

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สารนิพนธ์
ของ
สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
ตุลาคม 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สารนิพนธ์
ของ
สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
ตุลาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บทคัดย่อ
ของ
สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
ตุลาคม 2553

สิริวิภา จิรวพัฒน์นันต์. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด.

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ

กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 46 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ตัวแปรอิสระ 2 ตัว โดยใช้ค่าที (t-test) วิเคราะห์ตัวแปรอิสระ 3 ตัวขึ้นไปใช้ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และทดสอบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมโดยรวมอยู่ระดับมาก

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความใส่ใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

SATISFACTION OF MICE TOURISTS THAI GROUP TO TOWARDS SERVICE IN
HOTEL AT HUA HIN PRACHUAP KHILIKHAN

AN ABSTRACT

BY

SIRIVIPA JIRAWATANUN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

October 2010

Sirivipa Jirawatanun. (2010). **Satisfaction of Mice Tourisms Thai Group towards Service in hotel. in Hua Hin Prachuap Khilikhan.** Master's Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc. Prof. Lamson Lertkulprayad.

The purpose of this research is to study the satisfaction of the tourists MICE group to the service of hotel in Hua-Hin district, Prachuapkhirikhan province in five Qualities dimension of service; the rightness of the service, reliability of facilitators, environment, attention, and the readiness to help.

The sample subjects are collected from 400 tourists of MICE group who visit the hotels at Hua Hin, Prachuapkhirikhan. The research instrument used for gathering data is five rating scale questionnaire which have 46 items. The mean average and standard deviation are used to analyze the data. Two independent variables are analyzed by using T-test, one-way Analysis of Variance is used to analyze three independent variables. Scheffe's test is used to test statistically significant different by SLD.

The results of the research are as follows

1. The satisfaction of the tourists of MICE group to the service of hotels in Hua Hin in five qualities dimension of service which are the rightness of the service, reliability of facilitators, environment, attention, readiness to help which is found that the tourists are satisfied to hotel's service are at the high level

2. The tourists of MICE group with difference gender have difference satisfaction with significant different at .01 level. When consider from each part, it is found that in attention part the tourists are satisfied to the hotel's service with significant different at .01. In the rightness of service part, the tourists are satisfied to the hotel's service with significant different at .05. For the other parts have no statistically significant different.

3. The tourists of MICE group with difference age have difference satisfaction with no statistically significant different. When consider in each part, it is found that in attention part and readiness part the tourists are satisfied the hotel's service with significant different at .01. The tourists are satisfied the hotel's service in the rightness part of the service with significant different at 0.5. For the other parts have no statistically significant different.

4. The tourists of MICE group with difference education level have difference satisfaction to the service of hotel in Hua Hin with significant different at 0.5. When consider in each part, it is found that the tourists are satisfied the hotel's service in the reliability of facilitators part with significant different at .01. For the attention part, it is found that the satisfaction of tourist of MICE group to the service of hotel with significant different .05. For the other parts have no statistically significant different.

5. The tourists of MICE group with difference career have difference satisfaction with no statistically significant different. When consider in each part, it is found that in the attention part the tourists are satisfied with significant different at 0.1. For the other parts have no statistically significant different.

6. The tourists of MICE group with difference career have difference satisfaction with no statistically significant different. When consider in each part, it is found that in reliability of the facilitator and in attention part the tourists are satisfied with significant different at 0.5. For the other parts have no statistically significant different.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความเมตตากรุณาจาก อาจารย์ลำสัน เลิศกุล ประหยัด อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และให้ข้อเสนอแนะอย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ทุกขั้นตอน ทำให้ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงประสบการณ์และมีความเข้าใจถึงวิธีการทำงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าการทำงานวิจัยในครั้งนี้มีส่วนช่วยพัฒนาการทำงานของผู้วิจัยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ที่ให้ความกรุณาเป็นคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลีมีไทย อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ และอาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พร้อมทั้งให้ความรู้ ข้อเสนอแนะ และข้อคิดที่เป็นประโยชน์ในการทำงานวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ พร้อมทั้งอบรมสั่งสอน ตลอดจนมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ห่วงใย ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย ด้วยดีตลอดมา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยของมอบแต่ บิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ของผู้วิจัยทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน จนบรรลุผลสำเร็จ

สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานทางการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	8
ความหมายของความพึงพอใจ.....	8
ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ.....	10
ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ.....	12
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	12
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	14
ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยว.....	16
ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว.....	16
องค์ประกอบของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว.....	17
ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	18
ประวัติเมืองหัวหิน.....	19
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE.....	21
ความหมายของ MICE.....	21
การดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม MICE.....	21
สถานการณ์ของอุตสาหกรรม MICE ในอำเภอหัวหิน.....	22
อุตสาหกรรม MICE ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	25
สถิติการท่องเที่ยวหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	27
ความหมายของการบริการ.....	28
ความหมายของคุณภาพบริการ.....	29
ประเภทและลักษณะธุรกิจบริการ.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
แนวคิดการบริการตลาดในธุรกิจบริการ.....	31
การวัดระดับคุณภาพการบริการ.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ.....	40
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	81
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	81
ความสำคัญของการวิจัย.....	81
ขอบเขตของการวิจัย.....	82
สมมติฐานของการวิจัย.....	82
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	82
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
สรุปผลการวิจัย.....	84
อภิปรายผล.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	93

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	95
ภาคผนวก.....	100
ภาคผนวก ก.....	101
ภาคผนวก ข.....	107
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	113

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน.....	46
2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน.....	48
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	49
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ.....	50
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ความพึงพอใจต่อด้านสภาพแวดล้อม.....	51
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความใส่ใจ.....	52
7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ.....	53
8 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	55

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	56
10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	57
11 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ จำแนกตามอายุ.....	58
12 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ.....	59
13 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจ จำแนกตามอายุ.....	60
14 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ จำแนกตามอายุ.....	61
15 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	63
17 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	64
18 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้บริการเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	65

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	66
20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	67
21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	68
22 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจเป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ.....	69
23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	70
24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมและรายด้าน.....	71
25 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้	72
26 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้.....	73
27 จำนวนความถี่ของข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ.....	74
28 สรุปสมมติฐานในการวิจัย.....	76

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์.....	16
---	--	----

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันแนวโน้มอุตสาหกรรม MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) มีความก้าวหน้ามากขึ้น จากการที่มีนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากทุกปี โดยเป็นกลุ่มที่มาจากการจัดประชุม การจัดนิทรรศการ หรือการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เกิดการลงทุน และมีเม็ดเงินสะพัดเข้าประเทศอย่างมหาศาล เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็น ถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในทุกภาคส่วน ทั้งในด้านการท่องเที่ยว และในเชิงธุรกิจ เพื่อก้าวสู่การเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในระดับสากล เป็นศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการและการประชุมในภูมิภาค และขานรับนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้ปี 2551 และ 2552 เป็นปีแห่งการลงทุน และปีแห่งการท่องเที่ยว โดยเกิดขึ้นจากความร่วมมือของทั้งภาครัฐ และเอกชน ประกอบด้วยคณะกรรมการจากสมาคมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ไทย) (ทิก้า) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ธุรกิจไมซ์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ โดยทุกฝ่ายคาดว่าในปี 2551 นี้ จะมีนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 947,600 คน สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศราว 65,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปี 2550 ดังนั้นในปัจจุบันหลายหน่วยงานได้เร่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และความพร้อมด้านบริการต่างๆ ให้พร้อมรับมือ และให้สามารถมั่นใจว่าประเทศไทยจะก้าวทันการเติบโตดังกล่าว ซึ่งนอกจากจะเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจขององค์กรเองแล้ว ยังเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศอีกด้วย ประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก จนทำให้รัฐบาลได้เห็นความสำคัญและมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเภทด้านการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Meeting Incentive Convention and Exhibition : MICE) ที่มีแนวโน้มของการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE นี้ จะเป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก และเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม แต่ก็มีคุณภาพและศักยภาพเพียงพอในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงมาก สามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เผยว่า ปีนี้ สสนช. คาดการณ์ว่ากลุ่มธุรกิจ MICE ในประเทศไทยจะเติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 20% หรือคิดเป็นมูลค่ารายได้ไม่ต่ำกว่า 6,500 ล้านบาท แนนอนแม้ว่าจะมีปัจจัยลบหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านการเมือง ค่าครองชีพ และ ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ก็ไม่ส่งกระทบต่อยอดการเข้ามาประชุมในกลุ่ม ธุรกิจ MICE แนนอน เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งประเทศไทย

มีความได้เปรียบในหลายๆด้านด้วยกันได้แก่ ความคุ้ม, สิ่งก่อสร้างที่ทันสมัยและรองรับการประชุม, ความสะดวกสบายในการเดินทาง และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยการจัดการประชุมรายใหญ่ๆ ในปีนี้จะประกอบด้วย การจัดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของบริษัท เฮอร์บาไลฟ์ (Herbalife) ที่จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 20,000 คน จาก 13 ประเทศทั่วโลก ซึ่งน่าจะทำได้เข้าประเทศประมาณ 1.3 พันล้านบาท ในวันที่ 23-27 กรกฎาคม 51 และก่อนหน้านั้นจะมีการจัดประชุมของบริษัทไลฟ์ออนไลน์ ที่จะมีผู้เข้าร่วมประชุมถึง 2.5 หมื่นคน จาก 150 ประเทศ และ ในช่วง 2-3 กันยายน จะมีผู้เข้าร่วมประชุม 2 หมื่นคน จากองค์การ ITU ทำให้ปีนี้ สสพ. คาดการณ์รายได้ที่จะถูกใช้จากค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าช้อปปิ้ง และ ค่าการจัดประชุม ปีนี้ น่าจะมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 6,500 ล้านบาท และมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในกลุ่มธุรกิจนี้ไม่ต่ำกว่า 20% ทุกปี สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อหัวเฉลี่ยจะมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 4-5 เท่า โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนจะอยู่ที่ประมาณ 65,000 บาทต่อครั้ง โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์กับนักท่องเที่ยวในไทยทั้งหมดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีจำนวน 6% หากเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม ขณะที่หากคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าเมื่อเทียบกับเงินจากนักท่องเที่ยวทั้งหมดจะอยู่ที่ 12.6% (ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์. 2551: ออนไลน์)

แต่เมื่อพิจารณาถึงความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม MICE ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง กับพบว่ามีการเติบโตอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศไทย ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE จึงนำมาซึ่งการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
3. เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้นำมาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนสำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของธุรกิจอุตสาหกรรม MICE ส่งผลให้สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) (กัลยา วานิชปัญญา. 2546: 26 - 27) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 น้อยกว่า 35 ปี

1.1.2.2 35 – 40 ปี

1.1.2.3 มากกว่า 40 ปี

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

- 1.1.4 อาชีพ
 - 1.1.4.2 ข้าราชการ
 - 1.1.4.3 พนักงานบริษัท
 - 1.1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 1.1.5.1 น้อยกว่า 20,000 บาท
 - 1.1.5.2 20,001 – 30,000 บาท
 - 1.1.5.3 มากกว่า 30,000 บาท

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม (MICE) ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่

- 2.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ
- 2.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ
- 2.3 ด้านสภาพแวดล้อม
- 2.4 ด้านความใส่ใจ
- 2.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม และธุรกิจนำเที่ยว ที่เป็นผลมาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย

1.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถดำเนินการภายในระยะเวลาที่ตกลงได้ทันเวลาที่ และครบถ้วน สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที มีการติดต่อประสานงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ชัดเจน

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสามารถในการตอบข้อคำถามให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกคำถาม และปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มความสามารถ รวมถึงปกป้องผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ในทุกกรณี บุคลากรมีความสุภาพและอ่อนน้อมถ่อมตน มารยาทเหมาะสมเป็นพนักงานบริการ

1.3 ด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง ห้องน้ำ ห้องประชุม ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง มีความสวยงาม สะอาด ตกแต่งอย่างสวยงามและเป็นระเบียบ ผู้ให้บริการต่างกายเหมาะสมกับการให้บริการ เอกสารต่าง ๆ ได้รับการออกแบบให้อ่านและตีความได้ง่าย ป้ายชื่อและสัญลักษณ์ต่าง ๆ สามารถมองเห็นชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย

1.4 ความใส่ใจ หมายถึง ผู้ให้บริการคำนึงถึงความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE เป็นสำคัญ และมีความพร้อมในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา สามารถจดจำนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

1.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ หมายถึง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น พนักงานบริการสามารถให้ความช่วยเหลือดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที รวดเร็ว และไม่เกิดข้อผิดพลาดซ้ำซ้อน หรือปรับเปลี่ยนให้ใหม่โดยไม่มีปัญหา หากไม่สามารถแก้ไขได้ ก็พร้อมที่จะคืนเงินค่าบริการให้กับผู้ให้บริการ

2. สถานที่จัดประชุม หมายถึง โรงแรม รีสอร์ท หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า /นิทรรศการนานาชาติ MICE ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. การบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ได้รับจากการบริการจากโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. องค์ประกอบส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5. พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานด้านบริการ หมายถึง พนักงานหรือผู้ให้บริการต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICEที่มาใช้บริการโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในด้านการจัดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า /นิทรรศการนานาชาติ MICE ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7. MICE หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งที่มาทำกิจกรรมร่วมกัน ที่มาใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยต้องการทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ การวัดระดับคุณภาพงานบริการของ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml และ Leonard L. Berry ในคุณภาพการบริการ 5 มิติหลัก (อนุวัตร บรรณารักษ์สกุล. 2543: 1-2) ดังนี้



สมมุติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ
 - 1.3 ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ
 - 1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ
 - 1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว
 - 2.2 องค์ประกอบของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว
 - 2.3 ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE
 - 3.1 ความหมายของ MICE
 - 3.2 การดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม MICE
 - 3.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยว MICE
 - 3.4 สถานการณ์ของอุตสาหกรรม MICE
4. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
 - 4.1 ความหมายของคุณภาพบริการ
 - 4.2 ประเภทและลักษณะธุรกิจบริการ
 - 4.3 แนวคิดการบริหารการตลาดในธุรกิจบริการ
 - 4.4 การวัดระดับคุณภาพการบริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 547) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง สนใจ ชอบ เหมาะ

ความพึงพอใจ หรือ ความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction”ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2539: 19) และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลายตามความหมายของพจนานุกรมทั้งด้านจิตวิทยา “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานบริการที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานทีนั้น ๆ

วรูม (Vroom. 1964: 27) กล่าวว่าไว้ว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกแสดงให้เห็นถึงความพอใจในสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

เชลลี และคนอื่น ๆ (Shelle; et al. 1964: 232) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกแบบย้อนกลับ หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นอีกดังนั้นก็เห็นได้ว่าความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ทิฟฟินและแมคคอร์มิค (Tiffin; & Mccomic. 1965: 63) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ(Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (Wolman. 1973: 384) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542: 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกด้านทศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

ทรงศักดิ์ เดชาชาญ (2542: 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกรัก ชอบ และสุขใจหรือทศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ

หลุย จำปาเทศ (2535: 789) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาจะทำให้มีความสุข สังเกตได้จากสายตาคำพูด การแสดงออก

สาโรจ ไสยสมบัติ (ศรัทธา วุฒิพงศ์. 2542: 12; อ้างอิงจาก สาโรจ ไสยสมบัติ. 2534: 192) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำงานเกิดความสำเร็จ โดยเฉพาะงานเกี่ยวกับการให้บริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาด จึงควรศึกษาให้ลึกซึ้ง ถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่ใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

มอร์ส (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540: 27; อ้างอิงจาก Morse. 1958: 27) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจหมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

โวแมน (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540: 27; อ้างอิงจาก Wolman. 1973: 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540: 27) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้น ๆ

มัทธนา อันแสง (2546: 36) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองที่คาดหวังไว้หรือมากกว่า ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เกสเลอร์ (สุวัฒน์ ไบเจริญ. 2540; อ้างอิงจาก Kesler. 1983: 30) เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข พวกพ้อง มีคณยกย่องต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้ว

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542: 12) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ โดยสรุปว่าเป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบและบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้ว อยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542: 10) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าความเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542: 9) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศบวก ทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

อรุณี สุขเรือง (2546: 22) ได้สรุปความหมายจากความพึงพอใจเป็นสภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาที่กระทำในกิจกรรมนั้น

คอตเลอร์ (1997: 40) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้าและบริการนั้น ๆ

กฤษณี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และ สาวิกา อุณหันธ์ (2547: 98) ได้ให้ความหมายถึงความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้น ในทางตรงข้ามถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ

ความพึงพอใจ = ความคาดหวังผลลัพธ์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดุลพัฒน์กิจ (2548: 171) ได้ให้ความหมายถึงความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกที่มีต่องานและประเมินได้จากความแตกต่างของปริมาณผลตอบแทนที่ได้กับผลตอบแทนที่บุคคลคาดหวังไว้ หากบุคคลได้รับผลตอบแทนมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจในงานแต่หากว่าผลตอบแทนที่ได้มีค่าน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ก็จะเกิดเป็นความไม่พึงพอใจในงานขึ้นแทนที่

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการการตอบสนอง เจตคติที่ดีของบุคคล ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดุลพัฒน์กิจ (2548: 172) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหากลยุทธ์ทางการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะสร้างผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดี จะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง ของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้

2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในการของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็น สิ่งที่น่าไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

4. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้รับการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง

5. ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง จากการไปรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร พักค้างแรม เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ผลสุดท้ายก็คือผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อย ๆ นั่นเอง

6. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเทสร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้นมีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ แบ่งออกได้เป็น ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้รับบริการ และ ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้รับการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการ

1.3 ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 173) ได้กล่าวว่า เมื่อความพึงพอใจมีความสำคัญสูงมากต่อการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการบริการจะต้องทำความเข้าใจต่อลักษณะและองค์ประกอบความพึงพอใจอย่างถี่ถ้วน อันได้แก่

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการและคุณภาพของการบริการโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเอง หรือจากการอ้างอิงใด ๆ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน เช่น คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน โฆษณา เป็นต้น ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจากการบริการ หากการบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการนี้

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ (reference) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน ข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการบริการ (expectation) ซึ่งจะมีอิทธิพลแก่ผู้รับบริการในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการ (performance) หากการบริการเป็นไปตามที่คาดหวังย่อมเกิดการยืนยันความถูกต้อง (confirmation) ต่อการบริการ และเกิดเป็นความพึงพอใจในการรับบริการ แต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดการยืนยันความไม่ถูกต้อง (disconfirmation) และเกิดเป็นความไม่พึงพอใจได้

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาบุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อน ขึ้น – ลง ตลอดเวลา ส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไป

สรุปได้ว่าลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ มี 3 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง และ ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

กฤษสิริ ธีรธรรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุดหนันท์ (2547: 99 – 102) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

1. การเรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ต้องค้นหาคำตอบในประเด็นที่ลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริง มูลเหตุจูงใจ หรือความคาดหวัง แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไขการดำเนินงานต่อไป

2. การตลาดภายใน

การตลาดภายใน หมายถึง กิจกรรมที่ผู้บริหารได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกทุกหน่วยในองค์กรได้เข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน เกิดการยอมรับและเห็นความสำคัญในบทบาทของตนเองในการเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า องค์กรการตลาดที่ประสบความสำเร็จจะให้ความสำคัญกับพนักงานอย่างมากและพยายามอย่างยิ่งที่จะทุ่มเทให้ความสนใจต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุขในงานของตนเอง

การทำตลาดภายใน จึงหมายถึง การจัดโปรแกรมและการฝึกอบรมสัมมนาสำหรับบุคลากรในองค์กร อันจะช่วยให้นักงานมีทัศนคติและจิตใจที่พร้อมจะให้บริการ ตลอดจนมีความรู้ความชำนาญและทักษะในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน การดูแลพนักงานเกี่ยวกับสวัสดิการและสภาพความเป็นอยู่ทั่ว ๆ ไป รวมถึงผลตอบแทนและรางวัลจูงใจต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 176) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของงานบริการ เทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการนี้จะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการผู้ประกอบการธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ประกอบการบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามาช่วยกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

จากปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมี 7 ปัจจัยที่สำคัญประกอบด้วย ปัจจัยที่หนึ่งผลิตภัณฑ์บริการความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความ ต้องการ ปัจจัยที่สองราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ปัจจัยที่สามสถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ปัจจัยที่สี่การส่งเสริมแนะนำ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ปัจจัยที่ห้าผู้ให้บริการผู้บริการการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ปัจจัยที่หกสภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่เจ็ดกระบวนการบริการวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539: 17) ความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหัวใจหลักของการตลาด ผู้ประกอบการจะจัดสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอและมากขึ้นไปเรื่อย ๆ จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ ดังนั้นการที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเพื่อกระตุ้นมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ความสำคัญของการใช้แรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย
2. เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ
3. เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้มาใช้บริการสม่ำเสมอ
4. เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่สูญเสียไปกลับคืนมา

ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy) สรุปว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนั้นจะมีตลอดไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งความต้องการนี้ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์จำเป็นต้องหาทางตอบสนองเพื่อความอยู่รอดต่อไป เช่น ความต้องการปัจจัยสี่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

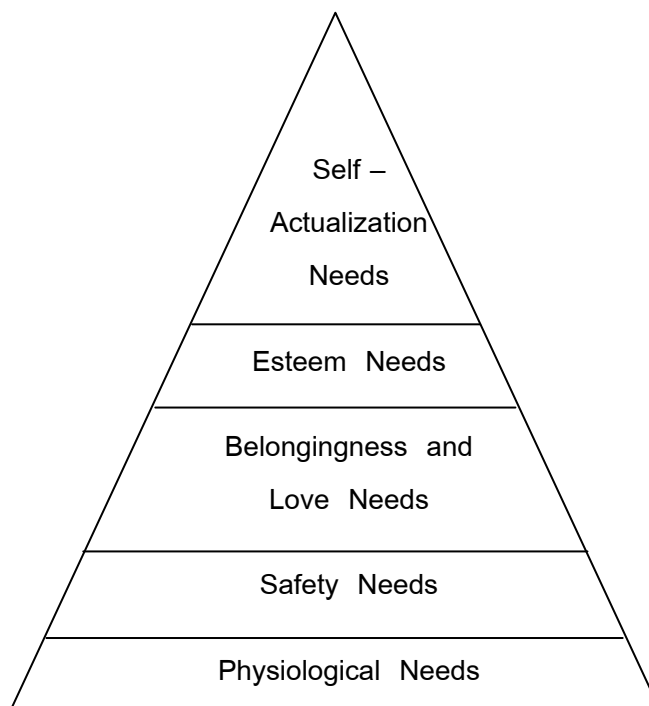
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง(Safety and Security Needs) เป็นความต้องการที่ปรารถนาที่จะให้ตัวเองได้รับการปกป้องพิทักษ์ เพื่อให้ความปลอดภัยและ มั่นคงจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว เช่น การดูแลเอาใจใส่ ให้ความมั่นใจ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้มีผู้อื่นและสังคมยอมรับ ร่วมคบหาสมาคมกับผู้อื่น ตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)เป็นความต้องการที่อยากให้อื่นและสังคมยอมรับนับถือยกย่องสรรเสริญว่าตัวเองมีคุณค่า มีความสามารถ มีชื่อเสียง

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self- actualization Needs) เป็นระดับของความ ต้องการขั้นสูงสุด ได้แก่ ความต้องการเจริญเติบโต ความต้องการใช้ความสามารถอย่างเต็มที่

จากทฤษฎีดังกล่าว ความพึงพอใจนั้น จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และการดูแลเอาใจใส่ให้เกิดความสมหวัง ซึ่งเป็นความต้องการสูงสุด ภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา: Philip Kotler. (1997). Analysis Planning Implementation and Control. p.185.

2. ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง อุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ บริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ

ธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง การสำรองที่พัก อาหาร การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ (Tour Operator) อาจขายบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรงหรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Agent) ก็ได้

สำหรับในประเทศไทยนั้นการประกอบธุรกิจมีลักษณะการผสมผสานระหว่างผู้ประกอบการกับตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวเรียกตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้ว่า “ธุรกิจนำเที่ยว” ซึ่งมีคำจำกัดความตามมาตรา 3 ว่า “การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร และหรือมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว”

ธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นธุรกิจที่รวมบริการอำนวยความสะดวกทั้งในด้านของพาหนะ ที่พัก อาหาร การนำชมสถานที่ และบริการที่เกี่ยวข้องอื่น เพื่อนำมาขายในลักษณะเหมาจ่าย ซึ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบประหยัด ช่วยให้เดินทางท่องเที่ยวได้ระยะไกลมากขึ้น ขยายเวลาการท่องเที่ยวได้มากขึ้น การแข่งขันกันของธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากจะขยายขอบเขตของการบริการแล้วยังเป็นการโฆษณาส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

2.2 องค์ประกอบของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

การประกอบธุรกิจท่องเที่ยว คือ การนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวมาผสมผสานเป็นบริการจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ทรัพยากรที่นำมาประกอบกันมีดังนี้

2.2.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ได้แก่ สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ สวยงาม น่าสนใจ เทศกาลสำคัญ กิจกรรมพิเศษ ประเพณีที่น่าสนใจ และยังมีหมายรวมถึง สินค้าที่ระลึก การบันเทิงเริงรมย์

2.2.2 ที่พัก (Accommodations) การดำเนินธุรกิจที่พักมีหลายประเภท และหลายระดับ มีลักษณะการให้บริการต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการสามารถให้บริการให้เหมาะสมกับลูกค้า

2.2.3 การคมนาคมขนส่ง (Transportations) ได้แก่ การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศไม่ว่าจะเป็นทางน้ำ ทางบก หรือทางอากาศ ซึ่งจะต้องมีลักษณะ 3 ประการ คือ สะดวกสบาย ปลอดภัย และประหยัด

2.2.4 อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages) เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น การมีสถานที่ให้บริการสะดวกสบาย มีบริการที่สุภาพ มีโอกาสเลือกได้ทั้งชนิดและราคาของอาหาร ซึ่งจะทำให้ลูกค้าประทับใจในการท่องเที่ยวได้ด้วย

2.2.5 สินค้าที่ระลึก (Souvenirs) เป็นส่วนที่ช่วยเสริมให้การเดินทางท่องเที่ยวสมบูรณ์ สินค้าที่ระลึกควรมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น วัสดุและแรงงานในท้องถิ่น สะดวกต่อการพกพา และมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

2.2.6 บริการอื่น ๆ ได้แก่ การจัดให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำเอกสารเดินทาง การแลกเงิน การทำประกันภัย เป็นต้น

2.3 ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว

2.3.1 ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการแบบเหมาจ่าย (Tour leader) โดยรวมค่าบริการในราคาแบบเบ็ดเสร็จ จำกัดแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดระยะเวลาแน่นอน แยกได้เป็น 2 แบบ คือ

2.3.1.1 บริการเหมาจ่ายที่มีผู้นำเที่ยว (Escorted Tour)

2.3.1.2 บริการเหมาจ่ายที่ไม่มีผู้นำเที่ยว (Unescorted Package tor)

2.3.2 ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม (Group inclusive Tour) เป็นการจับบริการตามความสนใจเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ความสนใจในแง่ของสถานที่ กิจกรรม เทศกาล เช่น การนำเที่ยวชมปราสาท การนำเที่ยวงานแสดงของช้าง การนำเที่ยวงานตลาดนัดผลไม้ ความสนใจด้านการกีฬา เช่น ดำน้ำ เรือใบ และความสนใจด้านธรรมชาติ เช่น ดูนก เดินป่า

2.3.3 ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการนำเที่ยวเป็นเครื่องล่อใจหรือเป็นรางวัล (Incentive Bonus Tour) เป็นการบริการนำเที่ยวที่จัดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ โดยให้เป็นรางวัลแก่พนักงานที่ทำงานดีเด่นหรือขายสินค้าทะลุเป้า

2.3.4 ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการนำเที่ยวสำเร็จรูป มีกำหนดเวลาที่แน่นอน (Collective Bonus Tour) เป็นบริการนำเที่ยวแบบเบ็ดเตล็ดที่จัดเป็นการประจำ เช่น การนำเที่ยวฮ่องกงใช้เวลา 3 วัน ออกเดินทางทุกวันศุกร์ เป็นต้น

2.3.5 ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการขายบัตรโดยสารพาหนะต่าง ๆ ทั้งทางบก เรืออากาศ (Specialty Channeler) โดยจัดการเดินทางให้สอดคล้องกับการสำรองที่นั่งและที่พัก

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับन्हนหนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 87-88) ได้กล่าวว่า न्हนหนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market or tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อย มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเองความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้นการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อย ต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบ

มาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจ และการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (Scenic attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other attractions) สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยวเป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 ระบบจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.5 ประวัติเมืองหัวหิน

ก่อนหน้าที่ชื่อหัวหินยังไม่เกิด มีเรื่องเล่าขานกันว่าราวปี พ.ศ. 2377 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พื้นที่เกษตรกรรมบางแห่งของเมืองเพชรบุรีแห่งแล้งกันดารมากราษฎรกลุ่มหนึ่งจึงทิ้งถิ่นย้ายลงมาทางใต้ จนมาถึงบ้านสมอเรียงซึ่งอยู่เหนือขึ้นมาจากเขาตะเกียบและบ้านหนองแกหรือบ้านหนองสะแก ที่บ้านสมอเรียงนี้มีหาดทรายชายทะเลแปลกกว่าที่อื่น คือมีกลุ่มหินกระจัดกระจายอยู่อย่างสวยงาม ทั้งที่ดินก็มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการทำไร่นาการ

ประมง บรรพชนเหล่านี้จึงเป็นเสมือนผู้ที่ลงหลักปักเสาสร้างบ้านห้วยหินขึ้น จนกลายเป็นหมู่บ้านที่เรียกกันแต่แรกว่า “บ้านสมอเรียง” พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษดาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) เป็นเจ้านายพระองค์แรกที่สร้างตำหนักหลังใหญ่ชายทะเลด้านใต้ของห้วยหิน (ปัจจุบันอยู่ติดกับโรงแรมโซฟิเทล) และประทานชื่อตำหนักว่า “แสนสำราญสุขเวศน์” ต่อมาทรงปลูกอีกหลังหนึ่งแยกเป็น แสนสำราญ และ สุขเวศน์ เพื่อไว้ใช้รับเสด็จเจ้านาย พร้อมกับทรงสร้างเรือนขนาดเล็กใต้ถุนสูงอีกหลายหลัง ซึ่งต่อๆ มาคือ “บังกะโลสุขเวศน์” ทรงขนานนามหาดทรายบริเวณตำหนักและหาดถัดๆ ไปทางใต้เสียใหม่ว่า “ห้วยหิน” เป็นคนละส่วนกับบ้านแหลมหินเดิม โดยมีกองหินชายทะเลเป็นที่หมายแบ่งเขต ซึ่งบ้านแหลมหินเดิมมีเขตด้านใต้ถึงเพียงแค่อันเกิดใหญ่ชายทะเล (ปัจจุบันอยู่หน้าโรงแรมโซฟิเทล มีศาลเทพารักษ์ใหญ่) เท่านั้น ไม่ถึงที่ดินของเสด็จในกรมฯ ครั้นเมื่อวันเวลาผ่านไป ชื่อ “ห้วยหิน” ก็แผ่คลุมทั้งหาดทั้งตำบลจนขยายเป็นอำเภอห้วยหิน ส่วนที่ดินแปลงที่อยู่ตรงห้วยหินชายทะเล เป็นของสมเด็จพระเจ้าฟ้าจักรพงษ์ภูวนาถ กรมหลวงพิษณุโลกประชานาถ ซึ่งทรงสร้างตำหนักใหญ่ขึ้นถึงสองครั้ง ครั้งแรกคือตำหนักขาว ครั้งหลังคือตำหนักเทา และเรือนเล็กอีกหลายหลัง ซึ่งก็คือบ้านจักรพงษ์ในเวลาต่อมา ปัจจุบันคือโรงแรมเมเลีย ซึ่งได้เปลี่ยนผู้ดำเนินการเป็นโรงแรมฮิลตัน ในช่วงเวลาเดียวกันกับการสร้างพระราชวังไกลกังวล พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ต้นราชสกุลบูรจัตร์ ก็ได้จัดสร้างตลาดฉัตรไชยขึ้นในที่ดินพระคลังข้างที่ โดยออกแบบให้มีหลังคารูปโค้งครึ่งวงกลมต่อเนื่องกัน 7 โค้ง เพื่อสื่อความหมายว่าเป็นการสร้างขึ้นในรัชกาลที่ 7 ทั้งตัวอาคารและแผงขายสินค้าเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก ตัวตลาดโล่งอากาศถ่ายเทได้สะดวก และจัดว่าเป็นตลาดที่ถูกสุขลักษณะที่สุดของประเทศไทยในขณะนั้น ชื่อตลาดฉัตรไชยนี้มาจากพระนามเดิมของพระองค์ คือพระองค์เจ้าบูรจัตร์ไชยากรนั่นเอง ต่อมาตลาดฉัตรไชยและโรงแรมรถไฟ หรือไฮเต็ลห้วยหินก็กลายเป็นสัญลักษณ์ของชายทะเลห้วยหิน ส่วนพระราชวังไกลกังวลนั้นถือว่าเป็นสถานที่อันควรสักการะบูชา มากกว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

นับตั้งแต่มีการสร้างทางรถไฟสายใต้แล้วเสร็จ เชื่อมต่อกับชายแดนของประเทศมาเลเซีย ห้วยหินก็มีชื่อเสียงว่าเป็นสถานที่พักตากอากาศอันลือชื่อของไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนว่ายน้ำ ตกปลา และตีกอล์ฟเนื่องจากมีสนามกอล์ฟ ห้วยหินรอยัลกอล์ฟ ซึ่งจัดเป็นสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทยอีกด้วย ชื่อเสียงของห้วยหินนั้น เดิมโตเคียงข้างมากับโรงแรมรถไฟก็ว่าได้ ต่อมามีการสร้างบังกะโลขึ้นคือ เซ็นทรัลห้วยหินวิลเลจ ซึ่งได้ถูกคัดเลือกให้เป็นฉากถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศเรื่อง “Devil's Paradise” เช่นเดียวกับโรงแรมรถไฟห้วยหิน ซึ่งใช้เป็นฉากถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศเรื่อง “The Killing Fields” โดยเป็นการจำลองสถานที่คือโรงแรมชั้นนำในกรุงพนมเปญในยุคสงคราม (http://www.huahin.go.th/about_history.asp สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2552)

3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE

3.1 ความหมายของ MICE

การประชุม การท่องเที่ยวแบบจูงใจ การสัมมนาและการแสดงสินค้า (MICE –Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ที่เราจะจัดขึ้นมีหลายๆ อย่าง ตั้งแต่ ค.ศ. 1967 การประชุมการท่องเที่ยวโลก WTO (World Tourism Organization) นับได้มีการประชุมถึง 3,500 ครั้ง ตลาดกลุ่มนี้ถูกรวมกลุ่มเพื่อทำ การตลาดและจัดการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

วารสารปราสาทสังข์ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์ (2546) ศักยภาพเติบโตของตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้ให้ความหมายของ MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) ตามคำนิยามของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureaus : AACVB) ดังนี้

M : Meeting (การประชุม) หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะ โดยจะจัดเป็นการเฉพาะกิจและมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Association Meeting การแลกเปลี่ยนข้อมูลของบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ระยะเวลาในการประชุมประมาณ 4- 5 วัน

2. Corporate Meeting การประชุมกลุ่มของบุคคลที่มาจากองค์กร/บริษัทเดียวกัน/เครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก

3. Government Meeting การประชุมของกลุ่มบุคคล / ผู้แทนจากหน่วยราชการ และเป็นการจัดโดยหน่วยราชการ

I : Incentive Travel (การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดจากการจูงใจเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงาน หรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัท/องค์กรวางไว้ โดย บริษัท/องค์กรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

C : Convention (การประชุม) มีลักษณะคล้ายกับ Meeting แต่แตกต่างกันที่จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (ขนาดการประชุม) ซึ่งจะมีมากกว่าตั้งแต่หลายร้อยจนถึงหมื่นคน

E : Exhibition (การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเวลาใด เวลาหนึ่งเพื่อแสดง/ขายสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.2 การดำเนินธุรกิจให้อุตสาหกรรม MICE

ในอุตสาหกรรม MICE มีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว MICE และกลุ่มผู้ดำเนินการ MICE

3.2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยว

- ผู้จัดการประชุม (Organizer) และผู้เข้าร่วมประชุม (Participant)
- ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) และผู้เยี่ยมชมการแสดงสินค้า (Visitor)

- ผู้สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Sponsor) และนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Traveler)

3.2.2 ผู้ดำเนินการ

- องค์การเจ้าภาพผู้จัดการประชุม (Host Organizer)
- องค์การหรือหน่วยงานผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ในการจัดประชุม (Supplier/Contractor)
- องค์การหรือหน่วยงานผู้รับเป็นตัวแทน หรือตัวกลาง (Agency and Intermediaries)
- องค์การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุม

3.2.3 ขอบเขตทางระหว่าง การประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าหรือบริการ MCE กับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจ (I)

ลักษณะโดยทั่วไป	MCE	I
งบประมาณ	จำกัด	ใช้งบประมาณมาก
จุดมุ่งหมาย	เพื่อการศึกษาหาความรู้	เพื่อการจูงใจ
โครงสร้างของการจัดงาน	มีมาก	มีความหลากหลาย
รูปแบบการจัดงาน	เป็นทางการ	มีความยืดหยุ่นสบายๆ
การสร้างสรรค์ลักษณะงาน	มีน้อย	ไม่มีขีดจำกัด
ผลที่ได้รับ	มีความเสี่ยง	ไม่มีความเสี่ยง
กิจกรรมเสริม	มีน้อย	มีมากและมีความหลากหลาย
การเดินทาง	ส่วนบุคคล	เป็นกลุ่มบุคคล
จุดหมายปลายทาง	สถานที่เดิมๆ	สถานที่ใหม่
การวัดผล	ไม่สามารถวัดได้	วัดได้

3.3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรม MICE ในปัจจุบัน

หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ (2552) ได้กล่าวว่าแนวโน้มอุตสาหกรรม MICE มีความก้าวหน้ามากขึ้น จากการที่มีนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากทุกปี โดยเป็นกลุ่มที่มาจากการจัดประชุม การจัดนิทรรศการ หรือการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เกิดการลงทุน และมีเม็ดเงินสะพัดเข้าประเทศอย่างมหาศาล เช่นเดียวกับการจัดไทยเฟลค - เวิลด์ ออฟ ฟู้ด เอเชีย 2550 ซึ่งจัดขึ้นบนพื้นที่ของอาคารอิมแพ็ค ชาเลนเจอร์ 2-3 เมื่อปีที่ผ่านมา ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง เนื่องจากได้รับความสนใจจากผู้ร่วมออกงาน 929 บริษัท จาก 30 ประเทศทั่วโลก มีบูธแสดงสินค้าและนิทรรศการภายในงานมากถึง 2,070 บูธ และมียอดผู้เยี่ยมชมงาน ถึง 22,011 คน ส่งผลให้มีการติดต่อเจรจาทางธุรกิจ คิดเป็นมูลค่ากว่า

3,500 ล้านบาท รวมถึงงาน เฮอร์บาไลฟ์ เอเชีย-แปซิฟิก เอ็กตราว่าแกนซ่า 2549 งานที่มีตัวแทนสมาชิกธุรกิจเฮอร์บาไลฟ์จาก 13 ประเทศในภาคพื้น เอเชีย-แปซิฟิก ร่วมงานกว่า 16,000 คน ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยกระเตื้องขึ้นอย่างมาก และจากความร่วมมือทั้งด้านสถานที่ ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และความ เป็นมืออาชีพของทีมงาน อิมแพ็คฯ จึงส่งผลทำให้คณะกรรมการจัดงานยังคงเลือกใช้บริการของอิมแพ็คฯ อย่างต่อเนื่อง”

สำหรับการตัดสินใจครั้งสำคัญ “การประชุมและนิทรรศการดีเด่นประจำปี 2549 - 2550” เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็น ถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในทุกภาคส่วน ทั้งในด้านการท่องเที่ยว และในเชิงธุรกิจ เพื่อก้าวสู่การเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในระดับสากล เป็นศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการและการประชุมในภูมิภาค และขานรับนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้ปี 2551 และ 2552 เป็นปีแห่งการลงทุน และปีแห่งการท่องเที่ยว โดยเกิดขึ้นจากความร่วมมือของทั้งภาครัฐ และเอกชน ประกอบด้วยคณะกรรมการจากสมาคมส่งเสริมการค้าประชุมนานาชาติ (ไทย) (ทีก้า) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) เป็นผู้พิจารณาตัดสิน โดยคณะกรรมการพิจารณา จากองค์ประกอบต่างๆ ในการจัดงาน อาทิ ขนาดของงาน จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน ความสำเร็จ ผลตอบรับ ที่ได้ ความพร้อมของสถานที่จัดงาน ลักษณะรูปแบบการจัดงาน เป็นต้น

“ธุรกิจไมซ์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ โดยทุกฝ่ายคาดว่าในปี 2551 นี้ จะมีนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 947,600 คน สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศราว 65,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปี 2550 ดังนั้นในส่วนของ อิมแพ็คฯ เราได้เร่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และความพร้อมด้านบริการต่างๆ ให้พร้อมรับมือ และมั่นใจว่าเราจะสามารถก้าวทันการเติบโตดังกล่าว ซึ่งนอกจากจะเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจขององค์กรเองแล้ว ยังเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศอีกด้วย”

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เปิดเผยว่า จากภาพรวมผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในปี 2551 — 2552 ที่มีอัตราการเติบโตลดลง สืบเนื่องจากทั้งปัจจัยภายใน อาทิ เหตุการณ์ด้านการเมืองในประเทศ รวมทั้งปัจจัยภายนอก อย่าง สภาวะเศรษฐกิจโลก และการแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ในปี 2553 นี้ คาดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจจะมีทิศทางบวกมากขึ้น อันจะส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์มีแนวโน้มเติบโตตามเป้าหมาย 25% ที่ตั้งไว้ โดยคาดว่า ในปี 2553 จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวน 785,816 คน สร้างรายได้ 5.6 หมื่นล้านบาท จากกิจกรรมต่างๆ กว่า 400 งาน

“สสปน. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2553-2555 (3 ปี) ซึ่งสอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ทั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2551-2554 รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์กัญญิกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2552-2555 โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย บนพื้นฐานวัฒนธรรม และศักยภาพผ่านเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มประชาคมอาเซียน คาดภายใน 7 ปี (พ.ศ. 2559) ประเทศไทยจะได้รับการยอมรับในฐานะศูนย์รวมการจัดประชุมที่มีความพร้อม และเป็นทางเลือกอันดับที่หนึ่งของการจัดงานไมซ์ในเอเชียและนานาชาติ” นายอรรถพล กล่าว

สำหรับแผนยุทธศาสตร์ 3 ปี สสปน. จัดทำภายใต้รูปแบบการพัฒนา 3 รูปแบบหลัก คือ WIN (นำงานเข้าประเทศ) PROMOTE (สนับสนุน) และ DEVELOP (การพัฒนา) โดยจัดทำเป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1. เร่งพัฒนาและขยายตลาดผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ในการเป็นช่องทางตลาด ประชาสัมพันธ์ และดึงดูดเพิ่ม 2. สร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมการรับรู้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรม และบทบาทหน้าที่ของ สสปน. อาทิ กิจกรรมการประกวดผลงาน Thailand Creative Event Awards 3. ส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรม โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ยกระดับการจัดงานประชุมและแสดงสินค้าสู่ระดับนานาชาติ และสนับสนุนการจัดงานใหม่ๆ และงานขนาดใหญ่ในประเทศไทย 4. พัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยในปี 2553 สสปน. จะผลักดันการใช้มาตรฐาน “กรีน มีตติ้ง (Green Meetings)” หรือ การจัดการด้านการประชุมแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในระดับสากล มาใช้เป็นจุดขายของประเทศไทย โดยปัจจุบันมีธุรกิจไมซ์ไทยจำนวนมากที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับเทรนด์การประชุมแบบลดโลกร้อน 5. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายใน และระหว่างประเทศ โดยผ่าน Thai Team, Team Thailand 6. การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสปน. ทั้งในส่วนของระบบการบริหารงานและทรัพยากรบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรม

นายอรรถพล กล่าวเพิ่มเติมว่า “สสปน. ได้รับการจัดสรรงบประมาณประจำปี 2553 จำนวน 934 ล้านบาท แบ่งเป็นงบประจำปี 749 ล้านบาท แบ่งเป็นงบในโครงการปิดทองหลังพระ 200 ล้านบาท งบกระตุ้นตลาดในการแข่งขันร่วมกับต่างประเทศ (WIN) 145 ล้านบาท งบการประชาสัมพันธ์ การจัดโรดโชว์ (PROMOTE) 240 ล้านบาท งบการพัฒนาอุตสาหกรรม (DEVELOP) 55 ล้านบาท และ งบการปฏิบัติการ จำนวน 110 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีงบประมาณในการนำรายได้เข้าประเทศภายใต้โครงการไทยเข้มแข็ง ผ่านโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) จำนวนทั้งสิ้น 185 ล้านบาท โดยกิจกรรมที่จะเกิดจากโครงการไทยเข้มแข็ง อาทิ กิจกรรมโรดโชว์สานต่อความเชื่อมั่นธุรกิจไมซ์ในประเทศญี่ปุ่น (Thailand MICE Road Show 2010) รวมทั้ง สสปน. ยังเข้าร่วมการจัดงาน World Expo 2010 ที่นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน โดยมีการจัดกิจกรรม Thai Night ใน Thailand Pavilion ตลอดจนอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงาน World Expo 2020 มาจัดในประเทศไทย”

สำหรับผลการดำเนินงานของ สสปน. ในปี 2552 นั้นคาดการณ์ว่า จะมีจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางมายังประเทศไทยจำนวน 628,653 คน แต่ยังคงลดลงเมื่อเทียบกับปี 2551 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 727,723 คน ส่วนรายได้ปีนี้คาดว่าจะอยู่ที่ 4.5 หมื่นล้านบาท เทียบกับรายได้ในปี 2551 คือ 5.2 หมื่นล้านบาท (ตัวเลขล่าสุดจะได้รับในเดือนมีนาคม 2553) นอกจากนี้ ในปีนี้ สสปน. ยังประสบ

ความสำเร็จในการชนะประมูลสิทธิ์การจัดประชุมและแสดงสินค้ารวมถึงการสร้างงานใหม่จำนวน 41 งาน แบ่งเป็น งานประชุมนานาชาติ (Conventions) จำนวน 27 งาน งานแสดงสินค้าที่ชนะการประมูล สิทธิ์ จำนวน 3 งาน งานแสดงสินค้าใหม่ (NEW SHOW) จำนวน 11 งาน นอกจากนี้ประเทศไทยยัง ได้รับการจัดอันดับโดย ICCA ในการเป็นประเทศที่มีจำนวนการประชุมนานาชาติ และจำนวนผู้เข้าร่วม ประชุมนานาชาติเป็นอันดับที่ 2 ของเอเชีย รองจากประเทศเกาหลีใต้(www.ThaiPR.net อังคารที่ 15 ธันวาคม 2009 15:03:16 น.http://www.ryt9.com/s/prg/765750 สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2552)

ความพยายามที่จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจึงมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงและนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงซึ่งมีส่วนต่อการเพิ่มรายได้เขาประเทศ และยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวิทยาการเทคโนโลยีและความรู้ในแต่ละสาขา ประกอบกับประเทศไทยมีข้อได้เปรียบหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกัน อาทิ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความโดดเด่นด้านประเพณี ศิลป และวัฒนธรรม ตลอดจนการรองรับและต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับภูมิภาคเดียวกัน เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาให้ตลาดกลุ่มดังกล่าวเติบโตยิ่งขึ้นจะเป็นแนวทางในการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขาสู่ประเทศอีกทางหนึ่ง โดยภาครัฐได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยว กลุ่ม MICE ไว้ ในแผนท่องเที่ยวช่วง 5 ปี (2545-2549) ให้เพิ่มในอัตราเฉลี่ย 5% ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จากเดิมที่มีสัดส่วนประมาณ 3% รวมถึงการผลักดันให้ไทยติดตลาดและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มนักท่องเที่ยว

3.4 อุตสาหกรรม MICE ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ม.ร.ว.ดิศนัดดา กล่าวว่า “สำหรับภาพรวมของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings & Incentives) นั้น มีอัตราการเจริญเติบโตที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี เฉลี่ยประมาณ 20-25 % อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่ม MI ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในปี 2006 มี จำนวนประมาณ 270,000 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 จากปี 2005 ที่มีจำนวนประมาณ 225,000 คน ทั้งนี้ เนื่องจากความแข็งแกร่งของธุรกิจและความพร้อมในด้านศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้า สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอาหารไทยที่เลื่องชื่อ ตลอดจนกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ล้วนเป็นปัจจัยบวกที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสามารถก้าวไปสู่การเป็นผู้นำในภูมิภาคได้”

ในช่วงครึ่งปีหลังภารกิจหลักของ สสพ. ที่นับเป็นโครงการที่สามารถสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย ได้แก่ โครงการเปิดทองหลังพระ ท่องเที่ยวสืบสานโครงการพระราชดำริ (Royal Initiative Discovery) โครงการหลักของสสพ. ที่สนับสนุนโดยรัฐบาล อันมีพื้นที่โครงการทั้งสิ้นจำนวน 19 แห่ง: ภาคเหนือ 5 แห่ง ภาคกลาง 7 แห่ง ภาคใต้ 3 แห่ง ภาคอีสาน 4 แห่ง ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 - 2554 ในส่วนของการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น ก็จะมีการนำเสนอโครงการเปิดทองหลังพระในทุกกิจกรรมด้านการตลาดที่ สสพ.เป็นแกนนำในการจัด หรือนำผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้าร่วม อาทิ Trade

Show หรือ Road Show ซึ่งจะเน้นการนำเสนอในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ตามรอยพระราชดำริ (Edutainment) การสร้างบรรยากาศใหม่ๆ และกิจกรรมที่แตกต่างออกไปในการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ แนวนุรักษ์เพื่อสังคม รวมทั้งการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยในประเด็นความพอเพียงและสมดุลนำไปสู่ความยั่งยืนในทุกๆ ด้าน ทั้งนี้การส่งเสริมการจัดประชุมโดยผนวกกับการท่องเที่ยวสืบสานโครงการพระราชดำริ นับเป็นการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศและเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ โดยเม็ดเงินที่คาดว่าจะป็นรายได้จากโครงการเปิดทองหลังพระนั้น รวมกันเป็นมูลค่าประมาณ 3,100 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว รวม 900,000 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ประมาณ 750,000 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ประมาณ 150,000 คน ทั้งนี้ในส่วนของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ที่จะเข้ามาจากโครงการเปิดทองหลังพระนั้นแบ่งเป็น ตลาดต่างประเทศ จำนวนประมาณ 10,000 คน และ ตลาดในประเทศ จำนวนประมาณ 6,000-8,000 คน

ขณะนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจมาจากเอเชีย ตามด้วยยุโรป และออสเตรเลีย ตามลำดับ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีการใช้จ่ายเพิ่มประมาณ 20% ของตัวเลขทั้งหมด เพราะนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความสนุกจากกิจกรรมต่างๆ ทั้ง การไปสปา ทานอาหารเลิศรส ไปเล่นกอล์ฟ เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดี การพักผ่อนตามชายหาดที่สวยงาม สัมผัสถึงวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม ได้เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และเพลิดเพลินกับการจับจ่ายช้อปปิ้ง ซึ่งการประชุมนานาชาติและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะนิยมมาที่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา หรือเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม กระบี่ หัวหิน และเชียงรายก็ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการตามที่รองนายกรัฐมนตรี (นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ) เสนอโครงการพัฒนา การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคใต้ตอนบน (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง) Thailand Riviera วงเงินงบประมาณรวม ๓๒,๕๔๘.๒๔ ล้านบาท ประกอบด้วย แผนงาน Thailand Riviera จำนวน ๒๑,๖๗๖.๕๘ ล้านบาท และแผนงานหน่วยงานภาครัฐจำนวน ๑๐,๘๗๑.๖๖ ล้านบาท (งบปกติของหน่วยงาน) และให้แต่งตั้งคณะกรรมการระดับชาติ เพื่อการพัฒนา Thailand Riviera โดยให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือผู้แทน ร่วมเป็นฝ่ายเลขานุการในคณะกรรมการดังกล่าวเพิ่มเติมด้วย และให้คณะกรรมการ ฯ เร่งประชุมพิจารณากำหนดแนวทางการดำเนินการโครงการเพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป ทั้งนี้ ให้ความเห็นของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อาทิ ความเห็นของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เห็นว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งศิลปกรรมและธรรมชาติ ควรคำนึงถึงการคุ้มครองสภาพแวดล้อมโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการบริหารจัดการของเสียที่มีผลจากกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การก่อสร้างถนนเลียบริมชายฝั่งทะเล ถนนภายในชุมชนหรือเชื่อมโยงชุมชน ทำเทียบเรือ รถไฟ สนามบิน และอื่น ๆ ควรต้องมีการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมก่อนที่จะมีการดำเนินโครงการ และในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมรวมทั้งการสร้างที่พักเพื่อบริการนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเล และบริเวณที่มีความลาดชันสูง ควรต้องมีการประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ นอกเหนือจากการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมไปประกอบการดำเนินการด้วย

3.5 สถิติการท่องเที่ยวหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นจากปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 6.83 โดยที่ร้อยละ 83.64 เป็นชาวไทยซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของหัวหิน และอีก ร้อยละ 16.36 เป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 4.97 วัตถุประสงค์หลักของผู้เยี่ยมเยือนที่เดินทางมายัง อำเภอหัวหิน ร้อยละ 83.05 เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน

ผู้เยี่ยมเยือนร้อยละ 58.25 หรือ 1,110,348 คน มีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นแบบพักค้างคืน ซึ่งมีวันพักเฉลี่ย 2.57 วัน มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 2,324.29 บาทต่อคนต่อวัน โดยร้อยละ 31.02 หรือ 721.01 บาท เป็นค่าที่พัก รองลงมาเป็นค่าซื้อสินค้าของที่ระลึก และค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 20.40 และ 19.87 ตามลำดับ เมื่อนำจำนวนนักท่องเที่ยว วันพัก และค่าใช้จ่ายมาคำนวณ ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นเงินทั้งสิ้น 6,761.98 ล้านบาท และอีกร้อยละ 41.75 หรือ 795,769 คน เป็นลักษณะการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเป็นจำนวนเงิน 1,090.58 บาท เมื่อนำจำนวนและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมาคำนวณก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นเงิน 867.85 ล้านบาท ดังนั้น ในปี 2546 อำเภอหัวหิน มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 7,629.83 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาถึงข้อมูลสถานพักแรมของ อำเภอหัวหิน พบว่ามีจำนวนสถานพักแรมเพื่อการท่องเที่ยว 100 แห่ง ห้องพัก 3,965 ห้อง เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 6.27 และมีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ย 54.37 ผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้นจำนวน 690,555 คน สัดส่วนของผู้เข้าพักแรมร้อยละ 59.38 เป็นชาวไทย ลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 12.11 อีกร้อยละ 40.62 หรือ 795,769 เป็นผู้เข้าพักแรมชาวต่างประเทศซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 2.69 สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2553 ที่มา : <http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/153/2003%20hua%20hin.doc>

นายรุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์ ที่ปรึกษาสมาคมโรงแรมภาคตะวันตก เจ้าของโรงแรมแกรนด์ แอนด์ พลาซ่า หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เปิดเผยว่า ขณะนี้อัตราการจองห้องพักในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ลดลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับอัตราส่วนการจองห้องพักในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดทางภาคตะวันตกแล้วถือว่าพื้นที่อำเภอหัวหิน ชะอำ ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด เพราะเป็นผลพวงมาจากการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน และคนกรุงเทพฯ ปริมาณพล จะเลือกหัวหิน – ชะอำ เป็นสถานที่พักผ่อนชายทะเลที่ใช้เวลาเดินทางไม่นาน นอกจากนั้น ยังมีการเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

เนื่องจากอำเภอหัวหิน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพหลากหลาย ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ และการท่องเที่ยวแบบเกษตรธรรมชาติ หัวหินจึงเป็นจุดสนใจอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งโดยส่วนมากในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าโรงแรมส่วนใหญ่ จะมีการจองห้องพักล่วงหน้า เพื่อการจัดประชุม สัมมนาต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2553 ; ที่มา : <http://www.108acc.com/index.php?mo=14&newsid=81734>

4. ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525) กลยุทธ์สำคัญของการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถกำหนดอำนาจต่อรองในการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการ หากธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างของกิจการบริการ โดยเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวังในแต่ละฉากเหตุการณ์ของวงจรแห่งการให้บริการที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ ลูกค้าย่อมเกิดความรู้สึกพึงพอใจและประทับใจในการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการนั้นอีกในโอกาสต่อ ๆ ไป ธุรกิจก็ย่อมประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้า เพราะมีลูกค้าประจำหมุนเวียนมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ การที่ธุรกิจจะดำเนินการบริการได้อย่างราบรื่นและให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ องค์การบริการจำเป็นต้องตระหนักถึงการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการอย่างจริงจังและสร้างสรรค์ โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ เกณฑ์การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ และแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ (มสธ. 2539: 55)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 344) กล่าวว่า การบริการ (service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

दनัย เทียนพุ่ม (2543: 11) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัตราค่าเป็นพื้นฐาน ซึ่งจะสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) ให้ด้วยความเต็มใจ 2) ให้ด้วยความโกรธ 3) ให้ด้วยเหตุผล ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการก็คือการให้ด้วยเหตุด้วยผลและการให้บริการที่ดีจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจความต้องการของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ใจไหวพริบและปฏิภาณอยู่ตลอดเวลา

Kotler Philip (2546: 575) กล่าวว่า การบริการ (service) หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตบริการอาจผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548: 19) ที่กล่าวว่า หัวใจของการบริการที่เป็นเลิศ มิใช่สักแต่เพียงบริการให้เสร็จ ๆ ทันเวลาเท่านั้น แต่หัวใจของการบริการอยู่คง “คุณค่า” ที่คุณส่งมอบต่อผู้อื่น ผู้รับบริการจะรู้สึกว่าคุณมีหัวใจของการบริการก็ต่อเมื่อ เขารู้สึกว่าคุณตอบสนองเขาอย่างถูกต้อง เข้าใจในมุมมองของเขา ปฏิบัติต่อเขาอย่างเป็นคนพิเศษ

4.1 ความหมายของคุณภาพบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 145-146) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการ (service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการ ที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จาก การโฆษณาของธุรกิจให้บริการลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่ต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่ต้องการ (how) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

4.1.1 การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวก ในด้าน เวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึง ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

4.1.2 การติดต่อสั่งการ (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

4.1.3 ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

4.1.4 ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

4.1.5 ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

4.1.6 ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

4.1.7 การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

4.1.8 ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง

4.1.9 การสร้างบริการที่เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

4.1.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

दनัย เทียนพุ่ม (2544: 26) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง กระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือ บริการ ที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้นเลยอีกทั้งยังเป็นส่วนสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรมาธิราช (2543: 234) คุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัติ คุณลักษณะทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการที่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) รับรู้ว่ามีตัวตนตรง หรือเกินกว่าความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ผู้รับบริการได้จ่ายเงินแลกเปลี่ยน สัมผัส มี ประสบการณ์ ทดลองใช้ เป็นต้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 1) ที่กล่าวว่า การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย ได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุณค่า

4.2 ประเภทและลักษณะธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334) กล่าวว่า ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบัน นวดแผนไทย

สุมนา อยู่โพธิ์ (2536: 7) ธุรกิจบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. จับต้องไม่ได้ (intangibility) การบริการเป็นสิ่งจับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังซื้อ ดังนั้นปัญหาขายอยู่ที่โปรแกรมการส่งเสริมกิจการ เช่น พนักงานขาย การจัดโฆษณาชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการมากกว่าตัวสินค้า (การบริการ)

2. แยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) ในด้านการตลาด หมายถึง การขายมีทางเดียว คือ การขายตรง (direct sale) ผู้ขายบริการคนเดียว ไม่สามารถขายในตลาดหลายแห่งได้ อันเป็นการจำกัดขอบเขตดำเนินการของกิจการ การบริการนี้มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะงานจึงเพิ่มบริการได้น้อย

3. ลักษณะแตกต่าง (heterogeneity) การบริการจากคนเดียวกันแต่ต่างวาระกันไม่เหมือนกัน จึงเกิดปัญหาการพิจารณาคุณภาพของการบริการก่อนการซื้อ ดังนั้นการวางแผนผลิตภัณฑ์ (product planning) ของโปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าว่าสามารถบริการได้ดีตามโฆษณาจะสามารถช่วยแก้ปัญหานี้ได้

4. เป็นความต้องการที่สูญเสียดังง่ายและขึ้น-ลงมาก (perishability and fluctuating Demand) การบริการมีการสูญเสียดังสูง สต็อกไม่ได้ โดยเฉพาะตลาดของการบริการขึ้นลงตามฤดูกาล ปัญหา ร่วมกันระหว่างการสูญเสียดังและการขึ้น-ลงของความต้องการ ทำให้ผู้บริหารกิจการบริการต้อง พยายามเอาชนะในการวางแผน การตั้งราคา การส่งเสริมการบริการ พยายามหาทางใช้ส่วนที่ว่างที่ไม่ตรงตามช่วงการใช้ให้ให้เกิดประโยชน์โดยเฉพาะบริการที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

4.3 แนวคิดการบริหารการตลาดในธุรกิจบริการ

เนื่องจากรายได้ของประชากรสูงและมาตรฐานการครองชีพที่สูงตาม ทำให้บริการมีความจำเป็นและเกิดขึ้นมากมาย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ให้กับผู้บริโภค ปัจจุบันมีการขายสินค้าเพื่อการอุปโภค บริโภค มักจะต้องมีบริการควบคู่ไปด้วยเสมอ (สุมนา อยุโพธิ์. 2536: 8) การบริหารการตลาดในรูปแบบใหม่จึงเป็นวิถีทางใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จสำหรับธุรกิจ การพยายามมุ่งบริหารธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จโดยมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นในรูปของการเพิ่มกำไร ให้แก่ธุรกิจ นักบริหารต้องบริหารกิจการหรืองานด้านการตลาดของตนให้มีประสิทธิภาพสามารถขายสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ถูกใจแก่ลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543: 135-137) ธุรกิจจำเป็นต้องมีการบริหารการตลาดรูปแบบใหม่ ธุรกิจสมัยใหม่จึงมีแนวความคิดทางการตลาด (marketing concept) หมายถึง ความคิดใหม่ซึ่งเปลี่ยนจากความคิดเดิมที่ว่า ธุรกิจมุ่งผลิตสินค้าโดยใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและผลิตสินค้าออกมาขายหรือบริการแก่ลูกค้า แต่ไม่ได้คำนึงถึงความพอใจของผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป มีผลทำให้ธุรกิจขายสินค้าหรือบริการไม่ได้ตามเป้าหมาย ความผิดพลาดนี้อาจเกิดจากผู้บริหารไม่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ ในที่สุดธุรกิจประสบปัญหาการขาดทุน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแก้ไขโดยเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยได้เสนอแนวคิดใหม่ทางการตลาดไว้ ดังนี้

แนวคิดใหม่ทางการตลาด หมายถึง การยอมรับว่าลูกค้าเป็นผู้มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารธุรกิจภายใต้การดำเนินงานและการบริหารการตลาดว่า “ลูกค้าจะเป็นศูนย์กลาง” ทั้งนี้แนวความคิดใหม่ทางการตลาด ดังกล่าว จึงตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อมั่นของนักบริหารธุรกิจ 3 ประการ คือ

1. แนวความคิดมุ่งเน้นลูกค้า (a customer orientation) หมายถึง การยอมรับว่าลูกค้า คือ ผู้ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอันดับแรก และแนวทางในการดำเนินธุรกิจนั้นลูกค้าจะเป็นศูนย์กลางของธุรกิจผู้ที่เกี่ยวข้องกับทุกฝ่ายจะได้รับประโยชน์ในสัดส่วนที่เหมาะสมหรือในลักษณะสมดุลกัน การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าดังกล่าวผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการต้องตระหนักอยู่เสมอว่าผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการคือพระราชา (customer is a king) โดยการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเช่นนี้ ผู้ผลิตหรือผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการวางแผนตลอดจนปฏิบัติการทุกอย่างเท่าที่สามารถทำได้ เพื่อให้ทราบและตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการต้องการ กล่าวคือ การทราบว่าคุณค่าหรือบริการชนิดใดรูปแบบและลักษณะเช่นใดที่ผู้บริโภคต้องการ โดยทราบจากผลการวิจัยตลาดและอาศัยข้อมูลทางการตลาดประกอบการพิจารณา รวมทั้งผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการอาจจะต้องใช้ประสบการณ์ที่มีอยู่เข้ามาช่วยในการตัดสินใจในเรื่องการวางแผนผลิตสินค้าหรือบริการด้วย โดยมีเป้าหมายหลักของธุรกิจ คือ การเพิ่มผลกำไรให้แก่ธุรกิจบริการนั้น ผู้ให้บริการควรมุ่งเน้นการให้บริการที่ประทับใจเกินความคาดหวังของลูกค้า รวมไปถึงความต้องการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต้องการให้สินค้าหรือบริการถูกจัดส่งไปถึงมือลูกค้าในสถานที่ เวลา และราคาที่เหมาะสมด้วย

2. แนวความคิดมุ่งเน้นด้านกำไรเป็นสำคัญ (a profit center orientation) หมายถึง การขาย สินค้าและการให้บริการของธุรกิจที่มุ่งให้ได้ผลกำไรพอสมควร เป็นจุดหมายปลายทางของธุรกิจ หรือ ที่เรียกว่า การมุ่งกำไรเป็นสำคัญผลกำไรเป็นสิ่งที่ผู้บริหารธุรกิจปรารถนาเพราะผลกำไรเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถขยายกิจการตลาดที่สร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในภาพรวมทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวมากยิ่งขึ้นอีกด้วย แต่ธุรกิจบางประเภทไม่มีเป้าหมายที่มุ่งกำไรเป็นหลัก อาจกำหนดเป้าหมายในการขายหรือส่วนแบ่งตลาดไว้สูง กรณีเช่นนี้ ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการเพิ่มยอดขายสูง ผลกำไรที่ได้รับอาจจะน้อยลงก็ได้ แทนที่จะเพิ่มผลกำไรให้สูงขึ้นตามยอดขาย แนวคิดทางการตลาดเช่นนี้ อาจถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจก็คือผลกำไรเช่นเดียวกันด้วย แต่ไม่สูงมากเกินไป เพราะถ้าหากธุรกิจไม่มีผลกำไรจากการประกอบธุรกิจแล้ว ย่อมทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้ในที่สุด ดังนั้นจึงมีธุรกิจบางประเภทที่มีได้มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะที่ผลกำไรเป็นหลักเท่านั้นแต่อาจจะเน้นในเป้าหมายอื่นซึ่งเป็นเป้าหมายทางสังคมเป็นหลักก็ได้ เช่น เป้าหมายทางสังคมของธุรกิจที่ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะให้บริการและสร้างบรรยากาศทางสิ่งแวดล้อมหรือสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคม จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับความอยู่รอดของธุรกิจและความเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาวด้วย นั่นก็คือ ธุรกิจย่อมมีผลกำไรบ้างเพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ และมีได้มุ่งเน้นผลกำไรสูงสุดเป็นหลัก

แนวความคิดทางการตลาดของธุรกิจที่มุ่งผลกำไรดังกล่าวย่อมจะมีผลกระทบต่อภาพรวมทางเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือถ้าหากธุรกิจหลายประเภทจำนวนมาก ช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจโดยทำกำไรจากการดำเนินธุรกิจหรือขยายกิจการ ย่อมทำให้ภาพรวมฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวในอัตราสูง ในที่สุดประเทศก็มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มีความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศได้

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการประสานกิจกรรมทางการตลาด (a coordinating marketing orientation) หมายถึง การดำเนินธุรกิจใดๆ ก็ตาม ผู้บริหารจะต้องประสานกิจกรรมทางการตลาดทั้งหลายเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ธุรกิจต้องทำกิจกรรมหลายประการเพื่อสนองตอบความต้องการและความพอใจของลูกค้าและผู้บริหารควรประสานงานโดยบูรณาการในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน ถ้าหากไม่มีการประสานงานระหว่างกิจกรรมทางการตลาดเข้าด้วยกันแล้วย่อมทำให้เกิดผลเสียหายแก่ธุรกิจที่ประมาณค่าออกมาเป็นตัวเลขมิได้

แนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นการปฏิบัติงานโดยพยายามรวมและประสานงานกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดให้เชื่อมโยงสัมพันธ์และสอดคล้องกับงานด้านอื่นๆ ของบริษัท เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ คือ สร้างผลกำไรในระยะยาวได้ ทั้งนี้ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ทักษะในการประสานงานการตลาดเป็นสำคัญ ต้องมีแนวความคิดและความรู้ทางการบริหารและการตลาดที่กว้างไกล เพื่อประโยชน์ในด้านการประสานกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการใช้และจัดบุคลากรที่มีทักษะในการบริหาร และมีความรู้ทางด้านการตลาดมาช่วยในการบริหารได้ อาจเป็นเพราะการจัดโครงสร้างองค์กรที่ไม่

เหมาะสมหรือไม่รัดกุมเพียงพอ ทำให้มีการประสานการปฏิบัติระหว่างกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่สอดคล้อง สมบูรณ์ซึ่งกันและกัน หรืออาจจะเกิดขึ้นเพราะความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารภายในองค์กรเดียวกัน รวมถึงการขาดแนวความคิดในการสร้างทีมงานที่แข็งแกร่งและขาดการบริหารเป็นทีมโดยมุ่งแต่ ปฏิบัติเฉพาะกิจกรรมที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น

4.4 การวัดระดับคุณภาพการบริการ

อนุวัตร บรรณารักษ์สกุล (2553: 1-2) ได้กล่าวว่า ผู้รับบริการคือผู้ซึ่งขาดระดับความสามารถ และคุณภาพขององค์กร องค์กรจึงต้องประเมินปัจจัยทุกปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความภักดี การบอกต่อในเชิงบวก และการเติบโตขององค์กรในที่สุด ความเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบันและการคาดการณ์ความต้องการในอนาคต ตลอดจนทัศนคติภาพของตลาด จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทุก ๆ องค์กรที่ใส่ใจในการพัฒนาคุณภาพ จำเป็น จะต้องให้ความสำคัญ การวัดระดับคุณภาพงานบริการ โดยใช้มิติคุณภาพบริการ จากงานวิจัยของ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml และ Leonard L. Berry³ บริการมีมิติคุณภาพ 5 มิติหลัก ประกอบด้วย

1. Reliability (ความถูกต้องครบถ้วนของบริการ) ซึ่งรวมถึง
 - 1.1 การดำเนินการภายในเวลาที่ตกลง
 - 1.2 การทำตามความต้องการของผู้รับบริการโดยถูกต้องครบถ้วน
 - 1.3 การออกเอกสารโดยไม่มีผิดพลาดเคลื่อนหรือตกหล่น
 - 1.4 การแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดให้ถูกต้องได้ในครั้งแรก
2. Assurance (ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ) ได้แก่
 - 2.1 ความสามารถในการตอบคำถาม
 - 2.3 ความสามารถตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ
 - 2.4 การปกป้องผลประโยชน์ของผู้รับบริการ
 - 2.5 ความสุภาพและความน่าพอใจ
3. Tangibles (สภาพแวดล้อม)
 - 3.1 สถานที่สวยงามสะอาดตา
 - 3.2 ผู้ให้บริการแต่งกายเหมาะสมดูดี
 - 3.3 เอกสารได้รับการออกแบบให้อ่านและตีความง่าย
4. Empathy (ความใส่ใจ)
 - 4.1 การนัดหมายโดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้รับบริการ
 - 4.2 การอธิบายศัพท์เฉพาะทางให้เข้าใจได้โดยง่าย
 - 4.3 ความสามารถในการจดจำชื่อลูกค้าประจำ

5. Responsiveness (ความพร้อมที่จะช่วยเหลือ)

5.1 การดำเนินการแก้ปัญหาโดยเร็ว

5.2 ความพร้อมที่จะคืนเงิน ในกรณีที่ผู้รับบริการส่งคืนสินค้า

5.3 การเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุดโดยไม่รอช้า

สรุปได้ว่า ความมุ่งหมายของแนวคิดทางตลาดก็คือเพื่อให้ผู้บริหารด้านการตลาดสนใจและเอาใจใส่ในการที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างกว้างขวางมากกว่าที่จะยึดถือสินค้าหรือบริการเป็นหลักสำคัญ หรือมากกว่าที่จะคิดหาวิธีดึงดูดลูกค้าให้สนใจผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผู้บริหารการตลาดใช้วิธีประยุกต์แนวความคิดทางการตลาดมาปรับใช้กับสถานการณ์ และการบริหารการตลาดในภาวะปัจจุบันที่เป็นอยู่ของธุรกิจ รวมถึงความสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้อีกด้วยและในที่สุดธุรกิจก็สามารถบริหารกิจการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ คือ มีกำไรเพิ่มมากขึ้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมของผู้บริโภค โดยกำหนดปัจจัยในการศึกษา 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานหรือการบริการ ปัจจัยด้านระบบรักษาความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมชาวไทยให้ความสำคัญต่ออัตราค่าห้องพัก ในขณะที่ชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยอื่น และเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ชาวไทยไม่ว่าอยู่ในวัยใด ต่างก็ให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพักมากที่สุด ส่วนชาวต่างชาติที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพักเป็นอันดับแรก แต่ชาวต่างชาติที่มีอายุ 25 – 55 ปี กลุ่มอายุ 55 ปี เห็นสภาพห้องพักเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ส่วนชาวต่างชาตินั้นมีปัจจัยในการเลือกโรงแรมต่างกันกับกลุ่มรายได้

เพ็ญศรี เจริญวานิช และนิติพล ภูตะโชติ (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย และอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จำนวนวันที่เดินทางโดยเฉลี่ย 1 วัน ใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้งต่อคน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อน หารางวัลกับตนเอง ส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงสุดสัปดาห์ โดยเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ภัตตาคารและโรงแรม มีโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยรวมและรายจังหวัดในระดับค่อนข้างสูง และอนาคตพื้นที่อีสานใต้มีโอกาทางการตลาดดีขึ้น ความคิดเห็นต่อการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวอีสานใต้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์โบราณสถาน และศาสนา ปัญหาและอุปสรรคที่พบอยู่ในระดับปานกลาง

ประสาน ภริช บุรี (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ ผลการวิจัยพบว่า 1.สถานที่จัดประชุม ศูนย์ประชุมของประเทศไทย เป็นศูนย์ประชุมนานาชาติขนาดกลาง เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีสถานที่จัดประชุมที่ยอมรับได้ และค่าใช้จ่ายในการประชุมที่สมเหตุสมผล ในปี 2542 ประเทศไทยมีการจัดประชุมนานาชาติอยู่ใน อันดับที่ 24 ของโลก โดยมีการประชุมมากกว่าฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย แต่ขนาดของการ ประชุมที่จัดในประเทศไทยจะมีขนาดเล็กกว่า เนื่องจากมีข้อจำกัดที่ประเทศไทยไม่มีศูนย์ประชุมที่มี สิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร และศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ การจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่นิยมจัดที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์นิทรรศการและการ ประชุมไบเทค 2. โครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมเชื่อมโยง มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งใน การจัดประชุมนานาชาติ เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมจะต้องได้รับความสะดวกในการเดินทางระหว่าง ที่พักกับสถานที่ต่าง ๆ อาทิ สถานที่จัดประชุม ห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประเด็นที่สำคัญประเด็นหนึ่งของการเลือกสถานที่จัดประชุม กรุงเทพมหานครยังมีปัญหา เรื่องการจราจรที่ติดขัด ระบบคมนาคมเชื่อมโยงที่ขาดประสิทธิภาพ 3. บุคลากร ที่มีความรู้ความ ชำนาญในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ประเทศไทยยังมีน้อยมาก บุคลากรส่วนใหญ่จะมาจากการ ให้บริการด้านอื่น อาทิ โรงแรม 4. ตลาด MICE ในประเทศไทย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในที่ได้รับความ สนใจในตลาด MICE ของโลก ดังจะเห็นได้จากปี 2542 ประเทศไทยมีการจัดประชุมนานาชาติอยู่ ในอันดับที่ 24 ของ โลก และในอันดับที่ 5 ในเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้ยังปรากฏว่าในระหว่างปี 2543 – 2545 มีการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติยืนยันการจัดงานในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 140 งาน ซึ่งทำรายได้ประมาณ 80,000 ล้านบาท

เทวีวรรณ ปทุมพร (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรม การประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัด ขอนแก่น พบว่า ปัจจัยความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรม MICE โดยรวม 3 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน ระบบ ฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขายและภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและ เอกชน บุคลากร และแผนพัฒนาเฉพาะด้านอุตสาหกรรม MICE

2. ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรม MICE รูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยความสำเร็จ สำหรับกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุมทั้งที่เป็นศูนย์การประชุมและ โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และบริษัทบริหารจัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) ปัจจัยความสำเร็จ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พัก และปัจจัย ความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การแสดงสินค้า / นิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนถ่ายสินค้า บริษัทบริหารจัดการต่าง ๆ (EMC) บริษัทบริหารจัดการแสดงสินค้า/นิทรรศการมืออาชีพ (PEO) บริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่าง ๆ สำหรับการแสดงสินค้า (Service Contractor)

3. ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จ ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความร่วมมือทางด้านวิชาการ ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง นโยบายองค์การผู้จัดการจัดกิจกรรม นโยบายรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัย และสภาพเศรษฐกิจ

คุณหรรณ วงศวรรการ, รัชต วรณสุขะศิริ, อัญชิสา อุตตะโมท (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี ด้าน MICE : กรณีศึกษาโรงแรม ริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมริชมอนด์ ตามหลักการส่วนผสมทางการตลาด โดยเน้นศึกษาตามหลัก 4C's ได้แก่ การสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Solution) ความต้องการด้านราคา (Customer Cost) การอำนวยความสะดวกสบาย (Convenience) และการสื่อสารและคมนาคม (Communication) สิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดคือปัจจัยด้านความต้องการของผู้ใช้บริการ (Customer Solution) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการ (Convenience) และปัจจัยด้านความต้องการด้านราคา (Customer Cost) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ได้รับคามพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสะดวกสบายในระบบการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการ (Communication)

ส่วนปัญหาปัจจัยด้านความต้องการของผู้ใช้บริการ (Customer Solution) ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ของพนักงาน ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายของผู้มาใช้บริการ (Customer Cost) พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการที่โรงแรม อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการ (Convenience) ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ที่จอดรถสำหรับลูกค้า และ ปัจจัยด้าน ความสะดวกสบายในระบบการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการ (Communication) ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ จำนวนตู้โทรศัพท์สาธารณะในการให้บริการ

สินินาถ ดันตราพล (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม 200 ราย โดยแบ่ง เป็นชาวต่างประเทศ 100 ตัวอย่าง ชาวไทย 100 ตัวอย่าง พบว่า ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี ผู้ใช้บริการที่เป็นชาวต่างประเทศ มาจากประเทศฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ ส่วนคนไทยมาจากกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ใช้บริการเป็นครั้งแรก ทราบข้อมูลของโรงแรมจากเพื่อนและญาติสนิท จองห้องพักทางโทรศัพท์ มีระยะเวลาพักประมาณ 1 – 2 คืน มากที่สุด และมีแนวโน้ม จะกลับมาใช้บริการอีก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด คือราคา ห้องพักมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง คุณภาพของห้องพัก และคุณภาพการบริการ

ตามลำดับ แต่มีข้อสังเกตว่า หากพิจารณาในรายละเอียดเรื่องเพศ พบว่า เพศหญิงกลับให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่ตั้งมาเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น คุณภาพห้องพัก ราคา และ คุณภาพการบริการตามลำดับ ผู้ใช้บริการชาวไทยจะให้ความสำคัญเรื่องราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คุณภาพห้องพัก ทำเลที่ตั้ง และ คุณภาพ บริการ ตามลำดับ ส่วนชาวต่างประเทศ ให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่ตั้งมาเป็น อันดับแรก รองลงมาเป็นราคา คุณภาพบริการ และ คุณภาพห้องพักตามลำดับ ในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมดมีความพึงพอใจในระบบการรักษาความปลอดภัยบริเวณรอบ ๆ โรงแรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือระบบควบคุมกัญญาแจห้องพักที่มีประสิทธิภาพ ความสะอาดของห้องพัก การสำรองห้องพักเป็นไปตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ และความคุ้มค่าของอาหารกลางวัน ตามลำดับ แต่ถ้าพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทย มีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณรอบ ๆ โรงแรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก ระบบควบคุมกัญญาแจห้องพักที่มีประสิทธิภาพการสำรองห้องพักเป็นไปตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ และความประทับใจในอาหารมื้อกลางวัน ตามลำดับ ชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยภายในและรอบ ๆ บริเวณโรงแรมเป็นอันดับแรก รองลงมาคือระบบควบคุมกัญญาแจห้องพักที่มีประสิทธิภาพ การสำรองห้องพักเป็นไปตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ และความสะอาดของห้องพัก ตามลำดับ

ภาวิดา จินะวัฒน์ (2547: บทคัดย่อ) พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ปรากฏว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ความสวยงามบริเวณชายหาดและถนน ความสะอาดของชายหาดและน้ำทะเล การจราจร ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้าและบริการต่าง ๆ และความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาประสบการณ์ท่องเที่ยวชายทะเล และจำนวนวันในการพักผ่อนท่องเที่ยวชายทะเล มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี

นาถฤดี มณีเนตร (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษาการนวดแผนไทย พบว่า ปัจจุบันธุรกิจบริการสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียงกำลังเจริญเติบโต ผู้วิจัยจึงศึกษาวิธีการที่จะทำให้ธุรกิจการนวดแผนไทยดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนโดยทำการสำรวจธุรกิจบริการสุขภาพจำนวน 40 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ตัวอย่าง ประชากรของการวิจัย จำนวน 940 คน ได้แก่ ผู้ใช้บริการการนวดแผนไทย ชาวไทย 427 คน ชาวต่างประเทศ 373 คน ผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการ 40 คน และพนักงานนวด 100 คน โดยได้ศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทยตามองค์ประกอบในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ พบว่าพนักงานประสบปัญหาเรื่อง การใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารและบริการลูกค้าเกินครึ่งของจำนวนพนักงานมีความต้องการเปลี่ยนงานส่วนผู้จัดการเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีกลยุทธ์ในการจัดการทางธุรกิจที่ดีโดยการใช้แนวคิดของ

การตลาดสมัยใหม่ซึ่งเน้นความสำคัญของพนักงานและการฝึกอบรมภายในเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของการบริการมีการรวมตัวกันจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกิจการ สำหรับในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่าลูกค้ชาวไทยพึงพอใจในกริยามารยาทของหมอนวด ส่วนลูกค้ชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในความยิ้มแย้มแจ่มใสและการต้อนรับดูแล และเอาใจใส่ลูกค้ซึ่งโดยสรุปของการศึกษาครั้งนี้ พบว่า 1. กิจการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และหนองคาย มีการดำเนินการทางธุรกิจที่ค่อนข้างมีแบบแผนและได้มีการพัฒนาการบริหารจัดการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสถานบริการตามประกาศกระทรวงฉบับใหม่ทั้งในด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่ 2. ในภาพรวมของกิจการบริการสุขภาพที่มีบริการนวดแผนไทย มีสัดส่วนพนักงานที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรมาตรฐานร้อยละ 76 แต่เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการสถานประกอบการจึงควรปรับปรุงให้พนักงานทุกคนผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรมาตรฐาน 3. ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการใช้บริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และหนองคาย โดยมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในด้านการต้อนรับ ดูแล เอาใจใส่ลูกค้

อรวรรณ อนันต์กীরติการ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา : ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) พบว่า ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีความพึงพอใจต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในทุกด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัย โดยจากความพึงพอใจดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการรักษามาตรฐานไว้ให้คงที่

เหรียญ หล่อวิมมงคล (2549: 160) ได้ศึกษา ธุรกิจ MICE กับการท่องเที่ยวในกรุงปารีส พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนี้ทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศและเกิดการจ้างงานอย่างมหาศาล นักท่องเที่ยวเหล่านี้หมายรวมถึงนักธุรกิจที่เข้ามาสัมมนาและเจรจาติดต่อทางการค้าในประเทศฝรั่งเศส และมีการพำนักอยู่ต่อหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจ นักธุรกิจกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถใช้จ่ายเงินมากในช่วงเวลาที่พำนักอยู่

กำไร โพธิ์ทอง (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าเพศหญิงในด้านการจัดการที่พักแรมและร้านอาหาร การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชายสามารถเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบ สามารถท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ในสถานภาพที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรวมอยู่ด้วย หากจำแนกตามสถานภาพด้านอายุพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงบวกมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่านั้นจะมีความรู้และประสบการณ์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดีสามารถวิเคราะห์ชี้ให้เห็นปัญหาหรือข้อบกพร่องและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีดำเนินการในการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำกรวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) (กัลยา วานิชปัญษา. 2546: 26 - 27) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้ทำวิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประมวลสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบประเภทเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพ 5 ด้าน คือ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ท (likert scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ในข้อความแต่ละข้อจะใช้เกณฑ์การตรวจให้คะแนนดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2549: 104-015; อ้างอิงจาก บุญชม ศรีสะอาด. 2535: 99)

ระดับความพึงพอใจ	5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับความพึงพอใจ	4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ระดับความพึงพอใจ	3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับความพึงพอใจ	2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับความพึงพอใจ	1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารจากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. รวบรวมเนื้อหาสาระที่ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย ประมวลเพื่อกำหนดขอบเขตในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย
3. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัย
4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. ฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะแก้ไขปรับปรุงให้ได้ข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6. ทำตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะแล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษา (Content Validity)

6.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์	ลิ้มไทย	ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6.2 อาจารย์สิฏฐากร	ชูทรัพย์	อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6.3 อาจารย์ ดร.ธนภูมิ	อดิเวทิน	อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วคัดเลือกข้อสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ที่มีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป

8. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MCIE ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน
9. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) โดยได้หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89
10. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์แล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อขอความเห็นชอบนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวางแผนการจัดเก็บข้อมูล โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวิธีการแจกแบบสอบถามจนกว่าจะครบตามจำนวน 400 ชุด โดยใช้ระยะ 30 วัน ระหว่างเดือนวันที่ 1 – 30 เมษายน 2553

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้อง ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับ
2. จำแนกข้อมูลแบบสอบถามตามตัวแปรอิสระ ได้แก่
 - 2.1 เพศ
 - 2.2 อายุ
 - 2.3 ระดับการศึกษา
 - 2.4 อาชีพ
 - 2.5 รายได้ต่อเดือน
3. ตรวจสอบให้คะแนนของแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 1. นำคะแนนจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC+
 2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรที่ศึกษา โดยคำนวณหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ
 3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในตอนที่ 2 ของแบบสอบถามโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลโดยรวมและรายด้าน ดังนี้

ประเมินค่าความพึงพอใจ ดังนี้

4.51 – 5.00 คะแนน หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุด

3.51 – 4.50 คะแนน หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมาก

2.51 – 3.50 คะแนน หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการปานกลาง

1.51 – 2.50 คะแนน หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อย

1.00 – 1.50 คะแนน หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยที่สุด

4. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม เพศ โดยค่าทดสอบค่าที (t-test) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2549)

5. วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Analysis of Variance)

6. ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD (Least Significant Different)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนคน

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation (S.D.) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 65)

$$S.D = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนคน

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.1 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจรายข้อใช้สูตร IOC (Item – Operational Definition Congruence Index) ใช้ค่าตั้งแต่ .50 ใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2548: 1)

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อ
	ΣR	แทน	ผลรวมของการคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523: 98 - 99)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยใช้ t - test for Independent Samples โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 166)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1-1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2-1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t – Distribution
	\bar{X}_1, \bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	s_1^2, s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 236)

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F – Distribution
	MS_B	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าผลการทดสอบในข้อ 3.2 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – Significant Different)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
N	แทน	จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - test
sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
*	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยรวมและรายด้าน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดง

ตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

สถานภาพ	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1. เพศ		
1.1 ชาย	158	39.50
1.2 หญิง	242	60.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 35 ปี	124	31.00
2.2 35 – 40 ปี	166	41.50
2.3 มากกว่า 40 ปี	110	27.50
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	10.80
3.2 ปริญญาตรี	215	53.70
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	142	35.50
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
4.1 ข้าราชการ	87	21.80
4.2 พนักงานบริษัท	251	62.70
4.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	62	15.50
รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

สภาพภาพ	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 น้อยกว่า 20,000 บาท	140	35.00
5.2 20,001 – 30,000 บาท	102	25.50
5.3 มากกว่า 30,000 บาท	158	39.50
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 39.50

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีอายุมากกว่า 35 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาอายุน้อยกว่า 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.50

มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.50 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.80

อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 62.70 รองลงมาอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 21.80 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.50

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมารายได้น้อยกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยรวมและรายด้าน ดังนี้

หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายด้านและรายข้อ ตามความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้ง 5 ด้าน ดังแสดงไว้ในตาราง 2 – 7

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและ รายด้าน (n = 400)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรม	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.57	.28	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.45	.33	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.43	.31	มาก
4. ด้านความใส่ใจ	4.34	.32	มาก
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	4.63	.29	มากที่สุด
รวม	4.48	.18	มาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมใน ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วน ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความใส่ใจ นักท่องเที่ยวมีความ พึงพอใจต่อการใช้บริการอยู่ในระดับมาก

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ

ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. สามารถประสานงานเกี่ยวกับวันเวลาของการติดต่อเพื่อขอรับบริการด้านห้องพัก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.63	.58	มากที่สุด
2. ขั้นตอนการติดต่อประสานงานถูกต้องชัดเจน	4.47	.64	มาก
3. ระยะเวลาในการติดต่อประสานงานเหมาะสมนับไว	4.59	.53	มากที่สุด
4. การออกเอกสารสำคัญมีความสมบูรณ์เสมอ	4.58	.59	มากที่สุด
5. มีความรวดเร็วในการออกเอกสารสำคัญ	4.51	.60	มากที่สุด
6. เมื่อเกิดข้อผิดพลาดสามารถแก้ไขได้ทันตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.61	.51	มากที่สุด
7. สามารถให้บริการได้อย่างคล่องตัวไม่สับสน	4.69	.49	มากที่สุด
8. มีระบบการให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน	4.56	.58	มากที่สุด
9. มีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อประสานงานบริการ	4.53	.60	มากที่สุด
10. สามารถตรวจสอบระบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ	4.54	.59	มากที่สุด
รวม	4.57	.28	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถติดต่อประสานงานเกี่ยวกับวันเวลาของการติดต่อเพื่อขอรับบริการด้านห้องพัก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระยะเวลาในการติดต่อประสานงานเหมาะสมนับไว การออกเอกสารสำคัญ มีความสมบูรณ์เสมอ มีความรวดเร็วในการออกเอกสารสำคัญ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดสามารถแก้ไขได้ทันตามความต้องการของผู้ใช้บริการ สามารถให้บริการได้อย่างคล่องตัวไม่สับสน มีระบบการให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียว และสามารถตรวจสอบระบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางคือ ขั้นตอนการติดต่อประสานงานที่ชัดเจน

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. พนักงานบริการสามารถตอบคำถามให้ท่านเข้าใจได้อย่างละเอียด	4.64	.53	มากที่สุด
2. พนักงานบริการมีความเชี่ยวชาญงาน	4.61	.50	มากที่สุด
3. พนักงานบริการมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ	4.52	.56	มากที่สุด
4. พนักงานบริการมีความสุภาพและมีมารยาทที่เหมาะสมในการให้บริการ	4.43	.60	มาก
5. พนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	4.37	.65	มาก
6. พนักงานบริการมีความซื่อสัตย์	4.32	.58	มาก
7. พนักงานบริการให้ด้วยความเต็มใจ	4.33	.65	มาก
8. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.49	.58	มาก
9. พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร	4.43	.57	มาก
10. พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินได้	4.41	.70	มาก
รวม	4.45	.33	มาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานบริการสามารถตอบคำถามให้ท่านเข้าใจได้อย่างละเอียด พนักงานบริการมีความเชี่ยวชาญงาน และพนักงานบริการมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานบริการมีความสุภาพและมีมารยาทที่เหมาะสมในการให้บริการพนักงานมีบุคลิกพนักงานบริการมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่น่าเชื่อถือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ พนักงานบริการให้ด้วยความเต็มใจ พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร และพนักงานมีความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินได้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อม	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. ป้ายชื่อและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของโรงแรมมองเห็นชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.42	.56	มาก
2. การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอกโรงแรมสวยงามทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น	4.38	.61	มาก
3. ห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยงมีความสะอาดเป็นระเบียบ	4.41	.61	มาก
4. ห้องน้ำของโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพอเพียง	4.45	.59	มาก
5. มีการตกแต่งห้องน้ำเหมาะสมสวยงาม	4.48	.56	มาก
6. บริเวณทางเข้าโรงแรมมีความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ	4.54	.54	มากที่สุด
7. บริเวณอาคาร สถานที่ ต่าง ๆ ของโรงแรมออกแบบเหมาะสม	4.34	.58	มาก
8. บุคลากรแต่ละสายงานมีเครื่องแบบชัดเจนสวยงาม	4.44	.67	มาก
9. มีความปลอดภัยเมื่อใช้บริการของโรงแรม	4.43	.62	มาก
10. โรงแรมตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ	4.44	.61	มาก
รวม	4.43	.31	มาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริเวณทางเข้าโรงแรมมีความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด และป้ายชื่อและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของโรงแรมมองเห็นชัดเจนและเข้าใจง่าย การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอกโรงแรมสวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น ห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยง มีความสะอาดเป็นระเบียบ ห้องน้ำของโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพอเพียง มีการตกแต่งห้องน้ำเหมาะสมสวยงาม บริเวณอาคารสถานที่ต่าง ๆ ของโรงแรมออกแบบเหมาะสม บุคลากรแต่ละสายงานมีเครื่องแบบชัดเจนสวยงาม มีความปลอดภัยเมื่อใช้บริการโรงแรม และโรงแรมตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความพึงพอใจต่อด้านความใส่ใจ

ด้านความใส่ใจ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ในการต้อนรับลูกค้า	4.38	.83	มาก
2. ผู้ให้บริการสามารถจดจำลูกค้าได้อย่างแม่นยำ	4.33	.73	มาก
3. ผู้ให้บริการมีจิตวิทยาที่ดีในการติดต่อสื่อสาร	4.47	.76	มาก
4. การติดต่อสื่อสารกับโรงแรมมีความสะดวก	4.23	.67	มาก
5. ผู้ให้บริการเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า	4.29	.71	มาก
6. ผู้ให้บริการมีไมตรีจิตที่ดีเสมอกับลูกค้า	4.51	.72	มากที่สุด
7. ผู้ให้บริการ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ขณะให้บริการ	4.39	.67	มาก
8. ผู้ให้บริการให้เกียรติลูกค้าเสมอ	4.23	.72	มาก
9. ผู้ให้บริการพยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้า	4.25	.79	มาก
10. มีการพัฒนาและให้บริการเสริมที่ดี	4.37	.78	มาก
รวม	4.34	.32	มาก

ผลการวิเคราะห์ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ในการต้อนรับลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถจดจำลูกค้าได้อย่างแม่นยำ ผู้ให้บริการมีจิตวิทยาที่ดี ในการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารกับโรงแรมมีความสะดวก ผู้ให้บริการเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า ผู้ให้บริการ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ขณะให้บริการ ผู้ให้บริการให้เกียรติลูกค้าเสมอ ผู้ให้บริการพยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และมีการพัฒนาและให้บริการเสริมที่ดี นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ

ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
	\bar{X}	S.D	
1. เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือปัญหาใด ๆ กับลูกค้าทางโรงแรม มีศักยภาพพร้อมอำนวยความสะดวก	4.49	.59	มาก
2. มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า	4.66	.50	มากที่สุด
3. หากไม่สามารถให้บริการได้ตามเงื่อนไข ทางโรงแรมจะแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก	4.70	.48	มากที่สุด
4. ผู้ให้บริการต้องพร้อมเสมอที่จะดูแลลูกค้าให้ดีที่สุด แม้ลูกค้าจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน	4.68	.50	มากที่สุด
5. พยายามพัฒนาการให้บริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า	4.68	.49	มากที่สุด
6. ทางโรงแรมสามารถให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นต่าง ๆ แก่ลูกค้าเกี่ยวกับการเลือกใช้ชุดบริการ (Service Package)	4.63	.48	มากที่สุด
รวม	4.63	.29	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ 7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า หากไม่สามารถให้บริการได้ตามเงื่อนไข ทางโรงแรมจะแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก ผู้ให้บริการต้องพร้อมเสมอที่จะดูแลลูกค้าให้ดีที่สุด แม้ลูกค้าจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน พยายามพัฒนาการให้บริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า และทางโรงแรมสามารถให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นต่าง ๆ แก่ลูกค้าเกี่ยวกับการเลือกใช้ชุดบริการ (Service Package) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือปัญหาใด ๆ กับลูกค้าทางโรงแรมมีศักยภาพพร้อมอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยรวมและรายด้านจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทำการวิเคราะห์โดยสถิติ t-test และสถิติ One-way ANOVA ได้ผลดังนี้

เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน ดังแสดงไว้ในตาราง 8 - 26

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความต้องการในการปฏิบัติงาน	เพศ						t	Sig.
	ชาย (N = 157)			หญิง (N = 243)				
	\bar{X}	S.D	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึงพอใจ		
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.55	.27	มากที่สุด	4.58	.28	มากที่สุด	-1.056*	.03
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.42	.35	มาก	4.47	.31	มาก	-1.514	.13
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.39	.35	มาก	4.45	.28	มาก	-1.776	.07
4. ด้านความใส่ใจ	4.27	.35	มาก	4.38	.29	มาก	-3.351**	.00
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	4.63	.32	มากที่สุด	4.64	.27	มากที่สุด	-.158	.87
รวม	4.45	.20	มาก	4.50	.16	มากที่สุด	-2.760**	.00

** แทนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศ มีผลกับความพึงพอใจด้านความใส่ใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีผลด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลกับความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายถึง เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านความใส่ใจ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการต่อการใช้บริการโรงแรมมากกว่าเพศชาย

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ที่มีต่อการ ใช้บริการโรงแรม	อายุ								
	น้อยกว่า 35 ปี			35 – 40 ปี			มากกว่า 40 ปี		
	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ
1. ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	4.53	.29	มากที่สุด	4.61	.26	มากที่สุด	4.55	.28	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ให้บริการ	4.50	.28	มากที่สุด	4.42	.36	มาก	4.42	.32	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.44	.26	มาก	4.43	.36	มาก	4.41	.28	มาก
4. ด้านความใส่ใจ	4.33	.28	มาก	4.30	.33	มาก	4.41	.32	มาก
5. ด้านความพร้อม ที่จะช่วยเหลือ	4.58	.29	มากที่สุด	4.64	.31	มากที่สุด	4.69	.25	มากที่สุด
รวม	4.48	.16	มาก	4.48	.21	มาก	4.50	.15	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือด้านสภาพแวดล้อมและด้านความใส่ใจ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ให้บริการ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านความใส่ใจ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนในการให้บริการ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านความใส่ใจ

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.632	.316	3.968*	.02
	ภายในกลุ่ม	397	31.597	.080		
	รวม	399	32.228			
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.595	.298	2.687	.06
	ภายในกลุ่ม	397	43.963	.111		
	รวม	399	44.558			
3. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2	.048	.024	.238	.78
	ภายในกลุ่ม	397	39.971	.101		
	รวม	399	40.019			
4. ด้านความใส่ใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.825	.413	4.007**	.01
	ภายในกลุ่ม	397	40.882	.103		
	รวม	399	41.707			
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	2	.747	.373	4.383**	.01
	ภายในกลุ่ม	397	33.816	.085		
	รวม	399	34.562			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.025	.012	.364	.69
	ภายในกลุ่ม	397	13.505	.034		
	รวม	399	13.530			

** แทนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 10 พบว่า อายุมีผลกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลต่อความพึงพอใจด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายถึง อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีของ เซฟเฟ่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังปรากฏในตาราง 11 ต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า	มากกว่า 40 ปี	35 – 40 ปี
		35 ปี		
		4.53	4.55	4.61
น้อยกว่า 35 ปี	4.53	-	.02	.08**
มากกว่า 40 ปี	4.55	-	-	.06*
35 – 40 ปี	4.61	-	-	-

** แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 35 ปี		
		35 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
		4.50	4.42	4.42
น้อยกว่า 35 ปี	4.50	-	.08*	.08*
35 – 40 ปี	4.42	-	-	.00
มากกว่า 40 ปี	4.42	-	-	-

* แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ น้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	35 – 40 ปี	น้อยกว่า 35 ปี	มากกว่า 40 ปี
		4.30	4.33	4.41
35 – 40 ปี	4.30	-	.02	.11**
น้อยกว่า 35 ปี	4.33	-	-	.08*
มากกว่า 40 ปี	4.41	-	-	-

** แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความใส่ใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า		
		35 ปี	35 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
		4.58	4.64	4.69
น้อยกว่า 35 ปี	4.58	-	.05	.11**
35 – 40 ปี	4.64	-	-	.05
มากกว่า 40 ปี	4.69	-	-	-

** แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ที่มีต่อการ ใช้บริการโรงแรม	ระดับการศึกษา								
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่า ปริญญาตรี		
	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ
1. ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	4.64	.26	มากที่สุด	4.56	.29	มากที่สุด	4.56	.27	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ให้บริการ	4.42	.34	มาก	4.49	.31	มาก	4.39	.34	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.41	.38	มาก	4.45	.27	มาก	4.40	.35	มาก
4. ด้านความใส่ใจ	4.35	.37	มาก	4.37	.30	มาก	4.29	.33	มาก
5. ด้านความพร้อม ที่จะช่วยเหลือ	4.68	.25	มากที่สุด	4.64	.28	มากที่สุด	4.62	.31	มากที่สุด
รวม	4.50	.21	มากที่สุด	4.50	.16	มากที่สุด	4.45	.19	มาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกลุ่ม MICE	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.261	.130	1.619	.19
	ภายในกลุ่ม	397	31.968	.081		
	รวม	399	32.228			
2. ด้านความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.881	.440	4.002**	.01
	ภายในกลุ่ม	397	43.677	.110		
	รวม	399	44.558			
3. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2	.219	.110	1.093	.33
	ภายในกลุ่ม	397	39.800	.100		
	รวม	399	40.019			
4. ด้านความใส่ใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.683	.342	3.306*	.03
	ภายในกลุ่ม	397	41.024	.103		
	รวม	399	41.707			
5. ด้านความพร้อมที่จะ ช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	2	.142	.071	.821	.44
	ภายในกลุ่ม	397	34.420	.087		
	รวม	399	34.562			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.234	.117	3.498*	.03
	ภายในกลุ่ม	397	13.295	.033		
	รวม	399	13.530			

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความใส่ใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	สูงกว่า	ต่ำกว่า	ปริญญตรี
		ปริญญตรี	ปริญญตรี	
		4.45	4.50	4.50
สูงกว่าปริญญตรี	4.45	-	.04	.05**
ต่ำกว่าปริญญตรี	4.50	-	-	.00
ปริญญตรี	4.50	-	-	-

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมและรายด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	สูงกว่า	ต่ำกว่า	ปริญญาดรี
		ปริญญาดรี	ปริญญาดรี	
		4.39	4.42	4.49
สูงกว่าปริญญาดรี	4.39	-	.03	.09**
ต่ำกว่าปริญญาดรี	4.42	-	-	.06
ปริญญาดรี	4.49	-	-	-

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาดรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาดรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	สูงกว่า	ต่ำกว่า	ปริญญาดรี
		ปริญญาดรี	ปริญญาดรี	
		4.39	4.42	4.49
สูงกว่าปริญญาดรี	4.39	-	.06	.08**
ต่ำกว่าปริญญาดรี	4.42	-	-	.02
ปริญญาดรี	4.49	-	-	-

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาดรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาดรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อด้านความใส่ใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ที่มีต่อการ ใช้บริการโรงแรม	อาชีพ					
	ข้าราชการ		พนักงานบริษัท		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.55	.27	4.59	.28	4.52	.29
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.48	.27	4.44	.35	4.43	.32
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.44	.22	4.41	.32	4.47	.36
4. ด้านความใส่ใจ	4.31	.31	4.32	.33	4.45	.24
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	4.63	.26	4.62	.30	4.68	.28
รวม	4.48	.15	4.48	.19	4.51	.18

ผลการวิเคราะห์ตาราง 20 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพข้าราชการ และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการให้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.280	.140	1.739	.17
	ภายในกลุ่ม	397	31.949	.080		
	รวม	399	32.228			
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.131	.065	.584	.55
	ภายในกลุ่ม	397	44.427	.112		
	รวม	399	44.558			
3. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2	.187	.094	.934	.39
	ภายในกลุ่ม	397	39.832	.100		
	รวม	399	40.019			
4. ด้านความใส่ใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.950	.475	4.629**	.01
	ภายในกลุ่ม	397	40.757	.103		
	รวม	399	41.707			
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	2	.190	.095	1.098	.33
	ภายในกลุ่ม	397	34.372	.087		
	รวม	399	34.562			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.062	.031	.907	.40
	ภายในกลุ่ม	397	13.468	.034		
	รวม	399	13.530			

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 22 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจเป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
		4.31	4.32	4.45
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.31	-	.01	.14**
พนักงานบริษัท	4.32	-	-	.13**
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.45	-	-	-

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจมากกว่า นักท่องเที่ยวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านความใส่ใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ที่มีต่อการ ใช้บริการโรงแรม	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 20,000 บาท			น้อยกว่า 20,000 บาท			น้อยกว่า 20,000 บาท		
	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D	ความพึง พอใจ
1. ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	4.54	.27	มากที่สุด	4.59	.28	มากที่สุด	4.58	.28	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ให้บริการ	4.48	.31	มาก	4.49	.30	มาก	4.39	.36	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อม	4.43	.25	มาก	4.46	.29	มาก	4.40	.36	มาก
4. ด้านความใส่ใจ	4.31	.29	มาก	4.41	.29	มาก	4.32	.35	มาก
5. ด้านความพร้อม ที่จะช่วยเหลือ	4.62	.28	มากที่สุด	4.63	.29	มากที่สุด	4.65	.30	มากที่สุด
รวม	4.48	.15	มาก	4.52	.17	มากที่สุด	4.47	.20	มาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 23 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ และ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการให้บริการ
โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้
ต่อเดือน โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.236	.118	1.467	.23
	ภายในกลุ่ม	397	31.992	.081		
	รวม	399	32.228			
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.843	.422	3.829*	.02
	ภายในกลุ่ม	397	43.715	.110		
	รวม	399	44.558			
3. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	3	.255	.127	1.272	.28
	ภายในกลุ่ม	397	39.765	.100		
	รวม	399	40.019			
4. ด้านความใส่ใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.755	.378	3.660*	.02
	ภายในกลุ่ม	397	40.952	.103		
	รวม	399	41.707			
5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	3	.110	.055	.633	.53
	ภายในกลุ่ม	397	34.453	.087		
	รวม	399	34.563			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.157	.078	2.325	.09
	ภายในกลุ่ม	397	13.373	.034		
	รวม	399	13.530			

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	มากกว่า	น้อยกว่า	20,001 –
		30,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท
		4.39	4.48	4.49
มากกว่า 30,000 บาท	4.39	-	.09*	.09*
น้อยกว่า 20,000 บาท	4.48	-	-	.00
20,001 – 30,000 บาท	4.49	-	-	-

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 25 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความใส่ใจเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	น้อยกว่า	มากกว่า	20,001 –
		20,000 บาท	30,000 บาท	30,000 บาท
		4.31	4.32	4.41
น้อยกว่า 20,000 บาท	4.31	-	.01	.10**
มากกว่า 30,000 บาท	4.32	-	-	.09*
20,001 – 30,000 บาท	4.41	-	-	-

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 26 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไข การบริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จากแบบสอบถามปลายเปิด ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ซึ่งสามารถสรุปผลดังตาราง 27

ตาราง 27 ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ดังต่อไปนี้

ข้อ	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรม	ความถี่
	ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	
1	เวลามีแขกเข้าพักมาในเวลาเดียวกัน การจัดทำเอกสารเกิดความสับสน	7
2	ควรจัดระบบการเข้าพักให้ชัดเจน	5
	ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	
1	การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงานควรดูเรียบร้อย สง่างาม	6
	ด้านสภาพแวดล้อม	
1	ควรมีป้ายบอกทางไปโรงแรมตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่านี้	9
2	ในห้องพักรควรมีไม้ดอก ไม้ประดับเพื่อให้เกิดความร่มรื่น	5
	ด้านความใส่ใจ	
1	พนักงานบริการมีไม่เพียงพอ ดูแลลูกค้าไม่ทั่วถึง	6
	ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	
1	ได้รับความช่วยเหลือเมื่อต้องการ ทั้งภายในและภายนอกโรงแรม	5
2	พนักงานต้องมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา	17

จากตาราง 27 พบว่า ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีดังนี้

1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ เวลามีแขกเข้าพักมาในเวลาเดียวกัน การจัดทำเอกสารเกิดความสับสน รองลงมาคือการขอเข้าพักเป็นคณะ ควรมีการลดราคาแต่ไม่ลดการบริการ

2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ โรงแรมควรคัดเลือกพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดีและควรจัดฝึกอบรมกริยามารยาทให้กับพนักงานให้ดูเรียบร้อย สง่างาม การแต่งกายควรเหมาะสมกับงานบริการในแต่ละหน้าที่นั้น ๆ

3. ด้านสภาพแวดล้อม ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรมีป้ายบอกทางไปโรงแรมตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่านี้ รองลงมา คือ ในห้องพักควรมีไม้ดอก ไม้ประดับเพื่อให้เกิดความร่มรื่น ห้องสัมมนาไม่ควรมีกลิ่นอับชื้น

4. ด้านความใส่ใจ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ โรงแรมควรจัดหาพนักงานไว้คอยบริการลูกค้าอย่างเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อให้ได้ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง การบริการต้องแสดงออกถึงความเต็มใจ และให้เกียรติลูกค้าเสมอไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร

5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกโรงแรม หากลูกค้าติดต่อขอความช่วยเหลือ พนักงานต้องพร้อมให้บริการเสมอ

ตาราง 28 สรุปสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
<p>1. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p>	<p>1. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวม มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01</p> <p>เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE เพศหญิง มีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความใสใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE เพศหญิง มีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p>
<p>2. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p>	<p>2. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p>

ตาราง 28 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
	<p>เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p> <p>ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และอายุ 35 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>

ตาราง 28 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
	<p>ด้านความใส่ใจ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความใส่ใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมด้านความใส่ใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p> <p>ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01</p>
<p>3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน</p>	<p>3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>

ตาราง 28 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
	<p>เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01</p> <p>ด้านความใส่ใจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p>
<p>4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม และรายด้านแตกต่างกัน</p>	<p>4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p> <p>เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p>

ตาราง 28 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
<p>5. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน</p>	<p>5. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ</p> <p>เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p> <p>ด้านความใส่ใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือโดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตามลำดับต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
3. เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้นำมาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนสำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของธุรกิจอุตสาหกรรม MICE ส่งผลให้สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรม จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) (กัลยา วานิชชัยภูษา. 2546: 26 - 27) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการให้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 46 ข้อ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของการบริการ จำนวน 10 ข้อ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ ด้านสภาพแวดล้อม จำนวน 10 ข้อ ด้านความใส่ใจ จำนวน 10 ข้อ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้จัดการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. การวางแผนการจัดเก็บข้อมูล โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการในด้านโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวิธีการขอความร่วมมือจากพนักงานรับจองห้องพักแจกแบบสอบถามจนกว่าจะครบตามจำนวน 400 ชุด โดยใช้ระยะ 30 วัน ระหว่างเดือนวันที่ 1 – 30 เมษายน 2553

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามดังกล่าวกลับมาแล้ว จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลครบถ้วน และสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยนำเสนอตามขั้นตอน ดังนี้
 - 2.1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 โดยหาค่าร้อยละ
 - 2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จัดกระทำโดยการแจกแจงความถี่ หาค่ามัธยฐานเลขคณิต (\bar{X}) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นรายด้าน รายข้อ โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ เกณฑ์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535: 100)

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายความว่า	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายความว่า	มีระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายความว่า	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายความว่า	มีระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายความว่า	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ t – test

3.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD (Least Significant Different)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการของโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรม ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอายุ 35 – 40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการบริการโรงแรม ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการติดต่อประสานงานถูกต้องชัดเจน ส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการบริการโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริการสามารถตอบคำถามให้ท่านเข้าใจได้อย่าง

ละเอียด พนักงานบริการมีความเชี่ยวชาญงาน และพนักงานบริการมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ ส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ บริเวณทางเข้าโรงแรมมีความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ ส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านความใส่ใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีไมตรีจิตที่ดีเสมอกับลูกค้าส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มาใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือปัญหาใด ๆ กับลูกค้าทางโรงแรมมีศักยภาพพร้อมอำนวยความสะดวก ส่วนข้ออื่น ๆ ที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการให้บริการของโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ปรากฏผลดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

3.3.3 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุ 35 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3.4 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความใส่ใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

3.4.1 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมและรายด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.2 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.3 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

3.5.1 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ที่เหลือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

3.6.1 การทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6.2 การทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ด้านความใส่ใจ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

4.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ เวลาที่แขกเข้าพักมาในเวลาเดียวกัน การจัดทำเอกสารเกิดความสับสน รองลงมาคือ การขอเข้าพักเป็นคณะ ควรมีการลดราคาแต่ไม่ลดค่าบริการ

4.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ในแต่ละรอบการปฏิบัติงานพนักงานควรส่งมอบงานให้ชัดเจน

4.3 ด้านสภาพแวดล้อม ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรมีป้ายบอกทางไปโรงแรมตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่านี้

4.4 ด้านความใส่ใจ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ พนักงานบริการมีไม่เพียงพอ

4.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นพนักงานต้องพร้อมให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ผลได้ดังนี้

1.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารประสานงานกับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยการใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย มีความรวดเร็วและเหมาะสม มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับสินิทธ ตันตราพล (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คนไทยส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจส่วนตัวเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ใช้บริการเป็นครั้งแรก ทราบข้อมูลของโรงแรมจากเพื่อนและญาติสนิท จองห้องพักทางโทรศัพท์ มีระยะเวลาพักประมาณ 1 – 2 คืน มากที่สุด

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม โดยรวมอยู่ระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเอง มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความพร้อมในการปฏิบัติงานตลอดเวลา อีกทั้งยังให้บริการอย่างเต็มใจและเสมอภาคกันทุกคน แก่ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี ปัญญามูลงษา (2542) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ ที่พักต่างอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า การบริการของพนักงานนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่สุภาพ เป็นกันเองเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ สามารถไว้วางใจได้ เข้าใจในลูกค้า รับผิดชอบ บริการได้อย่างทันใจ และมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และสอดคล้องกับ สมสิริ นิสิตศิริ (2548) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความมีน้ำใจ ได้แก่ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ทำที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมกับหน้าที่

1.3 ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม โดยรวมอยู่ระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ การเดินทางมายังโรงแรมที่พักในอำเภอหัวหินสะดวกทั้งรถยนต์ รถไฟ และมีป้ายสัญลักษณ์สามารถมองเห็นได้ง่าย โรงแรมส่วนใหญ่รูปแบบมีความสวยงาม ห้องน้ำสะอาด มีห้องจัดประชุมสัมมนาที่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ เทวีวรรณ ปทุมพร (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ การแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรม MICE รูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยความสำเร็จ สำหรับกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุมทั้งที่เป็นศูนย์การประชุมและ โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และบริษัทบริหารจัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) ปัจจัยความสำเร็จ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พัก และปัจจัย ความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การแสดงสินค้า / นิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนถ่ายสินค้า บริษัทบริหารจัดการต่าง ๆ (EMC) บริษัทบริหารจัดการแสดงสินค้า/นิทรรศการมืออาชีพ (PEO) บริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่าง ๆ สำหรับการแสดงสินค้า (Service Contractor) ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ โรงแรมของผู้บริโภค โดยกำหนดปัจจัยในการศึกษา 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานหรือการ บริการ ปัจจัยด้านระบบรักษาความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมชาวไทยให้ ความสำคัญต่ออัตราค่าห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับ อรวรรณ อนันต์กิริติการ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา : ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) พบว่า ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีความพึงพอใจต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและ นิทรรศการในทุกด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการ ด้าน ความปลอดภัย โดยจากความพึงพอใจดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการรักษามาตรฐานไว้ให้คงที่

1.4 ด้านความใส่ใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการ บริการของโรงแรม โดยรวมและรายด้านอยู่ระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี หน้าตามยิ้มแย้มแจ่มใส ให้เกียรติลูกค้าและพยายามสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้อง กับ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549: บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมในเกาะสมุย พบว่า ด้านพนักงาน ในหัวข้อความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความสุขภาพ อ่อนโยน และผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการต่าง ๆ ของโรงแรม ในเกาะสมุยจำแนกตามคุณลักษณะพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และประเภทของโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปร เพศ สัญชาติ สถานภาพ และรายได้มีความพึงพอใจใน การให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม โดยรวมและรายด้านอยู่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อไม่สามารถปฏิบัติได้ตามเงื่อนไขของทางโรงแรม พนักงานก็สามารถให้ความช่วยเหลือแนะนำอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวณีย์ ตนมหัน (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรม ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานเพราะมีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรวดเร็วและถูกต้องในการแก้ไขปัญหา

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปปรากฏผลดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีเพศต่างกัน คือเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเมื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบพบว่า ความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ ผู้หญิงจะชอบการท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากการเห็นเหนื่อยจากการทำงานในบ้าน นอกบ้าน เมื่อได้มีการท่องเที่ยวนอกบ้านทำให้นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานของ เจนตรีดา โทลา (2550: 87) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับ ธนากร วิชัยกุล (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการ บริเวณศูนย์ศึกษาธรรมชาติ สวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของเพศต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการ บริเวณศูนย์ศึกษาธรรมชาติ สวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นิชาภา พิงรัตน์มงคล , พิมพา วิโนทัย (2550: บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมพัทยา ซีแซนด์บีช รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดชลบุรี นักท่องเที่ยวที่มี

อายุ มีความพึงพอใจต่อ การให้บริการของโรงแรม พักยา ซีแซนด์บีช รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน แต่ นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรม พักยา ซีแซนด์บีช รีสอร์ทแอนด์สปาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สาทิศย์ จีนาภักดิ์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีไม่ต่างกัน

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้รสนิยมหรือความชอบต่าง ๆ ของคนเราเปลี่ยนแปลงได้ คนที่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง สามารถที่จะยอมรับสภาพต่าง ๆ ได้มากกว่าคนที่มีความรู้ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี ภูชฎาภิรมย์ (2551: 64) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากทั้งสองกลุ่มนี้ทำงานอยู่ในรูปแบบที่มีระบบขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน แต่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้นมีความต้องการในบริการด้านต่าง ๆ มากกว่า เนื่องจากมีความอิสระทั้งในการทำงานและความคิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศวีร์ ยุกตะนันท์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรสีเขียวคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิด

3.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ เวลาที่แขกเข้าพักมาในเวลาเดียวกัน การจัดทำเอกสารเกิดความสับสน รองลงมาคือ การขอเข้าพักเป็นคณะ ควรมีการลดราคาแต่ไม่ลดค่าบริการ

3.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ในแต่ละรอบการปฏิบัติงานพนักงานควรส่งมอบงานให้ชัดเจน

3.3 ด้านสภาพแวดล้อม ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรมีป้ายบอกทางไปโรงแรมตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่านี้ รองลงมา คือ ในห้องพักควรมีไม้ดอก ไม่ประดับเพื่อให้เกิดความร่มรื่น

3.4 ด้านความใส่ใจ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ พนักงานบริการมีไม่เพียงพอ

3.5 ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ข้อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรให้ส่วนลดกับผู้รองรับบริการที่เป็นหมู่คณะมากกว่านี้ รองลงมาคือ การบริการโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตมีราคาค่อนข้างแพง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาต่อไป

1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน เป็นอย่างมาก เนื่องจาก เนื่องจาก โรงแรมใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัยในการติดต่อประสานงานรวดเร็วถูกต้องชัดเจน

2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน ในระดับมาก เนื่องจาก ปัจจุบันพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ในโรงแรม จะได้รับการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขา การโรงแรม หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งทางโรงแรมยังมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับงานที่เกี่ยวข้อง และบุคลิกภาพ ใฝ่งานบริการ ให้กับพนักงานอยู่เป็นประจำ ทำให้พนักงานมีความพร้อมในการปฏิบัติ มีบุคลิกที่ดี และยิ้มแย้มแจ่มใสตลอด แต่อย่างไรก็ตามทางโรงแรมควรดำเนินการพัฒนาพนักงานต่อไปเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

3. ด้านสภาพแวดล้อม จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหินเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเดินทางมายังโรงแรม มีความสะดวก และโรงแรมส่วนใหญ่จัดสถานที่พร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ซึ่งส่วนใหญ่จัดการประชุมสัมมนา ดังนั้นการมาจัดนอกสถานที่ แล้วพบกับสถานที่และบรรยากาศที่ส่งผลให้มีความผ่อนคลาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าด้านสภาพแวดล้อมของโรงแรม ไม่ได้เป็นบริการหลัก แต่เป็นตัวเสริมในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. ด้านความใส่ใจ จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม โดยรวมและรายด้านอยู่ระดับมาก เนื่องจากส่วนพนักงานโรงแรมมี กิริยามารยาทในการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ให้บริการที่ รวดเร็วทันใจ บุคลิกภาพการแต่งกายและ มนุษย์สัมพันธ์ดี พนักงานพูดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นทางโรงแรมควรให้พนักงานรักษาระดับการให้บริการ และพัฒนาเพิ่มให้มากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวจะได้มีความพึงพอใจมากกว่านี้และกลับมาใช้บริการใน ครั้งต่อไป

5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมมากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันทุกโรงแรมจะมีบริการรถรับส่ง พร้อมพนักงานบริการ เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย ทางโรงแรมมีพนักงานพร้อม รถยนต์ไว้คอยบริการนำส่งสถานพยาบาลเพื่อรักษาได้ทันอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในจังหวัดอื่น ๆ

2. ควรมีการศึกษา ธุรกิจที่มีผลกับอุตสาหกรรม MICE เพื่อนำผลที่ได้มาประกอบในการ พัฒนา อุตสาหกรรม MICE ต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษฏี กาญจนกิตติ. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้โรงแรมในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ศ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษฏี รื่นรมย์; เพลินทิพย์ โกเมศโสภา; และสาวิกา อุณหนนท์. (2547). การมุ่งเน้นลูกค้าและ
ตลาดสร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. กรุงเทพฯ: อินโนกราฟฟกส.
- จุมพล สัตยาภรณ์. (2542). ทักษะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2523). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ชอุณหวรรณ วงศวรรการ; รัชต์ วรณสุขะศิริ; และ อัญชิสรา อุตตะโมท. (2550). ความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการโรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี ดาน MICE: กรณีศึกษา โรงแรม
ริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว).
พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์. (2552). สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2552, จาก
http://www.marketeer.co.th/marketeertoday_detail.php?marketeertoday_id=413,
- दनัย เทียมพุด. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: O.N.G.
- (2544). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: บুদ্ধแบงก์.
- ทรงศักดิ์ เดชาชาญ. (2542). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการเครื่องปั๊ม
ของบริษัท แอตลาส คอปโก้. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2549). ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า / นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัด ขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- ธัญวรินทร์ กฤษณรัตน์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการ ปฏิบัติงานของสาขาศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบาย สาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นาถฤดี มณีเนตร. (2549). การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษาการหนด แผนไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2548). เอกสารประกอบการเรียนวิชาสัมมนาการวิจัยธุรกิจศึกษา. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปวีณา รัตน์งามแสง. (2549). ความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ของสถานบริการหนดแผนไทยโดยคนตาบอด : กรณีศึกษาสุขสัมผัส อำเภอสาม พราหมณ์ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- ประสาน ภิรัช บุรี. (2544). การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ. ปริญญาเอก กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พจนานุกรม. (2525). ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และนิติพน ภูติโชติ. (2541). การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและดำเนินการ สหกรณ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- (2543). จิตวิทยาบริการ. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- (2542). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและดำเนินการสหกรณ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มณฑนา อันแสง. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการรับชำระค่าบริการ ณ สำนักงานบริการโทรศัพท์ในจังหวัดเพชรบุรีที่เข้าสู่ระบบ ISO 9002. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- วารสารปราสาทสังข์ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์. (2546). ศักยภาพเติบโตของตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม MICE. วารสารปราสาทสังข์ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์. 21(10): 22-24.
- วิชัย ปิติเจริญธรรม. (2548). การทำงานเชิงรุกปลูกไปในตัวคุณ. กรุงเทพฯ: บুদ্ধแบงด์
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทิ อำเภอนวอง จังหวัดนครศรีธรรมราช. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- . (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ท่ามาดี.
- สินินาถ ตันตราพล. (2546). ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม แห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สาโรจ ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด กรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์. ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2536). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น.
- หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์. (2552). สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2552, จาก <http://www.thaipr.net/nc/readnews>.
- เหรียญ หล่อวิมมงคล. (2549, พฤษภาคม – สิงหาคม). ธุรกิจ MICE กับการท่องเที่ยวในกรุงปารีส. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 26(2).
- อรรธรณ อนันต์กิริติการ. (2549). ความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงาน แสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา : ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC). วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.

อนุวัตร บรรณารักษ์สกุล. (2553). จะวัดระดับคุณภาพงานบริการได้อย่างไร.

สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2553, จาก

<http://www.il.mahidol.ac.th/th/images/stories/exchange/aor2-07-52.pdf>

อรุณี สุขเรือง. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อเนก สุวรรณบัณฑิต; และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2553, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/153/2003%20hua%20hin.doc>
<http://www.108acc.com/index.php?mo=14&newsid=81734>

Kolter, Philip. (1997). **Analysis, Planning, Implemetation and Control**. 9th ed.

New jersey: A Simon & Schuster Company.

Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. (2001). **Principles of Marketing**. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Shelle; Others. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania: Hutchison Press.

Tifin, Josaph; & Mc Conuck, Esnear J. (1965). **Industrial Psychology**. Englewood Cliffs: N.JH. Prentice Hall.

Vroom,W.H. (1964). **Work and Motivation**. New York: John Weleyand Sons.

Wolman, B.B. (1973). **Dictionary of Behavioral Science**. New York: Van Nostrand.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะสังคมศาสตร์ สาขาวิชาธุรกิจ ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้ศึกษาจะขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดกรุณาตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความเป็นจริง และตรงกับความรู้สึกของท่าน ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากท่าน จะเป็นประโยชน์และมีคุณค่าอย่างสูงยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

2. แบบสอบถามฉบับนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 เป็นแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็นและ

ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

นางสาวสิริวิภา จิรวัดน์อนันต์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา

แบบสอบถาม
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 3 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE
ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 เป็นแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 น้อยกว่า 35 ปี

2.2 35 – 40 ปี

2.3 มากกว่า 40 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.2 ปริญญาตรี

3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

4.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.2 พนักงานบริษัท

4.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้ต่อเดือน

5.1 น้อยกว่า 20,000 บาท

5.2 20,001–30,000 บาท

5.3 มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านมากที่สุด

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

ที่	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ						
1.	สามารถประสานงานเกี่ยวกับวันเวลาของการติดต่อเพื่อขอรับบริการด้านห้องพัก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
2.	ขั้นตอนการติดต่อประสานงานถูกต้องชัดเจน					
3.	ระยะเวลาในการติดต่อประสานงานเหมาะสมจับใจ					
4.	การออกเอกสารสำคัญมีความสมบูรณ์เสมอ					
5.	มีความรวดเร็วในการออกเอกสารสำคัญ					
6.	เมื่อเกิดข้อผิดพลาดสามารถแก้ไขได้ทันตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
7.	สามารถให้บริการได้อย่างคล่องตัวไม่สับสน					
8.	มีระบบการให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน					
9.	มีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อประสานงานบริการ					
10.	สามารถตรวจสอบระบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ					
ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ						
11.	พนักงานบริการสามารถตอบคำถามให้ท่านเข้าใจได้อย่างละเอียด					
12.	พนักงานบริการมีความเชี่ยวชาญงาน					
13.	พนักงานบริการมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ					

ข้อความคำถาม		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
14.	พนักงานบริการมีความสุภาพและมีมารยาทที่เหมาะสมในการให้บริการ					
15.	พนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ					
16.	พนักงานบริการมีความซื่อสัตย์					
17.	พนักงานบริการให้ด้วยความเต็มใจ					
18.	พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค					
19.	พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร					
20.	พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาการณ์ฉุกเฉินได้					
ด้านสภาพแวดล้อม						
21.	ป้ายชื่อและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของโรงแรมมองเห็นชัดเจนและเข้าใจง่าย					
22.	การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอกโรงแรมสวยงาม ทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่น					
23.	ห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยงมีความสะอาดเป็นระเบียบ					
24.	ห้องน้ำของโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพอเพียง					
25.	มีการตกแต่งห้องน้ำเหมาะสมสวยงาม					
26.	บริเวณทางเข้าโรงแรมมีความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ					
27.	บริเวณอาคาร สถานที่ ต่าง ๆ ของโรงแรมออกแบบเหมาะสม					
28.	บุคลากรแต่ละสายงานมีเครื่องแบบชัดเจนสวยงาม					
29.	มีความปลอดภัยเมื่อใช้บริการของโรงแรม					
30.	โรงแรมตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อของใช้บริการ					
ด้านความใส่ใจ						
31.	ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ในการต้อนรับลูกค้า					
32.	ผู้ให้บริการสามารถจดจำลูกค้าได้อย่างแม่นยำ					
33.	ผู้ให้บริการมีจิตวิทยาที่ดีในการติดต่อสื่อสาร					
34.	การติดต่อสื่อสารกับโรงแรมมีความสะดวก					
35.	ผู้ให้บริการเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า					
36.	ผู้ให้บริการมีไมตรีจิตที่ดีเสมอกับลูกค้า					

ข้อความคำถาม		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
37.	ผู้ให้บริการ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ขณะให้บริการ					
38.	ผู้ให้บริการให้เกียรติลูกค้าเสมอ					
39.	ผู้ให้บริการพยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้า					
40.	มีการพัฒนาและให้บริการเสริมที่ดี					
ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ						
41.	เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือปัญหาใด ๆ กับลูกค้าทางโรงแรมมีศักยภาพพร้อมอำนวยความสะดวก					
42.	มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า					
43.	หากไม่สามารถให้บริการได้ตามเงื่อนไข ทางโรงแรมจะแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก					
44.	ผู้ให้บริการต้องพร้อมเสมอที่จะดูแลลูกค้าให้ดีที่สุด แม้ลูกค้าจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน					
45.	พยายามพัฒนาการให้บริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า					
46.	ทางโรงแรมสามารถให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นต่าง ๆ แก่ลูกค้าเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ(Service Poe gage)					

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
นางสาวสิริวิภา จิรวัดน้อยนันต์

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	สิริวิภา จิรวัฒน์อ่อนนันท
วันเดือนปีเกิด	13 พฤษภาคม 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	11/199 ซอยงามวงศ์วาน 18 ถนนงามวงศ์วาน ต.บางเขน อ.เมือง จ.นนทบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่สินเชื่อ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	Standard Chartered Bank
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	นิติศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
พ.ศ. 2553	การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ