ่นั้นมาเป็นการครั้งแรก โดยมีระยะเวลาในการพัก 3 วัน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการสูงที่สุด ในส่วนของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจสูงที่สุด ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมพบว่า ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญ

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาองค์ประกอบในด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2566 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เดินทางมาพักแรมและใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมสรุปผลการศึกษา โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ
- 3.5 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการ ของโรงแรมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างไว้ ดังนี้

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีมาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาพักอย่างน้อย 1 คืน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2563)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขต

กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ Cochran (1953, p. 178) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

ซึ่ง

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z = ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่าของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{P(1-P)Z^2}{d^2} \\ &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.5 \times 0.5 \times 3.84}{0.0025} \\ &= 385 \sim 400 \end{aligned}$$

จากสูตรจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชากรทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้สำรองจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ 5 % ดังนั้นจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างน้อย 1 คืน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตตามรายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม (สมาคมโรงแรมไทย, 2563) ในส่วนของโรงแรมที่แจกแบบสอบถาม ดังนี้

1. BANGKOK RAMA HOTEL
2. MALAYSIA HOTEL
3. S.D. AVENUE HOTEL
4. ST. JAMES HOTEL
5. ALEXANDER HOTEL BANGKOK
6. HOLIDAY INN EXPRESS BANGKOK SATHORN

- | | |
|---|--|
| 7. IBIS STYLES BANGKOK KHAOSAN VIENGTAI | 8. PINNACLE LUMPINEE HOTEL&SPA BANGKOK |
| 9. Q-BOX HOTEL BANGKOK BLOSSOM | 10. SIRI HERITAGE BANGKOK HOTEL |
| 11. SIRI ORIENTAL BANGKOK HOTEL | 12. SIRI POSHTEL BANGKOK |
| 13. SIRI RATCHADA BANGKOK | 14. TAI-PAN |
| 15. THE PANTIP HOTEL LADPRAO BANGKOK | |

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยด้วยตัวเอง จากนั้นจึงจะเก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย ซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นลักษณะแบบสอบถามซึ่งใช้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสรุปเพื่อสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบ Check list ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-End Question) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 5 มิติตามทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า
5. ด้านความใส่ใจลูกค้า

ลักษณะแบบสอบถามในตอนี่ 3 จะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้สูงอายุเป็นผู้ให้คะแนนของระดับความคาดหวังก่อนมาใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และระดับความพึงพอใจหลังการใช้บริการที่โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Liker's Scale) ดังต่อไปนี้

ค่าคะแนน	ความคาดหวังและความพึงพอใจ
5 หมายถึง	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว, 2535, น. 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= 5 - 1 \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

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

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อที่พักแรมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำจะใช้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Liker's Scale)

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว, 2535, น. 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= 5 - 1 \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

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

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ แก่ผู้สูงอายุ ใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Opened-response Question)

3.4 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

3.4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางแหล่งอ้างอิงของแบบสอบถาม

ลักษณะคำถามคำถาม	จำนวน	ที่มา
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		
1. เพศ	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ -
2. อายุ	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ -
3. ท่านเดินทางมาจากภูมิภาคใด	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ -

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะคำถามคำถาม		จำนวน	ที่มา
4.ระดับการศึกษา	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
5.รายได้ต่อเดือน	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
6.แหล่งที่มาของรายได้	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย			
7. จุดประสงค์ในการมาเที่ยวในครั้งนี้	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
8. จำนวนครั้งที่เดินทางมายังจังหวัดกรุงเทพ	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
9. ระยะเวลาที่พักค้างคืน	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
10. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับที่พักต่อคืน	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะคำถามคำถาม		จำนวน	ที่มา
11. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพอีกไหม	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
12. ถ้ากลับมาเที่ยวอีกครั้งท่านจะเลือกที่พักที่เดิมหรือไม่	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบให้เลือกตอบ 1 คำตอบ (One choice)	1 ข้อ	-
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพมหานคร			
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก 5.มากที่สุด	5 ข้อ	แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเบญจพร เชื้อผึ้ง (2562) ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษานักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2563) ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะคำถามคำถาม		จำนวน	ที่มา
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability)	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบ มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก 5.มากที่สุด	5 ข้อ	พฤติกรรมกับคุณภาพการให้บริการ ที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพ็ญพร กลัดก ลำและอริสรา เสยานนท์ (2563) ความคาดหวังและการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจ โรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)
การตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ (Responsiveness)	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบ มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก 5.มากที่สุด	5 ข้อ	พฤติกรรมกับคุณภาพการให้บริการ ที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพ็ญพร กลัดกลำและอริสรา เสยานนท์ (2563) ความคาดหวังและการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)
การให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (Assurance)	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบ มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก	5 ข้อ	พฤติกรรมกับคุณภาพการให้บริการ ที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพ็ญพร

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะคำถามคำถาม		จำนวน	ที่มา
	5.มากที่สุด		กัลด์กล่าและอริสรา เสยานนท์ (2563) ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy)	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก 5.มากที่สุด	5 ข้อ	พฤติกรรมกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพ็ญพร กัลด์กล่าและอริสรา เสยานนท์ (2563) ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)
ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อที่พักแรมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ			
ความพึงพอใจ/การกลับมาเยือนซ้ำ	คำถามปลายปิด (Close end question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 1.น้อยที่สุด 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก 5.มากที่สุด		ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษานักท่องเที่ยววัยสูงอายุต่างชาติ อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2563)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะคำถามคำถาม		จำนวน	ที่มา
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ แก่ผู้สูงอายุ			
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรม	คำถามปลายเปิด (Open end question)	1 ข้อ	ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดุจดรินทร์ คำขำ (2564)

3.4.2 สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3 นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

3.4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขและเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre - test) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง

3.4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

3.5 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยทำหนังสือในนามโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตถึงโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5.2 จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่โรงแรมระดับ 3 ดาวที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับ พร้อมทั้งลงรหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลเพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอในเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงความสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานการวิจัยข้อมูลที่ใช้ในแบบสอบถามในครั้งนี้ เป็น ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยชาวไทย ที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.3 แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likerts Scale) ในการวัดระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจ โดยในการวัดระดับความสำคัญ มีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนน		ความคาดหวัง
5	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด
และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้		
4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
1.81- 2.60	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในการวัดระดับความพึงพอใจ มีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนน		ความพึงพอใจ
5	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81- 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิตินั้นผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

3.7.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้สรุปหรือบรรยายให้เห็นคุณลักษณะ ของตัวแปร ที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้กับกลุ่มอื่น ๆ ได้ โดยอาจเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปตารางการแจกแจงความถี่ กราฟ รูปภาพต่าง ๆ หรืออาจเสนอค่าวัดคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance) และค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น วรรณญา ภัทรสุข (2554) และ พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2546) ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่เกี่ยวข้องกับออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อที่พักแรมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ แก่ผู้สูงอายุ

3.7.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษา เพื่อนำไปสรุปเกี่ยวกับประชากรโดยการทดสอบสมมติฐานว่าการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระหรือไม่ วรัญญา ภัทรสุข (2554) โดยในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยวิธีดังต่อไปนี้

1) การทดสอบสมมติฐานของผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย เมื่อสุ่มตัวอย่างของแต่ละประชากรเป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-test) กัลยา วาณิชย์บัญชา (2546) ซึ่งเป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยได้แก่ เพศ

2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One Way ANOVA) ซึ่งเป็นการจำแนกข้อมูลด้วยตัวแปร หรือปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว หรือเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของระดับต่าง ๆ ได้แก่ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน กัลยา วาณิชย์บัญชา (2546) เพื่อหาความสัมพันธ์ ของตัวแปรที่มากกว่าสองตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Ind-pendent Sample T-test) โดยค่านัยสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดไว้ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) ชูศรี วงศ์รัตน์ (2544)

3) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปรระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการ ที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บกลุ่มตัวอย่างบริเวณโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แจกแบบสอบถามโดยสอบถามอายุของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ในบริเวณโดยรอบโรงแรมระดับ 3 ดาว และได้ฝากแบบสอบถามให้แก่พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมระดับ 3 ดาวในการช่วยแจกแบบสอบถามให้กับแขกผู้สูงอายุชาวที่ได้อาศัยใช้บริการ

จากการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปเป็นจำนวน 430 ชุด โดยแบ่งการเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ละ 20 ชุด มีแบบสอบถามที่ได้รับคืนกลับมาเป็นจำนวน 420 ชุด และไม่สมบูรณ์ 14 ชุด ดังนั้นจึงมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 406 ชุด ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืน

ส่วนที่ 2 ผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ผลสรุปจากข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืน

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	168	41.4
	หญิง	238	58.6
	รวม	406	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 และเพศชายจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	60-64 ปี	312	76.8
	65-69 ปี	86	21.2
	70-74 ปี	8	2.0
	รวม	406	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุ 60-64 ปี มากที่สุด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 รองลงมาคืออายุ 65-69 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และ อายุ 70-74 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	306	75.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	100	24.6
	รวม	406	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,000-30,000 บาท	64	15.8
	30,001-45,000 บาท	178	43.8
	45,001-60,000 บาท	148	36.5
	60,001 บาทขึ้นไป	16	3.9
	รวม	406	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท มากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 60,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยยึดปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 มิติตามหลักทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบของแบบสอบถามนี้เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามวิธีของลิเคิร์ต Likert โดยกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81- 2.60	หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ผลของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามรายละเอียดดังตารางที่ 4.7 - 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1.สภาพของห้องพักหรือที่พักรวมเหมาะกับผู้สูงอายุ	3.96	.696	4.14	.705
2.สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักรวมเหมาะกับผู้สูงอายุ	4.02	.651	4.07	.703
3.มีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน	4.07	.735	4.20	.661
4.สถานที่ปลอดภัย สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย	4.26	.624	4.24	.670
5.การแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบร้อยสวยงาม	4.20	.601	4.27	.728
รวม	4.10	.554	4.23	.572

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตาราง 4.5 พบว่า ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.10) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ก็อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.23) เช่นกัน

ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านสถานที่ปลอดภัย สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัยมากที่สุด (\bar{X} =4.26)

รองลงมา คือ ด้านการแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบริ้อยสวยาม ($\bar{X}=4.20$) ด้านมีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้าย ชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.07$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ ($\bar{X}=4.02$) และด้านสภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ ($\bar{X}=3.96$) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบริ้อยสวยามมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) รองลงมา คือ ด้านสถานที่ปลอดโปร่ง สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย ($\bar{X}=4.24$) ด้านมีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.20$) ด้านสภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ ($\bar{X}=4.14$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ ($\bar{X}=4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1.พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง	4.30	.728	4.19	.728
2.ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ	4.37	.707	4.21	.750
3.ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี	4.33	.682	4.22	.670
4.บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ	4.29	.706	4.22	.688
5.ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี	4.28	.677	4.21	.726
รวม	4.31	.634	4.21	.649

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตาราง 4.6 พบว่าภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.31$) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ก็อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) เช่นกัน

ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการมากที่สุด ($\bar{X}=4.37$) รองลงมา คือ ด้านผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี ($\bar{X}=4.33$) ด้าน

พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=4.30$) บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ($\bar{X}=4.29$) และ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี ($\bar{X}=4.28$) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี และบริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มากที่สุด ($\bar{X}=4.22$) รองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการและผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดีด้านพนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=4.21$) และ พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=4.19$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1.ผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก	4.35	.660	4.22	.721
2.การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ	4.32	.653	4.23	.714
3.พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.18	.733	4.15	.756
4.การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถาม ข้อมูลได้ตลอดเวลา	4.23	.740	4.29	.727
5.มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง	4.21	.796	4.28	.760
รวม	4.26	.653	4.23	.671

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตาราง 4.7 พบว่าภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.26$) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$) เช่นกัน

ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยากมากที่สุด ($\bar{X}=4.35$) รองลงมา คือ ด้านการให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของ

ผู้ให้บริการ (\bar{X} =4.32) การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา (\bar{X} =4.23) มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง (\bar{X} =4.21) และ ด้านพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (\bar{X} =4.18) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในด้านการมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลามากที่สุด (\bar{X} =4.29) รองลงมา คือ ด้านมีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง (\bar{X} =4.28) การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ (\bar{X} =4.23) ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก (\bar{X} =4.22) และ ด้านพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (\bar{X} =4.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)

การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1.โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จัก	4.10	.766	3.93	.740
2.ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ	4.33	.707	4.28	.662
3.ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ	4.30	.698	4.23	.680
4.มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล	4.25	.719	4.28	.692
5.บริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง	4.29	.691	4.22	.709
รวม	4.25	.635	4.19	.615

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตาราง 4.8 พบว่าภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.25) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.19) เช่นกัน

ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการมากที่สุด (\bar{X} =4.38)

รองลงมา คือ ด้านผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ (\bar{X} =4.34) ด้านบริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง (\bar{X} =4.33) ด้านมีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล (\bar{X} =4.30) และ ด้านโรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อัก (\bar{X} =4.12) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการมากที่สุด (\bar{X} =4.30) รองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ (\bar{X} =4.26) ด้านบริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง (\bar{X} =4.24) ด้านมีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล (\bar{X} =4.23) และด้านโรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยู่อัก (\bar{X} =3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy)

ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1.พนักงานให้ความดูแล ใส่ใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี	4.16	.774	4.19	.769
2.ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ให้บริการสูงอายุแต่ละคน	4.15	.766	4.22	.756
3.เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม	4.17	.814	4.11	.801
4.การให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ	4.32	.696	4.21	.772
5.สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างทันท่วงที	4.23	.728	4.15	.839
รวม	4.20	.703	4.17	.747

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตาราง 4.9 พบว่าภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.20) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17) เช่นกัน

ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ มากที่สุด ($\bar{X}=4.32$) รองลงมา คือ สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสูงอายุได้อย่างทันท่วงที ($\bar{X}=4.23$) เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม ($\bar{X}=4.17$) พนักงานให้ความดูแล ใส่ใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.16$) และ ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการสูงอายุแต่ละคน ($\bar{X}=4.07$) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการสูงอายุแต่ละคน ($\bar{X}=4.22$) รองลงมา คือ การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ ($\bar{X}=4.21$) ด้านพนักงานให้ความดูแล ใส่ใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.19$) สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสูงอายุได้อย่างทันท่วงที ($\bar{X}=4.15$) และ เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม ($\bar{X}=4.11$) ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 ผลสรุปจากข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ ตามหลักทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions โดยสรุป

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	\bar{X}	ระดับความคาดหวัง	\bar{X}	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.10	มาก	4.23	มากที่สุด
2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.31	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.26	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.25	มากที่สุด	4.22	มากที่สุด
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.20	มาก	4.17	มาก
รวม	4.22	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนน (1=น้อยที่สุด ถึง 5= มากที่สุด)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยภาพรวมระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน จำแนกในประเภทต่างๆ อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22$) และมีความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน จำแนกในประเภทต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) เช่นกัน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อแล้ว ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคาดหวังมากที่สุด จากมากไปน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.21 รองลงมา ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.23 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.22 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.17 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 4.10 ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง (E)	ความพึงพอใจ (P)	ผลต่าง (P-E)	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.10	4.23	0.13	.000*
1.สภาพของห้องพักหรือที่พักรวมกับผู้สูงอายุ	3.96	4.14	0.18	.000*
2.สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ	4.02	4.07	0.05	.091
3.มีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน	4.07	4.20	0.13	.000*
4.สถานที่ปลอดภัย สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย	4.26	4.24	-0.02	.572
5.การแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบร้อยสวยงาม	4.20	4.27	0.07	.045*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.31	4.21	-0.10	.000*
6.พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง	4.30	4.19	-0.11	.001*
7.ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ	4.37	4.21	-0.16	.000*
8.ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในการให้บริการที่ดี	4.33	4.22	-0.11	.000*

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง (E)	ความพึงพอใจ (P)	ผลต่าง (P-E)	Sig.
9.บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ	4.29	4.22	-0.07	.016*
10.ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี	4.28	4.21	-0.07	.011*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.26	4.23	-0.03	.391
11.ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก	4.35	4.22	-0.13	.000*
12.การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ	4.32	4.23	-0.09	.009*
13.พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.18	4.15	-0.03	.513
14.การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา	4.23	4.29	0.06	.074
15.มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง	4.21	4.28	0.07	.059
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.25	4.19	-0.06	.017*
16.โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็น ที่รู้จัก	4.10	3.93	-0.17	.000*
17.ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ	4.33	4.28	-0.05	.095
18.ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ	4.30	4.23	-0.07	.068
19.มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และ พนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล	4.25	4.28	0.03	.446
20.บริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบ กล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง	4.29	4.22	-0.07	.036*
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.20	4.17	-0.05	.285
21.พนักงานให้ความดูแล ใส่ใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุ เป็นอย่างดี	4.16	4.19	0.02	.445

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง (E)	ความพึงพอใจ (P)	ผลต่าง (P-E)	Sig.
22. ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการ สูงอายุแต่ละคน	4.15	4.22	0.05	.040*
23. เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุ ที่มาพักในโรงแรม	4.17	4.11	-0.09	.059
24. การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจ และสุภาพ	4.32	4.21	0.16	.001*
25. สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการผู้สูงอายุได้อย่างทันที่	4.23	4.15	-0.08	.029*
รวม	4.26	4.36	0.10	.000*

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ในภาพรวม พบว่า การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้สูงอายุชาวไทยที่มาใช้บริการโดยภาพรวม มีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจ โดยมีผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 0.07

2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ จากภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจจริง โดยมีผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าลบ โดยค่าเฉลี่ยการพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.12

3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ จากภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจจริง โดยมีผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าลบ โดยค่าเฉลี่ยการพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.03

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ จากภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจจริง โดยมีผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าลบ โดยค่าเฉลี่ยการพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.08

5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ จากภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจจริง โดยมีผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าลบ โดยค่าเฉลี่ยการพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.05

4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})		T-value	df.	Sig.
	เพศชาย	เพศหญิง			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.99	4.18	-3.38	404	.001*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.34	4.29	.737	404	.462
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.31	4.22	1.33	404	.182
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.28	4.24	.671	404	.503
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.20	4.209	.004	404	.997
รวม	4.15	4.33	-2.94	404	.003*

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ ทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ที่มีค่า Sig. เท่ากับ .110 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})			F-value	df.	Sig.
	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.18	3.83	4.00	14.62	405	.000
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.40	4.01	4.00	17.21	405	.000
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.37	3.76	5.00	41.31	405	.000
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.33	4.00	4.00	9.84	405	.000
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.33	3.78	4.00	23.12	405	.000
รวม	4.38	3.81	4.20	33.46	405	.000

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามอายุ ทั้ง 5 ด้าน ส่วนมีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})		F-value	df.	Sig.
	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.06	4.23	2.004	405	.006
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.27	4.45	1.949	405	.010
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.23	4.32	6.419	405	.242
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.20	4.43	19.388	405	.002
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.15	4.39	.240	405	.003
รวม	4.20	4.43	15.308	405	.001

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ที่มีค่า Sig เท่ากับ .242 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})				F-value	df.	Sig.
	15,000-30,000 บาท	30,001-45,000 บาท	45,001-60,000 บาท	60,000 บาทขึ้นไป			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.88	4.13	4.17	4.10	4.222	405	.006
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	3.96	4.24	4.53	4.52	16.989	405	.000
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.00	4.22	4.38	4.57	6.814	405	.000
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.17	4.24	4.25	4.78	4.165	405	.006
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.99	4.11	4.37	4.61	7.926	405	.000
รวม	4.37	4.19	4.34	3.72	6.676	405	.000

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})		T-value	df.	Sig.
	เพศชาย	เพศหญิง			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.22	4.23	-.038	404	.969
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.24	4.18	.834	404	.405
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.33	4.16	2.531	404	.012*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.18	4.20	-.307	404	.759
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.19	4.16	.410	404	.682
รวม	4.39	4.34	.645	404	.519

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test ในด้านพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ ทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่มีค่า Sig.มากกว่ากว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่มีค่า Sig.น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})			F-value	df.	Sig.
	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.32	3.88	4.20	22.663	405	.000
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.34	3.75	3.95	32.985	405	.000
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.37	3.70	4.60	41.156	405	.000
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.30	3.80	3.97	24.830	405	.000
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.33	3.64	4.00	33.178	405	.000
รวม	4.50	3.88	4.24	37.062	405	.000

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามอายุ ทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตามระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตามระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})		F-value	df.	Sig.
	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.1855	4.3676	7.758	405	.000
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.1314	4.4540	19.446	405	.000
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.1699	4.4480	13.331	405	.000
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.1268	4.3920	14.459	405	.000
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.0621	4.5340	32.379	405	.000
รวม	4.2843	4.6176	21.656	405	.000

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา ทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})				F-value	df.	Sig.
	15,000-30,000 บาท	30,001-45,000 บาท	45,001-60,000 บาท	60,000 บาทขึ้นไป			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.00	4.19	4.34	4.52	7.137	405	.000
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.07	4.13	4.34	4.38	4.339	405	.005
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.05	4.20	4.35	4.25	3.503	405	.016
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.08	4.11	4.32	4.25	4.124	405	.007
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.09	4.08	4.33	4.15	3.587	405	.014
รวม	4.22	4.29	4.50	4.47	4.443	405	.004

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ T-test (ANOVA) ในด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้าน	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ค่าเฉลี่ย ความพึง พอใจ	T-test	Sig.	ผลการ ทดสอบ	ความพึงพอใจ
1.ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ	4.10	4.23	-7.718	.000*	แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มไม่พึงพอใจ
2.ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ	4.31	4.21	4.478	.000*	แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มไม่พึงพอใจ
3.ด้านการตอบสนอง ความต้องการของ ผู้รับบริการ	4.26	4.23	.859	.391	ไม่แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มพึงพอใจ
4.ด้านการให้ความมั่นใจ แก่ผู้รับบริการ	4.25	4.19	2.400	.017*	แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มไม่พึงพอใจ
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.20	4.17	1.070	.285	ไม่แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มพึงพอใจ
รวม	4.26	4.36	-4.775	.000*	แตกต่าง	นักท่องเที่ยวมี แนวโน้มไม่พึง พอใจ

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน พบว่าส่วนใหญ่มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง			แปลผล	ความพึงพอใจ			แปลผล
	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี		60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.18	3.83	4.00	แตกต่างกัน	4.32	3.88	4.20	แตกต่างกัน
2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.40	4.01	4.00	แตกต่างกัน	4.34	3.75	3.95	แตกต่างกัน
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.37	3.76	5.00	แตกต่างกัน	4.37	3.70	4.60	แตกต่างกัน
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.33	4.00	4.00	แตกต่างกัน	4.30	3.80	3.97	แตกต่างกัน
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.33	3.78	4.00	แตกต่างกัน	4.33	3.64	4.00	แตกต่างกัน
รวม	4.38	3.81	4.20	แตกต่างกัน	4.50	3.88	4.24	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.21 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ว่าอายุต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี จะมีความคาดหวังสูงสุดในทุกด้าน ยกเว้นด้าน การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 70-74 ปี มีความคาดหวังในด้านนี้สูงที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี เป็นวัยที่พึ่งเกษียณอายุและยังมีร่างกายที่แข็งแรง เลยทำให้ได้ออกเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักแรมมากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ จึงทำให้มีความคาดหวังมาก ส่วนช่วงอายุ 70-74 ปีที่มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า ด้วยร่างกายและจิตใจที่อ่อนไหวเพราะอายุที่มาก ทำให้มีความต้องการในการดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลาและพนักงานต้องเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิดเสมอ ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย 1.ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจบริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก 2.การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ 3.พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ 4.การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา 5.มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ถ้าผู้ประการให้ความใส่ใจและเตรียมความพร้อมทั้งระบบ และตัวพนักงาน จะทำให้เกิดความไว้วางใจและสามารถตอบสนองความต้องการ และ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้

ตารางที่ 4.22 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง		แปลผล	ความพึงพอใจ		แปลผล
	ป.ตรี	สูงกว่าป.ตรี		ป.ตรี	สูงกว่าป.ตรี	
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.06	4.23	แตกต่างกัน	4.13	4.40	แตกต่างกัน
2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.27	4.45	แตกต่างกัน	4.15	4.49	แตกต่างกัน
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.23	4.32	ไม่แตกต่างกัน	4.18	4.48	แตกต่างกัน
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.20	4.43	แตกต่างกัน	4.14	4.42	แตกต่างกัน
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.15	4.39	แตกต่างกัน	4.07	4.57	แตกต่างกัน
รวม	4.20	4.43	แตกต่างกัน	4.13	4.47	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.22 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคาดหวังสูงสุดในทุกด้าน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงอาจมีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการเดินทางและได้ใช้บริการโรงแรมที่หลากหลาย ทำให้เห็นถึงข้อแตกต่างและสิ่งที่ควรคาดหวังในแต่ละโรงแรม ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบและเกิดความคาดหวังที่สูงกว่า ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างข้อแตกต่างในการอบรมพนักงานให้มีความพร้อมด้านการบริการ และการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4.23 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ จำแนกตามรายได้

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง				แปลผล	ความพึงพอใจ				แปลผล
	15000-30000	30001-45000	45001-60000	60000 บาทขึ้นไป		15000-30000	30001-45000	45001-60000	60000 บาทขึ้นไป	
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.88	4.13	4.34	4.10	แตกต่างกัน	4.00	4.19	4.34	4.52	แตกต่างกัน
2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	3.96	4.24	4.34	4.52	แตกต่างกัน	4.07	4.13	4.34	4.38	แตกต่างกัน
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.00	4.22	4.35	4.57	แตกต่างกัน	4.05	4.20	4.35	4.25	แตกต่างกัน
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.17	4.24	4.32	4.78	แตกต่างกัน	4.08	4.11	4.32	4.25	แตกต่างกัน
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.99	4.11	4.33	4.61	แตกต่างกัน	4.09	4.08	4.33	4.15	แตกต่างกัน
รวม	4.37	4.19	4.50	4.51	แตกต่างกัน	4.22	4.29	4.50	4.47	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.23 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงทำให้มีอำนาจในการเลือกและตัดสินใจได้มากกว่า และมีประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักที่หลากหลาย ทำให้มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ 60,000 ขึ้นไปนั้น มีความคาดหวังในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการสูงที่สุด ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย คือ 1.โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ 2.ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการ 3.ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ 4.มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล ซึ่งมีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเรื่องความปลอดภัยและการดูแลต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการในเรื่องของความพร้อมในการดูแลและความ

ปลอดภัยในการเข้าพัก ด้วยร่างกายที่อ่อนแอและอารมณ์ที่อ่อนไหวง่าย ทำให้การสร้าง ความมั่นใจนั้นทั้งในเรื่องความพร้อมในการบริการและความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ โดยการสร้างชื่อเสียงผ่านการรีวิว หรือ การที่มีการอบรมและตรวจสอบความปลอดภัยภายในโรงแรมอยู่เสมอ

สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Dependent Variable		ความพึงพอใจ (Y)		
Independent Variable		ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X ₁) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ(X ₂) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ(X ₃) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ(X ₄) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ(X ₅)		
Prediction: Goodness-of-fit				
Multiple R	.290			
R square	.084			
Adjusted R square	.070			
Standard Error	.219			
Analysis Of variance	Degree of freedom	Sum of square	Mean Square	
Regression	6	1.766	.294	
Residual	399	19.207	.048	
F=6.114	Sig. F=.000			
Durbin-Watson	2.170			
Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	standardized Coefficients (Beta)	t-value	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X ₁)	.023	-.058	-.675	.500
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (X ₂)	.237	.675	3.788	.000*
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ(X ₃)	.183	.539	3.323	.001*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ(X ₄)	-.043	-.117	-.759	.449
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ(X ₅)	.200	.657	3.365	.001*
ค่าคงที่				1.507

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถเขียนสมการได้
ดังนี้

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจ

X₁ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

X₂ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ

X₃ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

X₄ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

X₅ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้หรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบใน
ภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์พบว่า F=6.114 Sig.= .000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ
0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 5 สามารถ
อธิบายตัวแปรตามในภาพรวมการทดสอบข้อสมมุติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้ คือ ความคลาด
เคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic =
2.170 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 สรุปได้ว่า ไม่มี ความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์
จากการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\hat{y} = .139x_1 + .099x_2 + .05x_3 + .157x_4 + .05x_5$$

(-.675) (3.788) (3.323) (-.759) (3.365)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่า T Statistic

พบว่าตัวแปรอิสระ 5 ตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยตัว
แปรอิสระ 2 ตัวสามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 และตัวแปรอิสระ 3
สามารถอธิบายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากค่า b₁ = -.023 ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการ
บริการ มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจต่อ
คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเพิ่มขึ้น ก็จะไม่ส่งผลให้มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นแต่
อย่างไร

จากค่า b₂ = .237 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้
ในการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจ
ต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไป
ด้วย

จากค่า $b3 = .183$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b4 = -.043$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการเพิ่มขึ้น ก็จะไม่ส่งผลให้มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด

จากค่า $b5 = .200$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านมาตรฐาน ทั้ง 5 ด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ($b4 = .157$) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($b1 = .139$) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ ($b2 = .099$) คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($b3 = .05$) และ คุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ($b5 = .05$) ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อ 1. ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 4. ศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเชิงสำรวจโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำการแจกแบบสอบถามบริเวณโรงแรมระดับ 3 ดาวและบริเวณใกล้เคียงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยระบุว่าผู้ทำแบบสอบถามต้องมีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2566 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่เก็บได้มีทั้งหมด 406 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (statistical Package for the social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA) และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 406 คน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท

5.1.2 สรุปผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 5 ด้าน สามารถเขียนอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.10) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ก็อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.23) เช่นกัน

ซึ่งถ้าแยกเป็นรายข้อ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย คือ สถานที่ปลอดโปร่ง สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัยมากที่สุด รองลงมา คือ การแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบร้อยสวยงาม มีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ และสภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่คาดหวังกับ สถานที่ปลอดโปร่ง สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย มากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าผู้สูงอายุชอบสถานที่ที่ปลอดโปร่งทำให้รู้สึกสบาย ไม่อึดอัดคับแคบ และทำให้รู้สึกปลอดภัย เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะรู้สึกไม่สบายใจเมื่อนอนต่างสถานที่ ทำให้รู้สึกไม่คุ้นชิน ไม่สบายใจและนอนไม่หลับ ทำให้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดการตกแต่งสถานที่ อาจนำต้นไม้หรือดอกไม้มาประดับทำให้มีพื้นที่สีเขียวภายในโรงแรม ก็จะทำให้โรงแรมมีสีสันน่ามอง และทำให้มีบรรยากาศที่ผ่อนคลายน่าพักผ่อน และทำให้มีพื้นที่ในการพักผ่อน และเดินเล่นสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจและสามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อส่งผลให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

และประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย คือ การแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบร้อยสวยงาม รองลงมาคือ สถานที่ปลอดโปร่ง สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย มีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน สภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจในประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับผู้สูงอายุ น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่าโรงแรมระดับ 3 ดาวเป็นโรงแรมขนาดเล็กทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกอาจไม่เพียงพอหรือพร้อมใช้สำหรับผู้สูงอายุมากนักด้วยข้อจำกัดของพื้นที่และขนาดห้องพัก แต่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้นโดยการเตรียมความพร้อมและหาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเข้าไปในตัวโรงแรมให้มากที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความอ่อนแอและอ่อนไหวของร่างกาย ทำให้ไม่สะดวกในการเคลื่อนไหวมากนัก ทำให้ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการช่วยพยุง เช่นราวจับ หรือ ลิฟต์ที่จะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

5.1.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.35$) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ก็อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$) เช่นกัน

ซึ่งถ้าแยกเป็นรายข้อ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ ด้านพนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ และ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี ตามลำดับ ซึ่งประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังมากที่สุดในด้านนี้คือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตอย่างยาวนาน จะมีความระมัดระวังในการเลือกใช้บริการ รวมทั้งความระมัดระวังในการพูดคุยกับคนแปลกหน้าด้วยเช่นกัน ทำให้มีความวิตกกังวลและรู้สึกไม่สบายใจในการใช้บริการที่พิกที่ไม่คุ้นเคย และมีข้อสงสัยมากมายที่ต้องการคนอธิบายให้ชัดเจน และมีความใจเย็นในการตอบคำถามหรือให้การช่วยเหลือที่มากกว่าคนช่วงอายุอื่น ๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการจัดอบรมพนักงานในทุกภาคส่วน ในเรื่องปฏิบัติและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการตอบคำถาม และการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และพนักงานต้องมี ความใจเย็นในการตอบคำถามซ้ำ ๆ และมีการควบคุมอารมณ์ตัวเอง เพราะผู้สูงอายุจะมีความอ่อนไหวทางอารมณ์ได้ง่าย

ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดีและด้านบริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการและ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี และสุดท้ายคือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่ง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในประเด็นเรื่องพนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์การใช้ชีวิตและประสบการณ์ในการท่องเที่ยว นั้น มีความสงสัยใคร่รู้ และชอบสอบถามพูดคุยในเรื่องข้อมูลต่าง ๆ และข้อมูลนั้นต้องมีความชัดเจนและถูกต้อง ซึ่งข้อมูลบางอย่างพนักงานอาจจะไม่รู้หรือเป็นข้อมูลอื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องและ อาจจะเป็นข้อมูลทั่วไปที่นักท่องเที่ยวเข้ามาสอบถาม ผู้ประกอบการควรที่จะอบรมเพิ่มความรู้ให้แก่พนักงานทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นความรู้เรื่องข้อมูลของโรงแรม หรือเป็นความรู้เรื่องข้อแนะนำ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่แนะนำ หรือ กิจกรรมที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อทำให้พนักงานมีข้อมูลที่เพียงพอและถูกต้องในการตอบข้อสงสัยหรือคำถามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ อย่างถูกต้อง ชัดเจน

5.1.2.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.26) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.23) เช่นกัน

ซึ่งถ้าแยกเป็นรายข้อ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยากมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา ด้านมีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง และ ด้านพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความหวังมากที่สุดในด้านนี้ คือ ด้านผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยากมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่ชอบความยุ่งยาก และด้วยความที่มีอายุมากอาจจะทำให้สับสนกับวิธีการหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีความเหนื่อยง่าย และการเคลื่อนไหวที่ลำบาก ระบบต่าง ๆ ในการจัดการดูแล ควรสะดวกและรวดเร็วไม่ยุ่งยาก ไม่ว่าจะเป็นการจองห้องพัก หรือการบริการต่าง ๆ ก็ควรจะเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากที่สุด

ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากที่สุดในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา รองลงมา คือ มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในประเด็นเรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่าด้วยโรงแรม 3 ดาวเป็นโรงแรมขนาดเล็ก และมีพื้นที่ไม่มาก ทำให้พนักงาน 1 คน ต้องทำหลายตำแหน่ง และอาจเกิดความล่าช้าและสับสนในการให้บริการ ผู้ประกอบการควรเพิ่มพนักงานในตำแหน่งสำคัญๆ เช่น พนักงานต้อนรับส่วนหน้า แม่บ้าน เป็นต้น เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการทำงานและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

5.1.2.4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.25) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.22) เช่นกัน

ซึ่งถ้าแยกเป็นรายข้อ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ ด้านบริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกัล้อง

วงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง ด้านมีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล และ ด้านโรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยูจก ตามลำดับ ซึ่งประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความหวังมากที่สุดในด้านนี้ คือ ด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการเป็นที่เคารพและการให้เกียรติจากผู้อื่น ทำให้ผู้ประกอบการต้องเน้นย้ำกับพนักงานทุกฝ่ายให้มีความเคารพและมีความนอบน้อมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความคาดหวังและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากที่สุดในการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการนั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลมากที่สุดรองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ ด้านบริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง และโรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยูจก ตามลำดับ ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในประเด็นเรื่องโรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยูจกน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่า โรงแรมระดับ 3 ดาวอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เมื่อเทียบกับโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ที่เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียง ทำให้ผู้ประกอบการต้องเพิ่มการโปรโมทและโฆษณาโรงแรมให้มีชื่อเสียงมากขึ้น ทั้งในด้านออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Tiktok IG หรือการสร้างชื่อเสียงผ่านรีวิวต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโรงแรมและเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

5.1.2.5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ภาพรวมของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) และภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) เช่นกัน

ซึ่งถ้าแยกเป็นรายข้อ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในด้านการให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพมากที่สุด รองลงมา คือ สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการผู้สูงอายุได้อย่างทันท่วงที เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม พนักงานให้ความดูแล ใส่ใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี และผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ให้บริการสูงอายุแต่ละคน ตามลำดับ ซึ่งประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความหวังมากที่สุดในด้านนี้ คือ การให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการความเคารพและการดูแลเอาใจใส่อย่างสุภาพ เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความอ่อนไหวทางอารมณ์ ทำให้การกระทำบางอย่างหรือการแสดงออกไปกระทบจิตใจได้ง่าย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีทั้งประสบการณ์และมีกำลังซื้อสูง ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจสูง ทั้งยังเป็นนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่มีคุณภาพ และช่างเลือกสรรสิ่งที่ดีให้กับตัวเองอย่างรอบคอบ ทำให้ต้องการความใส่ใจและความสุขภาพ เมื่อต้องการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องครบถ้วน ถูกต้อง อยู่เสมอ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการต้องอบรมให้พนักงานมีความพร้อมในการบริการข้อมูลต่าง ๆ และ มีความสุขภาพทั้งภาพลักษณ์ภายนอกและวาจาที่อ่อน น้อมต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดและสร้างความประทับใจให้แก่ ผู้รับบริการและทำให้เกิดการบอกต่อที่ดีและเลือกที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

ประเด็นที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ นั้น สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ให้บริการ สูงอายุแต่ละคนมากที่สุด รองลงมา คือ การให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ พนักงาน ให้ความดูแล ใส่ใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการผู้สูงอายุได้อย่างทันท่วงที และ การเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ให้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในประเด็นเรื่องการเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ให้บริการ ผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรมน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่าการดูแลเอาใจใส่และการเรียนรู้พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้น มีความซับซ้อนทั้งความอ่อนไหวทางด้านอารมณ์ และปัญหาเรื่องร่างกายที่ต้องการ รับการดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการคุณภาพในทุกด้าน และทางเลือกในการให้บริการที่ ดีที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ และการเตรียมความพร้อม ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดความประทับใจและเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ ผู้รับบริการ

5.1.3 สรุปผลจากข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ จำแนกผลออกเป็น 5 ด้าน สามารถเขียนอธิบายได้ดังนี้

5.1.3.1 ความคาดหวังของของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ได้สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการเข้าใจ และรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ

5.1.3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

5.1.3.3 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีระดับความ คาดหวังเฉลี่ยรวมมากกว่าระดับความพึงพอใจ จากการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์ พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าการความพึงพอใจ ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและคุ้มค่าที่สุด ซึ่งในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีตัวเลือกที่หลากหลาย และมีจำนวนมาก ทำให้ก่อนที่จะเลือกใช้บริการจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสูง ทำให้ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ เพราะโรงแรมระดับ 3 ดาวนั้นมีเป็นโรงแรมระดับเล็กและมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ พนักงานไม่เพียงพอ ความยุ่งยากและล่าช้าของระบบ หรือ ความรู้และการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ ทำทางโรงแรมต้องมีการปรับปรุงทั้งด้านตัวสถานที่และพนักงาน โดยเฉพาะการอบรมให้ความรู้แก่ในการเรียนรู้พฤติกรรมและการเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจและตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ในอนาคต

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยคาดหวังในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตุจตรินทร์ คำขำ (2564) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการสูงสุด ในส่วนของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการสูงสุด

รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับซัสวาล อรวงศ์ศุภทัต (2554) คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ สถานการณ์ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

5.2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ในภาพรวมผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยต่อคุณภาพการบริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าการความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับดุจดรินทร์ คำขำ (2564) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมพบว่า ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยให้ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ

5.2.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า เพศต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงมีความคาดหวังมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายในทุกด้าน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงมีความอ่อนไหวและมีความต้องการในการดูแลมากกว่าเพศชาย ทำให้มีความคาดหวังสูง โรงแรมควรที่จะใส่ใจและให้การดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุให้มากขึ้น โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ที่มี

ความคาดหวังสูงสุด โดยมีปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาในด้านนี้คือ 1.พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง 2.ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ 3.ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี 4.บริการทุกครั้งที่มีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ 5.ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี ซึ่งถ้าผู้ประกอบการโรงแรมสามารถจัดอบรมพนักงานในเรื่องความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ ก็จะสามารถตอบสนองความคาดหวังและเพิ่มระดับความพึงพอใจให้สูงขึ้นได้

อายุต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี จะมีความคาดหวังสูงสุดในทุกด้าน ยกเว้นด้าน การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 70-74 ปี มีความคาดหวังในด้านนี้ สูงที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี เป็นวัยที่ พึ่งเกษียณอายุและยังมีร่างกายที่แข็งแรง เลยกทำให้ได้ออกเดินทางท่องเที่ยว และใช้บริการที่พักแรมมากกว่า ช่วงอายุอื่น ๆ จึงทำให้มีความคาดหวังมาก ส่วนช่วงอายุ 70-74 ปีที่มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า ด้วยร่างกายและจิตใจที่อ่อนไหวเพราะอายุที่มาก ทำให้มีความต้องการในการดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลาและพนักงานต้องเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิดเสมอ ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย 1. ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก 2. การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ 3.พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ 4.การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา 5.มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ถ้าผู้ประกอบการให้ความใส่ใจและเตรียมความพร้อมทั้งระบบ และตัวพนักงาน จะทำให้เกิดความไว้วางใจและสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้

ระดับการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคาดหวังสูงสุดในทุกด้าน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงอาจมีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการเดินทางและได้ใช้บริการโรงแรมที่หลากหลาย ทำให้เห็นถึงข้อแตกต่างและสิ่ง que ควรคาดหวังในแต่ละโรงแรม ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบ และเกิดความคาดหวังที่สูงกว่า ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างข้อแตกต่างในการอบรมพนักงานให้มีความพร้อมด้านการบริการ และการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

รายได้ต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงทำให้มีอำนาจในการเลือกและตัดสินใจได้มากกว่า และมีประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักที่ที่หลากหลาย ทำให้มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ 60,000 ขึ้นไปนั้น มีความคาดหวังในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการสูงสุด ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย คือ 1. โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จัก 2. ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการ 3. ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ

ในการให้บริการผู้สูงอายุ 4. มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล ซึ่งความสำคัญในการสร้างความมั่นใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดทั้งในเรื่องความปลอดภัยและการดูแลต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการในเรื่องของความพร้อมในการดูแลและความปลอดภัยในการเข้าพัก ด้วยร่างกายที่อ่อนแอและอารมณ์ที่อ่อนไหวง่าย ทำให้การสร้าง ความมั่นใจนั้นทั้งในเรื่องความพร้อมในการบริการและความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความ เชื่อมมั่นให้แก่ผู้รับบริการ โดยการสร้างชื่อเสียงผ่านการรีวิว หรือการที่มีการอบรมและตรวจสอบความปลอดภัย ภายในโรงแรมอยู่เสมอ

5.2.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2563) ศึกษาเรื่อง ความ พึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึง พอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอ ตะกั่วป่า จังหวัดพังงา และสอดคล้องกับ เพ็ญพร กลัดหล้า และ อริสรรา เสยานนท์ (2563) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกับคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาว ไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาพบว่า จากสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้ บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์พบว่า ตัวแปร คุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในอำเภอ หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นความสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ หากตัวแปรคุณภาพบริการปรับตัว เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 โรงแรมควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันด้านประชากรศาสตร์ เพื่อ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยความคาดหวังใน คุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคาดหวังในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการต่อความคาดหวังแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุด

5.3.2 โรงแรมควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้สร้างความเข้าใจในการดูแลและการให้บริการผู้สูงอายุ เพื่อให้มีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมในการบริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ดีที่สุด

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลจากผู้บริหารของโรงแรมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

5.4.2 ควรขยายพื้นที่ในการศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบมิติด้านคุณภาพการบริการในจังหวัดอื่น ๆ

5.4.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการโรงแรมระดับ

3-5 ดาว ระหว่างผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563, 7 พฤศจิกายน). *เทรนด์ท่องเที่ยวที่มาแรงที่สุดในปี 2020*.
<http://www.dop.go.th/th/gallery/1/3078>
- กรมจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. (2561). *ผลการสำรวจภาวะการมีงานทำในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร*. <https://www.mol.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิติการท่องเที่ยว*. <https://www.mots.go.th>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ข้อมูลธุรกิจบริการเกี่ยวกับการเที่ยว*.
<https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/index.php>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 6).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารวี รื่นจิตต์ และ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า. (2560). นวัตกรรมบริการของโรงแรมที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน *ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลครั้งที่ 9* (น. 1325-1332). <http://repository.rmutr.ac.th/123456789/772>
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15* (พิมพ์ครั้งที่ 2, น. 80-95). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ซินเดอร์, เบนจามิน และ โบเวน, เดวิด อี. (2541). *บริการเหนือเมฆ: วัฒนธรรมองค์กรเพื่อชัยชนะในทุกสนามธุรกิจ*. เออาร์ อินฟอล์มเมชัน แอนด์ พับลิเคชัน.
- ัชชवाल อรวงศ์ศุภทัต. (2554, 11 เมษายน). *ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ*. Writer.
<https://bit.ly/3QWQBuj>
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 8). เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ดุจดรินทร์ คำขำ. (2564). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทินกร ตี๋อินถา และ ผกามาศ ชัยรัตน์. (2563). ปัจจัยการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(3), 512-525. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/245542>
- ทีมข่าวคุณภาพชีวิต. (2563, 19 ตุลาคม). *ตลาดผู้สูงอายุแนวโน้มเติบโตทะลุ 2 แสนล้านบาท*. กรุงเทพธุรกิจ.
<https://www.bangkokbiznews.com/social/903290>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์. (2553). *การโรงแรมเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นงเยาว์ ใจห่อ. (2551). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโรงแรม. ใน *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการโรงแรม* (น. 3-4). มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือ แบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 3(1), 22-25. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemmsu/article/view/148945>
- เบญจพร เชื้อผึ้ง. (2562). *แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- เบญจพร เชื้อผึ้ง, ญัฐพล ประดิษฐผลเลิศ, รัชต์ วรณสุขะศิริ, และ สันติธร ภูริภักดี. (2561). แนวทางการจัดการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสารสนเทศ*, 17(2), 71-84. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/166762>
- ปริญญา นาคปทุม และ ระชานนท์ ทวีผล. (2561) การพัฒนาคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 255-269. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/119504>
- ปรีชา แดงโรจน์. (2549). *การบริหารจัดการและปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21*. เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.
- ปถุณพร บุญรังสี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(ฉบับพิเศษ), 193-205. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/148707>
- พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2546). *หลักสถิติ 1*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2562, 27 สิงหาคม). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจโรงแรมย่านกลางเมืองกรุงเทพฯ*. Krungsri กรุงเทพฯ. <https://bit.ly/3ORN3qC>
- เพ็ญพร กลัดหล้า และ อริสรา เสยานนท์. (2563). พฤติกรรมกับคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563* (น. 1003-1016). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรังสิต. <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/view/1912>
- มณฑกานติ แลนแคสเตอร์. (2548). *การตลาดโรงแรม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มนต์ชัย แก้วหลวง. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการจากร้านยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ [ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ราณี อีสัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2552). การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:70844
- โรงแรม. (2549, 19 พฤษภาคม). ใน *วิกิพีเดีย*. <https://bit.ly/3PL41iD>
- เลิศพร ภาரசกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณวิไล จันทราภา และ กันยา กาญจนบุรานนท์. (2535). การจัดบริการพยาบาลสำหรับผู้ป่วยนอก. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารโรงพยาบาล 1 หน่วยที่ 1-7* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณญา ภัทรสุข. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลพร ตรีพรชัยศักดิ์. (2555). *แนวทางการปรับปรุงอาคารในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ กรณีศึกษาโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR at Chulalongkorn University. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45029>
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). *คุณภาพในงานบริการ 1* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และ งามอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สมาคมโรงแรมไทย. (2563). *รายชื่อโรงแรม/รีสอร์ท ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว*. <https://bit.ly/3L0OuSm>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559, 9 พฤศจิกายน). *รายงานภาวะเศรษฐกิจกิจท่องเที่ยวฉบับที่ 5*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. https://www.mots.go.th/download/article/article_20161109110746.pdf
- สิริกานต์ ทองพูน. (2564). ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ กรณีศึกษาโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 47(1), 268-277. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/tahper/article/view/248640>
- เสาวรัตน์ บุชรานนท์ และ สุตารัตน์ สุตสมบูรณ์. (2561). แนวทางการพัฒนาโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 11(2), 229-234. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/135580

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2563). *ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. DPU Library catalog.
<https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=114823>
- อนเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. อุดลพัฒน์กิจ.
- อรรธิกา พังงา. (2553). *การจัดการและการปฏิบัติงานส่วนหน้า* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โอเดียนสโตร์.
- อุบลรัตน์ เฟื่องสถิตย์. (2546). *จิตวิทยาพัฒนาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อุบลศรี หาญเจริญกิจ. (2543). *คุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลเวียงป่าเป้า* [การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository.
<http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/29901>
- Aday, L. A., & Andersen, R. (1974). A framework for the study of access to medical care. *Health Services Research, 9*(3), 208-220. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1071804/>
- APAIS 1992: *Australian public affairs information service*. (1992). National Library Australia.
- Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports. *Journal of Marketing Research, 20*(1), 21-28.
<https://doi.org/10.2307/3151408>
- Beer, M. (1964). Organizational size and job satisfaction. *The Academy of Management Journal, 7*(1), 34-44. <https://doi.org/10.2307/255232>
- Blesic, I., Tesanovic, D., & Psodorov, D. (2011). Consumer satisfaction and quality management in the hospitality industry in South-East Europe. *African Journal of Business Management, 5*(4), 1388-1396. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1299>
- Campon-Cerro, A. M., Hernandez-Mogollon, J. M., & Folgado-Fernandez, J. A. (2019). *Best practices in hospitality and tourism marketing and management: a quality of life perspective*. Springer.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing, 76*(2), 193-218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Crosby, P. B. (1988). *The eternally successful organization: the art of corporate wellness*. McGraw-Hill.
- Ercis, A., Unal, S., Candan, F. B., & Yildirim, H. (2012). The effect of brand satisfaction, trust and brand commitment on loyalty and repurchase intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58(12), 1395-1404. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1124>
- Frank-Stromborg, M. (1984). Selecting an instrument to measure quality of life. *Oncology Nursing Forum*, 11(5), 88-91.
- Greenberg, G. M. (1999). Understanding the older consumer: the grey market. *Choice*, 36, 1662-1663.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: a general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Henkel, R., Henkel, P., Agrusa, W., Agrusa, J., & Tanner, J. (2006). Thailand as a tourist destination: perceptions of international visitors and Thai residents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 269-287. <https://doi.org/10.1080/10941660600753299>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (5th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Prentice Hall.
- Lovelock, C. H. (1996). *Services Marketing* (3rd ed.). Prentice Hall
- Oliver, P. E. (1993). Formal models of collective action. *Annual Review of Sociology*, 19, 271-300. <https://www.jstor.org/stable/2083389>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-51. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. <https://bit.ly/47RF8SQ>
- Schmenner, R. W. (1995). *Service operations management*. Prentice Hall.
- Shoemaker, S. (2000). Segmenting the Mature Market: 10 Years Later. *Journal of Travel Research*, 39(1), 11-26. <https://doi.org/10.1177/004728750003900103>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Van Der Meer, T. W. G., & Van Ingen, E. J. (2009). Schools of democracy? Disentangling the relationship between civic participation and political action in 17 European countries. *European Journal of Political Research*, 48(2), 281-308. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2008.00836.x>
- Wagner, J. A. (2002). Utilitarian and ontological variation in individualism-collectivism. *Research in Organizational Behavior*, 24, 301-345. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(02\)24009-5](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(02)24009-5)
- Wuest, B., Emenheiser, D., & Tas, R. (2001). Is the lodging industry serving the needs of mature consumers?: a comparison of mature travelers' and lodging Managers' perceptions of service needs. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3-4), 85-96. https://doi.org/10.1300/J150v08n03_06
- Yi, Y., & La, S. (2004). What influences the relationship between customer satisfaction and repurchase intention? Investigating the effects of adjusted expectations and customer loyalty. *Psychology & Marketing*, 21(5), 351-373. <https://doi.org/10.1002/mar.20009>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing* 49(2), 33-46. <https://doi.org/10.2307/1251563>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเรื่อง

ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่ม
ผู้สูงอายุที่ใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

งานวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่ง
แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการ
ซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้
แบบสอบถามปลายเปิดและแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในการใช้
บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อที่พักแรมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ผู้สูงอายุ

คำถามคัดกรอง: ปัจจุบันท่านพักอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครหรือไม่ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

ใช่ ไม่ใช่

หากตอบว่า ไม่ใช่ กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงที่สุด

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 60-64 ปี

2.2 65-69 ปี

2.3 70-74 ปี

2.4 75 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.2 ปริญญาตรี

4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท

5.2 15,000-30,000 บาท

5.3 30,001-45,000 บาท

5.4 45,001-60,000 บาท

5.5 60,001 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในระดับคะแนน 1-5 และในคำถามแต่ละข้อให้ท่านประเมินครั้ง คือ ประเมินความคาดหวังของท่าน และความพึงพอใจ โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือก ดังนี้

คะแนนระดับ 5 หมายถึง ความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนระดับ 4 หมายถึง ความคาดหวังมาก และความพึงพอใจมาก

คะแนนระดับ 3 หมายถึง ความคาดหวังปานกลาง และความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนระดับ 2 หมายถึง ความคาดหวัง และความพึงพอใจน้อย

คะแนนระดับ 1 หมายถึง ความคาดหวังน้อยที่สุด และความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (ก่อนใช้บริการ)					การบริการในธุรกิจที่พักแรม	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ระหว่างใช้บริการ)				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)										
					13.สภาพของห้องพักหรือที่พัก เหมาะสมกับผู้สูงอายุ					
					14.สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่ พักเหมาะกับผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ลิฟต์ ที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ ราว จับ ห้องน้ำผู้พิการ เป็นต้น					
					15.มีแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้าย ชี้บอกสถานที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน					
					16.สถานที่ปลอดโปร่ง สะอาด สบาย ตา และทำให้รู้สึกปลอดภัย					
					17.การแต่งกายของผู้ให้บริการ เรียบร้อยสวยงาม					
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)										
					18.พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่าง ถูกต้อง					

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (ก่อนใช้บริการ)					การบริการในธุรกิจที่พักแรม	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ระหว่างใช้บริการ)				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					19. ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ					
					20. ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี					
					21. บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ					
					22. ผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี					
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)										
					23. ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก					
					24. การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ					
					25. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
					26. มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา					
					27. มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง					
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)										
					28. โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ					
					29. ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ					
					30. ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ					

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (ก่อนใช้บริการ)					การบริการในธุรกิจที่พักแรม	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ระหว่างใช้บริการ)				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					31.มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล					
					32.บริเวณโดยรอบโรงแรมและทางเดินมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ 24 ชั่วโมง					
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy)										
					33.พนักงานให้ความดูแล ใส่ใจ ผู้ใช้บริการผู้สูงอายุเป็นอย่างดี					
					34.ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อ ผู้ใช้บริการสูงอายุแต่ละคน					
					35.เรียนรู้และทำความเข้าใจ ผู้ใช้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม					
					36.การให้คำแนะนำแก่ผู้บริการ สูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพ					
					37.สามารถแก้ปัญหาและตอบสนอง ความต้องการของผู้บริการผู้สูงอายุ ได้อย่างทันท่วงที					

ตอนที่ 3 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

การกลับมาเยือนซ้ำ ธุรกิจที่พักแรม		ใช่	ไม่ใช่
การกลับมาเยือนซ้ำ			
38.	ท่านมีความประทับใจด้านคุณภาพการบริการ		
39.	ท่านจะกลับมาใช้บริการอีก		
40.	ท่านจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการในอนาคต		
41.	หากท่านกลับมาใช้บริการอีกท่านจะพักนานขึ้น		

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ผู้สูงอายุ

42. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ผู้สูงอายุ

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวอภิญญา ชื่นขำ
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี-ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว วิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาเขตเชียงใหม่
ผลงานด้านวิชาการ	ระพีพรรณ พยัคฆพันธ์,อภิญญา ชื่นขำ,พูนธันดรณ์ธาดา คชาเกตอยู่เย็น, ยูกะ นากาซึมา (2564). การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ของโฮมสเตย์ ในประเทศไทย ตีพิมพ์ งานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ICBISS 2021