

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา
สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

SATISFACTION WITH SERVICES IN HOSTEL AND CONFERENCE ROOM
OF UNISERV, CHIANGMAI UNIVERSITY



นางสาวพัชรินทร์ สุวรรณธาดา

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
พ.ศ. 2542

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ปริญญา

บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา

บริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร
ภาควิชา

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

SATISFACTION WITH SERVICES IN HOSTEL AND CONFERENCE ROOM OF UNISERV,
CHIANGMAI UNIVERSITY

นามผู้วิจัย นางสาวพัชรินทร์ สุวรรณชาติ
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทรนที)
วันที่ 20 เดือน พ.ค. พ.ศ. 42

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ)
วันที่ 23 เดือน พ.ค. พ.ศ. 42

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์โสภณ พองเพชร)
วันที่ 23 เดือน พ.ค. พ.ศ. 42

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์วัลภา ลิ้มสกุล)
วันที่ 23 เดือน พ.ค. พ.ศ. 42

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สิทธิชัย)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 25 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2542

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

โดย

นางสาวพัชรินทร์ สุวรรณชาติ

พฤษภาคม 2542

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชูศักดิ์ จันทนพิศรี

ภาควิชา/คณะ : ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วย 2) ศึกษาถึงปัญหา ของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2541 จำนวน 244 คน โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้ผ่านการทดสอบความตรงและความเที่ยงแล้ว จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยมีดังนี้

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ต่อบริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา ในระดับปานกลาง และสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อาชีพ และระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ สำหรับ เพศ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา ที่สำคัญได้แก่ ปัญหาในเรื่องที่จอดรถ มีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่มีร่มเงาบังแดด ปัญหาของสภาพภายในห้องพัก

และห้องประชุมสัมมนา สภาพการตกแต่ง แสงสว่าง สิ่งอำนวยความสะดวก และความเหมาะสมของโสตทัศนูปกรณ์ ปัญหาของพนักงานผู้ให้บริการขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ และความสะดวกรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายสัมภาระ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ควรทำการปรับปรุงบริการ โดยการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการ ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือยังมีความพึงพอใจในระดับต่ำอยู่ โดยการจัดทำงบประมาณเพื่อปรับปรุงการให้บริการ เช่น การขยายพื้นที่จอดรถ รมเงาบังแดดบริเวณที่จอดรถ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก แสงสว่างภายในห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ฯลฯ และควรจัดการอบรมลูกจ้าง และบุคลากรของสำนักบริการวิชาการ ให้มีความพร้อม และความกระตือรือร้นในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อการเตรียมตัวออกนอกกระบบราชการ และการแข่งขันกับธุรกิจเอกชนในอนาคต

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

SATISFACTION WITH SERVICES IN HOSTEL AND CONFERENCE ROOM OF UNISERV, CHIANGMAI UNIVERSITY

By

PHATCHARIN SUWANTHADA

NOVEMBER 1999

Chairman: Assistant Professor Choosak Jantanopsiri

**Department/Faculty : Department of Agricultural Business Administration and Marketing,
Faculty of Agricultural Business**

The purposes of this research were to examine 1) satisfaction with services in the hostel and the conference room of Uniserv, Chiangmai University in association with customers' personal and socioeconomic backgrounds i.e. sex, age, career, income and education; and 2) problems concerning services in the hostel and the conference room of Uniserv, Chiangmai University. The data were collected by means of questionnaires pretested for validity and reliability from 244 customers of the hostel and the conference room in November 1998 and analyzed with the use of the SPSS/PC. The findings were as follows:

Most of the customers had a moderate level of satisfaction with the services of both the hostel and the conference room of Uniserv, Chiangmai University. Their career and education were correlated with their level of satisfaction but sex, age and income were not significantly correlated with their level of satisfaction.

The customers' critical problems concerning services of the hostel and the conference room were insufficient parking lots and no shade for the cars; insufficient decoration, lighting, the problems of facilities and audio-visual aids in the hostel and the

conference room; personnel without eagerness to provide services; and time-consuming baggage transportation.

Uniserv should examine the customers' needs and prepare budgets to improve the services such as extending parking lots, providing shade for cars, improving facilities and lighting in the hostel and conference room, and providing training to employees and personnel to be ready and eager to provide services as well as to prepare Uniserv for the non-government system and to be able to compete with private businesses in the future.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงด้วยดี โดยผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทรพศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ และอาจารย์โสภณ พองเพชร กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สถาบันที่ให้โอกาสของการศึกษา และขอกราบขอบพระคุณ สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่เป็นแรงผลักดันให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงด้วยดี

ขอขอบพระคุณ เพื่อนนักศึกษาร่วมสถาบัน และเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พัชรินทร์ สุวรรณธาดา

พฤษภาคม 2542

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ปัญหาและเหตุผลที่ทำวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
นิยามศัพท์	5
 บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	 6
การตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง	6
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
ทฤษฎีการรับรู้ของมาสโลว์	6
แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แบบจำลองคุณภาพบริการ	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
กรอบแนวคิดในการวิจัย	17
สมมติฐานการวิจัย	17
 บทที่ 3 วิธีการวิจัย	 18
สถานที่ดำเนินการวิจัย	18
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	18
เครื่องมือในการวิจัย	19
การรวบรวมข้อมูล	19
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	20

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	21
ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	22
ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพัก	24
ความพึงพอใจในการใช้ห้องประชุมสัมมนา	37
ปัญหาที่พบของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา	47
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ	55
สรุปผลการวิจัย	55
อภิปรายผลการวิจัย	58
ข้อเสนอแนะ	58
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	62
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	63
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	70

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	คำถามคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภค	8
2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	19
3	จำนวน และร้อยละ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	23
4	จำนวนผู้เคยใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา	24
5	จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการห้องพัก	25
6	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ แผนกบริการส่วนหน้า	27
7	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ แผนกห้องพัก	29
8	จำนวนและร้อยละ ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก ของผู้ใช้บริการ	31
9	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจด้าน ห้องพัก กับ เพศ	32
10	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจด้าน ห้องพัก กับ อายุ	33
11	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจด้าน ห้องพัก กับ อาชีพ	34
12	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจด้าน ห้องพัก กับ รายได้	35
13	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจด้าน ห้องพัก กับ การศึกษา	36
14	จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาของผู้ใช้บริการ	37
15	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ห้องประชุมสัมมนา	38
16	การแจกแจง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา ของผู้ใช้บริการ	40
17	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้าน ห้องประชุม กับ เพศ	41
18	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้าน ห้องประชุม กับ อายุ	42
19	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้าน ห้องประชุม กับ รายได้	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
20	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้าน ห้องประชุม กับ อาชีพ	45
21	การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้าน ห้องประชุม กับ การศึกษา	46
22	จำนวนและร้อยละของปัญหา ด้านทำเลที่ตั้ง	48
23	จำนวนและร้อยละของปัญหา ที่จอดรถ	48
24	จำนวนและร้อยละของปัญหา ภายในห้องพัก	49
25	จำนวนและร้อยละของปัญหา สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	49
26	จำนวนและร้อยละของปัญหา การให้บริการของพนักงานห้องพัก	50
27	จำนวนและร้อยละของปัญหา สภาพห้องประชุม	51
28	จำนวนและร้อยละของปัญหา โสตทัศนูปกรณ์	52
29	จำนวนและร้อยละของปัญหา การให้บริการของพนักงานใน ห้องประชุม	52
30	จำนวนและร้อยละของปัญหา ที่จอดรถ	53
31	จำนวนและร้อยละของปัญหา ห้องน้ำ	54

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	รายได้จากห้องพัก ปี 2535 – 2538	3
2	รายได้จากห้องประชุมสัมมนา ปี 2535 - 2538	3
3	ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	6
4	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	10
5	แบบจำลองคุณภาพบริการ	15
6	กรอบแนวคิดในการวิจัย	17

บทที่ 1
บทนำ
(INTRODUCTION)

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Chiangmai University Academic Service Center) "UNISERV" ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2532 เพื่อเป็นหน่วยงานกลาง ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการสนับสนุนส่งเสริม และประสานงานบริการวิชาการระหว่างนักวิชาการ และหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย กับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้มหาวิทยาลัย สามารถใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ ปฏิบัติภารกิจบริการวิชาการ แก่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมประสานงานบริการวิชาการ แก่หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย และภายนอกมหาวิทยาลัยทั้งในภาครัฐและเอกชน
2. เพื่อนำทรัพยากรด้านกำลังคน วิทยาการ เทคโนโลยี และเครื่องมือต่างๆ ที่มีอยู่ในมหาวิทยาลัย ไปใช้ในการบริการให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชน โดยเฉพาะต่อชุมชนภาคเหนือ
3. เพื่อสร้างฐานความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่ คณาจารย์ นักวิชาการ และหน่วยงานของมหาวิทยาลัย ในการพัฒนาวิชาการ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสังคมไทย

การบริหารงานของสำนักบริการวิชาการ จะมีคณะกรรมการประจำสำนักบริการวิชาการ เป็นผู้วางนโยบายและ กำหนดแนวทาง การบริหารภารกิจ ของสำนักบริการวิชาการ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสำนักฯ กำหนดแนวทางการประสานงาน ระหว่างสำนักฯ กับคณะ และส่วนราชการต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พิจารณาจัดวางระเบียบข้อบังคับของสำนักบริการวิชาการ ตามที่สภามหาวิทยาลัยมอบหมาย หรือเพื่อเสนอต่อสภามหาวิทยาลัย แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณา เสนอความเห็น ในเรื่องหนึ่งเรื่องใด หรือมอบหมายให้ปฏิบัติกรอย่างหนึ่งอย่างใด อันอยู่ในอำนาจหน้าที่ ของคณะกรรมการประจำสำนักบริการวิชาการ โดยมีผู้อำนวยการสำนักฯ เป็นผู้บริหาร และดำเนินการ ตามวัตถุประสงค์ ของคณะกรรมการประจำสำนักฯ โดยมีการมุ่งปฏิบัติภารกิจ กิจกรรมต่างๆ ให้สมกับคำว่า สำนักบริการวิชาการเปรียบเสมือนประตูมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่จะให้บริการและนำวิชาการออกสู่ชุมชน (UNISERV is the gate of the university which provide knowledge and academic service to the public)

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบ ดำเนินการด้านต่างๆ ดังนี้

1. การบริการด้านวิชาการ ด้วยการมุ่งพัฒนาความรู้สู่ชุมชน โดยการจัดการฝึกอบรม และสัมมนา จัดการบรรยายพิเศษ จัดอภิปรายทางวิชาการทั้งในท้องถิ่น และทั่วประเทศ เผยแพร่งานวิชาการ ข้อมูลทางวิชาการต่างๆ แก่บุคคล องค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสำนักบริการวิชาการ จัดดำเนินการเอง และร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยอาศัยงบประมาณจากภาครัฐ และงบประมาณสนับสนุนจากภาคเอกชน
2. การบริการให้คำปรึกษา จัดให้บริการคำปรึกษา คำแนะนำ โดยการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อให้บริการข้อมูล ข้อเท็จจริง ศึกษาความเป็นไปได้ และแนวทางปฏิบัติแก่องค์กร ทั้งของภาครัฐและเอกชน
3. การบริการถ่ายทอดเทคโนโลยี เป็นสื่อกลางในการนำเสนอ ผลงานที่ผลิตขึ้น ในมหาวิทยาลัย เช่น งานวิจัยพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ที่ได้พัฒนาถึงขั้นนำไปใช้ประโยชน์ได้ ออกสู่ผู้ใช้ เพื่อประโยชน์ต่อสังคม และ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพาณิชย์
4. การให้ความร่วมมือในโครงการพัฒนา โดยประสานงานให้นักวิชาการจาก มหาวิทยาลัย เข้าร่วมให้ความรู้ ส่งเสริม และสนับสนุน ในโครงการขององค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน

ปัญหาในการวิจัย (Research Problem)

จากนโยบายของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมุ่งหวังที่จะเป็นหน่วยงานกลาง ของมหาวิทยาลัย ในการสนับสนุน ส่งเสริมและประสานงาน บริการวิชาการ ระหว่างนักวิชาการและหน่วยงาน ภายในมหาวิทยาลัย กับหน่วยงานภายนอก ทั้งของภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้มหาวิทยาลัย สามารถใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ ปฏิบัติภารกิจบริการ วิชาการแก่ชุมชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนี้

1. สนับสนุนและริเริ่มการให้บริการวิชาการ แก่สังคมในรูปแบบต่างๆ โดยให้มีการผสมผสาน กับการจัดการศึกษา การวิจัย ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของชุมชน และสนองตอบต่อการแก้ปัญหาของชุมชน
2. สนับสนุนงานบริการวิชาการแก่ชุมชน ทั้งในส่วนที่ให้เปล่า และให้บริการใน ส่วนที่มีรายได้

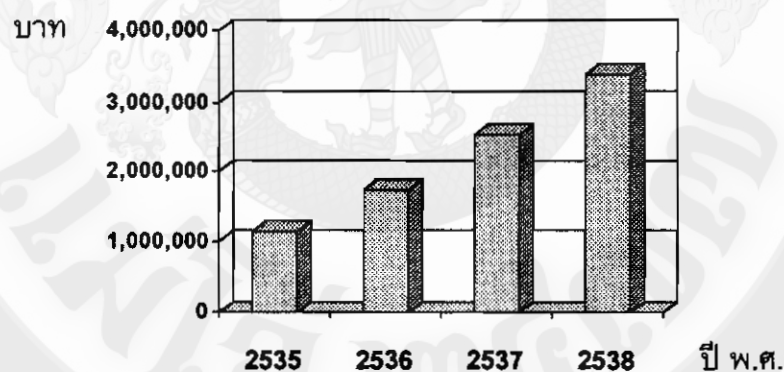
3. ส่งเสริมให้อาจารย์ในมหาวิทยาลัย ปฏิบัติหน้าที่ ในด้านการบริการวิชาการ แก่ชุมชน เพื่อเสริมสร้างงานด้านการเรียนการสอน และการวิจัยให้ครบถ้วน

4. สนับสนุนให้มีศูนย์ข้อมูลทางวิชาการ และความเชี่ยวชาญ ในสาขาต่างๆ เพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้มาขอรับบริการวิชาการ

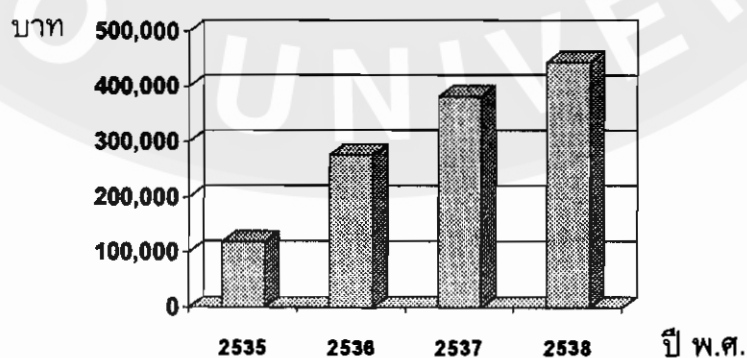
5. พัฒนาการบริการวิชาการไปสู่ความเป็นสากล โดยประสานความร่วมมือ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ในรูปแบบการฝึกอบรมสัมมนา การศึกษาดูงาน การศึกษาต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน

6. พัฒนาการบริหารงานภายในสำนักบริการวิชาการ ให้มีความพร้อมสามารถ เลี้ยงตนเองได้ และพร้อมที่จะเป็นหน่วยงานอิสระ ภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัยของรัฐ

ดังนั้นจากนโยบายของสำนักบริการวิชาการ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งมีนโยบาย ที่จะต้องมีความพร้อมในการเลี้ยงตนเองได้ ซึ่งรายได้ของสำนักบริการวิชาการส่วนใหญ่ ได้รับ มาจากการให้บริการด้านห้องพัก ห้องจัดประชุมสัมมนา จากข้อมูลในอดีตของสำนักฯ พบว่า รายได้มีการเพิ่มสูงขึ้น ตั้งแต่ปี 2535 ถึง 2538 ดังแสดงตาม ภาพที่ 1 และ 2 ดังนี้



ภาพที่ 1 รายได้จากห้องพัก ปี 2535 - 2538



ภาพที่ 2 รายได้จากห้องประชุมสัมมนา ปี 2535 - 2538

จากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน จะพบว่าสำนักบริการวิชาการ
ห้องพัก และห้องจัดประชุมสัมมนา ที่สำคัญ ได้แก่ โรงแรมต่างๆ ซึ่งมีพร้อมที่
บุคลากร ในการให้บริการ และจากข้อมูลงานวิจัยของ จารุลักษณ์ งามลักษณ์ (2540: 2) พบว่า
ในปี พ.ศ. 2537 จำนวนโรงแรมของจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 106 แห่ง และจำนวนห้องพัก
11,044 ห้อง มีนักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมต่างๆ ทั้งสิ้น จำนวน 1,085,339 คน จากงานวิจัย
ยังพบว่ามีปัญหาอุปสรรค และข้อขัดข้องทางการท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหา
การเดินทาง การคมนาคม ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ การจราจรที่เริ่มแออัดคับคั่ง ราคา
สินค้าสูงขึ้น ซึ่งจากปัญหาดังกล่าว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยว ไม่ขยายตัวเพิ่มขึ้นเท่าที่ควร จึง
ก่อให้เกิดปัญหาในด้านธุรกิจโรงแรม และมีผลทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งนี้เพื่อ
ความอยู่รอดของแต่ละโรงแรมเอง

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาถึง ความพึงพอใจของ ผู้ใช้
บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อ
เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ ของสำนักบริการวิชาการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้อง
พัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(Objectives of the Study)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา
ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหา ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของ
สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

(Scope of the Study)

1. การศึกษานี้จะทำการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพัก
และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2541 เนื่องจากในช่วงนี้กลุ่มผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนามีความหลากหลาย มาจากแหล่งต่างๆ กัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(Expected Results)

1. ทราบถึงความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. นำผลการศึกษา ไปใช้ในการกำหนดแนวทาง ในการปรับปรุงการให้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ดีขึ้น
3. นำผลการศึกษา ไปเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา ของผู้ใช้บริการ ห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นิยามศัพท์

(Definition of Terms)

ความพึงพอใจ

หมายถึง ระดับความรู้สึก ของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ โดยถ้าผลที่ได้รับจากการบริการ ตรงกับความคาดหวัง ของผู้ใช้บริการ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

ผู้ใช้บริการ

หมายถึง ผู้ที่เข้าพักในห้องพัก หรือเข้าอบรมสัมมนาในห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ห้องพัก

หมายถึง ห้องพักรับรองจำนวน 67 ห้อง ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ห้องประชุมสัมมนา

หมายถึง ห้องประชุมสัมมนา จำนวน 10 ห้อง ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร (REVIEW OF RELATED LITERATURE)

การตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยโดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation)



ภาพที่ 3 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

ที่มา : Kotler, P. (1997 : 185)

มาสโลว์ได้อธิบายถึง ความต้องการ (need) ที่เป็นสิ่งจูงใจ ผู้มาใช้บริการในระดับที่แตกต่างกัน ตามความต้องการของมนุษย์ จะถูกจัดไว้เป็นขั้น จากมากไปหาน้อย ซึ่งได้แก่ ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (physiological needs) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ความต้องการด้านสังคม (social needs) ความต้องการความภูมิใจ (esteem needs) และความต้องการประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) ในการใช้บริการ

ห้องพัก ผู้ใช้บริการ ต้องการการตอบสนอง ทางด้านร่างกาย (physical needs) เป็นอันดับแรก แต่ขณะเดียวกัน การบริการจะต้องสามารถ ตอบสนองความต้องการ ในระดับอื่นๆ ไปพร้อมๆ กัน เช่น การต้องการที่พัก นอกจากตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) แล้ว ยังต้องการการบริการที่ดี สถานที่สะอาด สะดวกสบาย อบอุ่น ปลอดภัย และ ต้องการการยอมรับจากสังคม ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการ ด้านความปลอดภัย (safety needs) และ ด้านสังคม (social needs) รวมด้วย

ในด้านการใช้บริการห้องประชุมสัมมนา ก็เช่นเดียวกัน ย่อมต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง ความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นลำดับแรก มีความสะดวกสบาย ได้รับผลจากการอบรมสัมมนา โดยบรรลุวัตถุประสงค์ ในการสัมมนานั้นๆ ได้รับการด้านต่างๆ เช่น ความสะดวกสบาย ด้านที่จอดรถ สื่อ โสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการ ด้านความปลอดภัย (safety needs) และด้านสังคม (social needs) รวมไปถึง การตอบสนองในความต้องการประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) ในการปฏิบัติงาน หลังจากสัมมนาแล้วด้วย

สำหรับแนวคิด เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการ (customer satisfaction) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า หรือผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผลมาจาก การเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ ผลจากการทำงาน หรือ ประสิทธิภาพของสินค้า (product's received performance) กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (person's expectation) ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึง ความพึงพอใจของ การใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ต่อการบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากการบริการ (product performance) ต่ำกว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการ เกิดความไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) แต่ถ้าระดับผลที่ได้รับ จากการบริการ ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ก็จะทำให้ผู้ให้บริการ เกิดความพึงพอใจ (satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการบริการ สูงกว่า ความคาดหวัง ที่ผู้ให้บริการตั้งไว้ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ (delighted) ซึ่งความแตกต่างกันทั้ง 3 ระดับ ของความพึงพอใจ ที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ของผู้ให้บริการ และเป็นการประชาสัมพันธ์ ถึงสิ่งที่ดี และไม่ดีของการบริการ ต่อบุคคลอื่นๆ ต่อไป

งานหลักของสำนักบริการวิชาการที่สำคัญนั้น เกี่ยวข้องกับ การให้บริการห้องพัก และ ห้องประชุมสัมมนา ซึ่งงานบริการนี้มีส่วนที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (competitive differentiation) คือ สำนักบริการวิชาการ จะต้องพยายามค้นหาวิธีการ หรือแนวทาง ในการสร้างความแตกต่าง ในการบริการ ให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ

2. คุณภาพในการให้บริการ (service quality) คือ การรักษาระดับการให้บริการ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญ ในการสร้างสิ่งที่แตกต่าง ของการบริการ โดยการเสนอ คุณภาพของการบริการ ตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ ดังนั้นสำนักบริการวิชาการ จึงต้อง พยายามรักษาคุณภาพ ของการให้บริการ แก่ผู้ใช้บริการ และวิจัย ทดสอบ ความพึงพอใจ ของ ผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งขององค์กร ที่จะประเมินความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ ต่อ บริการที่ได้รับ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพ ของการบริการ ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (productivity) สำนักบริการวิชาการ ต้อง พยายาม รักษาประสิทธิภาพการให้บริการ ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน โดยที่ยังรักษาคุณภาพ ของการให้บริการ รวมทั้งรักษาระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการไว้อีกด้วย

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of consumer behavior)(Kotler, P. 1997 : 171 – 199)

นักการตลาดสามารถจะเข้าใจผู้บริโภคได้ จากประสบการณ์ที่ได้ขายสินค้า ให้กับ ผู้บริโภคเป็นประจำ ซึ่งในการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น นักการตลาดมักจะ ทำการศึกษา เพื่อค้นหาคำตอบ ของคำถามเกี่ยวกับผู้บริโภค ดังในตารางที่ 1

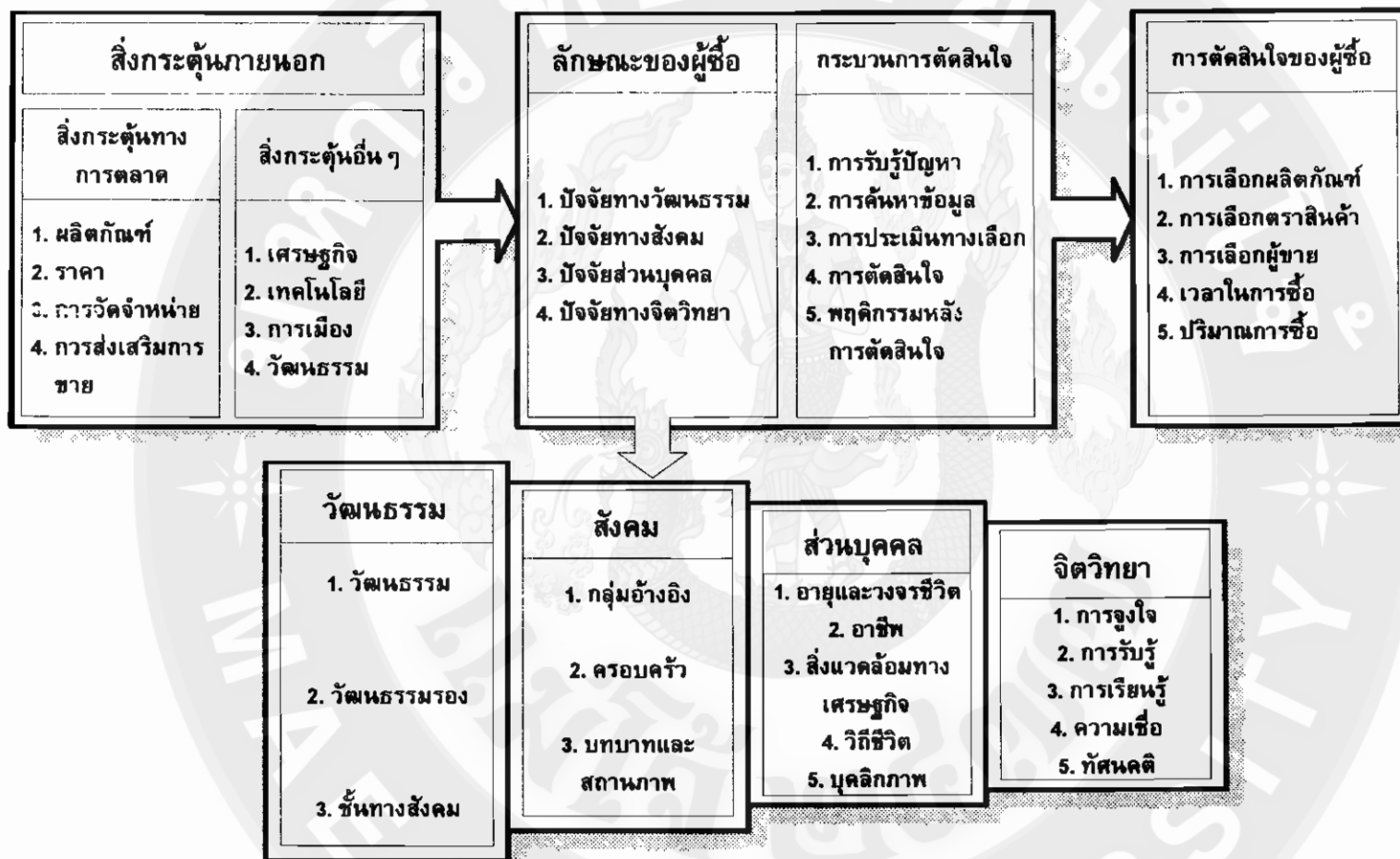
ตารางที่ 1 คำถามคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภค

คำถาม	คำตอบ
ใครคือผู้สร้างตลาด	ผู้ครอบครองหรือลูกค้า
ตลาดซื้ออะไร	วัตถุหรือสินค้า
ทำไมตลาดซื้อ	วัตถุประสงค์
ใครมีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	ผู้เกี่ยวข้องหรือองค์กร
ตลาดซื้ออย่างไร	วิธีการในการซื้อ
ตลาดซื้อเมื่อใด	โอกาสในการซื้อ
ตลาดซื้อที่ใด	ช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่มา : Kotler ,P. (1997 : 171)

การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถพิจารณาได้ จากแบบจำลอง การกระตุ้น และการตอบสนอง สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งแวดล้อม จะเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค และจากคุณลักษณะ และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ก็จะนำไปสู่ การตัดสินใจบริโภคในที่สุด งานของนักการตลาด คือจะต้องทำความเข้าใจว่า เกิดอะไรขึ้น ในจิตใจของผู้บริโภค ระหว่างสิ่งกระตุ้นภายนอก กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อที่จะ สามารถตอบคำถาม

1. ลักษณะของผู้บริโภคซึ่ง ได้แก่ วัฒนธรรม, สังคม, ส่วนบุคคล, และจิตวิทยา มีอิทธิพลอย่างไร ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (How do the consumer's characteristics – cultural, social, personal and psychological – influence purchasing behavior?)
2. ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้ออย่างไร (How does the consumer make purchasing decision?)



ภาพที่ 4 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Buyer behavior model)

ที่มา : Kotler, P. (1997 : 172)

จากลักษณะของผู้ซื้อ (consumer's characteristic) จะเห็นว่ามีปัจจัยสำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (culture)
2. ปัจจัยทางสังคม (social)
3. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal)
4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological)

ปัจจัยทางวัฒนธรรม และ **ปัจจัยทางสังคม** เป็นตัวกำหนดพื้นฐาน สำหรับความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งขอบเขตการวิจัย ได้กำหนดให้ทำการศึกษาในกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกัน ในปัจจัยทั้งสองดังกล่าว

ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ วิถีชีวิต และบุคลิกภาพ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งอาจส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลกระทบ และผลต่อระดับความพึงพอใจ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งได้แก่ การจูงใจ (motivation) การรับรู้ (perception) การเรียนรู้ (learning) ความเชื่อ (beliefs) และ ทศนคติ (attitude) จะมีความละเอียดอ่อน และมีผลกระทบ ให้พฤติกรรมการบริโภค ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน หรือ ในบุคคลคนเดียวกัน ก็สามารถแตกต่างกันได้ ในแต่ละสถานการณ์ และเวลาที่แตกต่างกัน ระดับความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา จะมีผลต่อการตัดสินใจในอนาคต

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (the stage of the buying decision process) (Kotler, P., 1997 : 189 – 199)

สำหรับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค จะประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การรับรู้ปัญหา (problem recognition)
2. การค้นหาข้อมูล (information search)
3. การประเมินทางเลือก (evaluation of alternative)
4. การตัดสินใจ (purchase decision)
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (postpurchase behavior)

การรับรู้ปัญหา (problem recognition) กระบวนการเริ่มต้น เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา (problem) หรือความต้องการ (need) ของตน ความต้องการสามารถถูกกระตุ้น ได้จากทั้งภายใน (internal) และภายนอก (external) ในการที่ผู้บริโภคจากต่างถิ่น จะต้องเข้ามาทำธุระในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ก็ย่อมต้องการที่พัก ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ที่คาดหวังได้ การใช้บริการห้องประชุมสัมมนา ก็เช่นเดียวกัน เมื่อกลุ่มผู้บริโภค มีความต้องการที่จะจัดประชุม ก็ย่อมต้องการห้องประชุมสัมมนา ที่สามารถจะตอบสนองความต้องการของกลุ่มได้

การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ อาจเป็นห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ในโรงแรมต่างๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแหล่งของข้อมูลจะมาจากหลายแหล่ง ได้แก่ แหล่งบุคคล (personal source) แหล่งการค้า (commercial source) แหล่งสาธารณะ (public source) สำหรับห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา แหล่งข้อมูลที่สำคัญจะเป็นแหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ฯลฯ ซึ่งมักจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป แต่ในบางครั้งผู้บริโภค อาจไม่มีเวลาค้นหาข้อมูลมากนัก ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการที่รีบด่วน หรือเคยมีประสบการณ์การเรียนรู้ (learning) จากการบริโภคในอดีต ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าสู่ขั้นตอนถัดไปได้อย่างรวดเร็ว

การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) ผู้บริโภคแต่ละคนอาจมีกระบวนการประเมินทางเลือกที่แตกต่างกัน หรือในผู้บริโภคคนเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ แนวคิดพื้นฐานที่ช่วยให้ เข้าใจการประเมินทางเลือก ของผู้บริโภค คือ ในลำดับแรก ผู้บริโภคจะพยายาม ที่จะตอบสนองความต้องการ (need) ของตนเองก่อน ลำดับที่สอง จะมองหาผลประโยชน์ (benefit) ที่ได้จากผลิตภัณฑ์ ลำดับที่สาม จะมองผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มของคุณลักษณะ (bundle of attributes) ที่สามารถส่งมอบผลประโยชน์ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยจะให้คะแนนคุณลักษณะ และถ่วงน้ำหนักแต่ละคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคกำลังพิจารณา แล้วเลือกผลิตภัณฑ์ที่คิดว่า ดีที่สุดในสายตาของผู้บริโภค

ในด้านห้องพักและห้องประชุมสัมมนา สิ่งที่สำคัญ คือห้องพักต้อง สามารถสร้างความสะดวกสบาย ในการพัก ได้ตามที่คาดหวัง ห้องประชุมสัมมนา ก็สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของการประชุมได้ หลังจากนั้นผู้บริโภคก็จะพิจารณา คุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นบริการที่ประทับใจ ราคาค่าบริการ ฯลฯ ซึ่งการให้คะแนน และความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ ก็ขึ้นอยู่กับ การรับรู้ (perception) มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ

การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภค จะมีความตั้งใจซื้อ (intention to buy) แต่ก่อนที่จะเกิดการซื้อ อาจมีปัจจัยที่มีผลกระทบ ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ ทักษะคติของคนอื่นๆ (attitude of others) เช่น ครอบครัว เพื่อน ซึ่งอาจมีผลต่อความตั้งใจซื้อ นอกจากนี้อาจมีสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด (unanticipated situational factor) เช่น ผู้บริโภคอาจถูกกำหนดให้เปลี่ยนแปลงที่พัก หรือที่ประชุมสัมมนาอย่างกะทันหัน ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ ได้มากมาย เช่น การเปลี่ยนแปลงในงบประมาณ เป็นต้น

พฤติกรรมหลังการซื้อ (postpurchase behavior) หลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ (experience) ซึ่งอาจเป็นความพึงพอใจ (satisfaction) หรือไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) ซึ่งอาจก่อให้เกิดการบริโภคซ้ำ เมื่อเกิดความต้องการ และอาจบอกกล่าวความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ให้กับบุคคลอื่นทราบด้วย เมื่อเกิดประสบการณ์หลายๆ ครั้ง จะเกิดการเรียนรู้ (learning) กลายเป็นความเชื่อ (beliefs) และทัศนคติ (attitude) ต่อสินค้าหรือบริการ เช่น ผู้บริโภคได้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ แล้วมีความประทับใจในบริการ ก็มีโอกาที่จะมาใช้บริการซ้ำอีกในโอกาสต่อไป ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักการตลาด ที่ต้องค้นหาว่าบริการใด ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แก่ผู้บริโภคมากที่สุด อยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภคไว้

การตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer's decision) (Kotler, P., 1997 : 172)

การตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย

1. **การเลือกผลิตภัณฑ์ :** ก็จะเป็นการเลือกที่พัก และห้องประชุมสัมมนา
2. **การเลือกตราสินค้า :** โดยทั่วไปแล้วการเลือกตราสินค้า ทางด้านห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ผู้บริโภคจะอาศัยการเรียนรู้ (learning) และมักจะมี ความภักดี (loyalty) ต่อ ผู้ที่ให้บริการตามที่คาดหวัง (expectation) ในด้านห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ก็จะมีระดับของความภักดีที่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะมีความภักดีต่อสถานที่ หรือสถาบัน
3. **การเลือกผู้ขาย :** จะมีลักษณะเช่นเดียวกับตราสินค้า
4. **เวลาในการซื้อ :** ในธุรกิจประเภทนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะกำหนดเวลาซื้อไว้ล่วงหน้า ตามความต้องการที่เกิดขึ้น
5. **ปริมาณการซื้อ :** ผู้บริโภคจะไม่บริโภคเกินความจำเป็น ผู้บริโภคหนึ่งคนก็จะบริโภคห้องพักเพียงหน่วยเดียว ต่อการพักหนึ่งคืน ดังนั้นจำนวนการบริโภค จึงขึ้นกับจำนวนผู้บริโภค สำหรับห้องประชุมสัมมนา ก็จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ และวิธีการของการประชุมสัมมนา

แบบจำลองคุณภาพบริการ (service – quality model) (Kotler, P., 1997:476)

วิธีการหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง ในการส่งมอบบริการ ให้เหนือกว่าคู่แข่ง นั่นคือการส่งมอบ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้า นั้นเกิดจาก ประสบการณ์ในอดีต การบอกต่อปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าเลือก ใช้บริการจากข้อมูลที่ได้รับ และหลังจากได้รับบริการแล้ว เขาจึงนำเอาบริการที่ได้รับไป เปรียบเทียบกับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่ประทับใจ ถ้า เกินกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะได้รับความพอใจ และจะกลับมาใช้บริการอีก

แบบจำลองคุณภาพบริการ แสดงให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญ ในการส่งมอบบริการ คุณภาพสูง ซึ่งแสดงถึง 5 ช่องว่างที่เป็นสาเหตุของการส่งมอบบริการที่ล้มเหลว

1. ช่องว่างระหว่าง ความคาดหวังของลูกค้า กับ การรับรู้ของผู้บริหาร
ผู้บริหารอาจไม่สามารถที่จะรู้ได้ตลอดเวลาว่าลูกค้าต้องการอะไร โรงพยาบาลอาจคิดว่าผู้ป่วย ต้องการอาหารอร่อย สะอาด ถูกอนามัย แต่ผู้ป่วยให้ความสำคัญกับบริการที่เอาใจใส่ของ พยาบาลมากกว่า

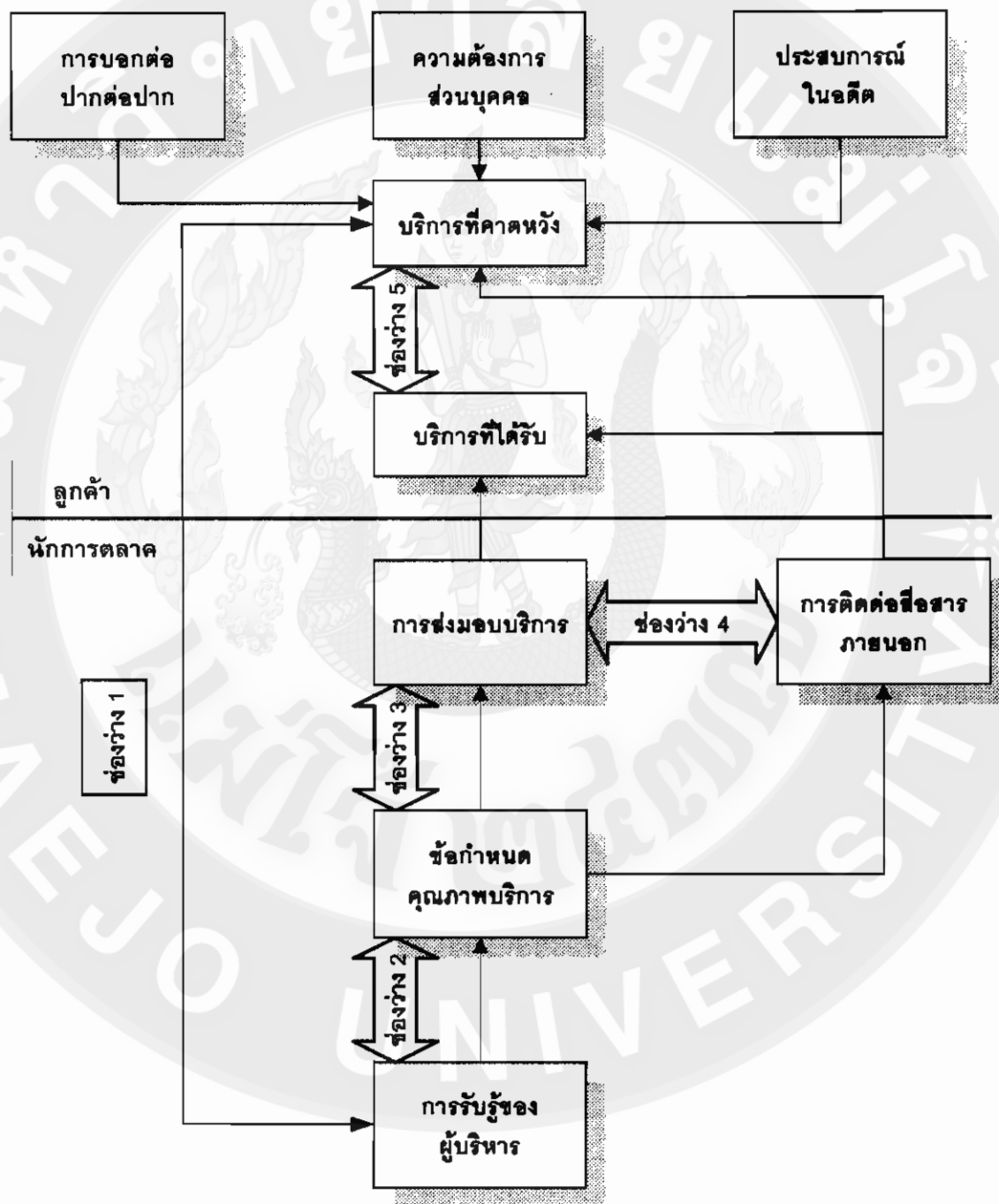
2. ช่องว่างระหว่าง การรับรู้ของผู้บริหาร กับ ข้อกำหนดคุณภาพบริการ
ผู้บริหารอาจรู้ความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง แต่อาจถ่ายทอดมาเป็นบริการได้ไม่ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า โรงพยาบาลอาจกำหนดให้ พยาบาลจะต้องให้บริการผู้ป่วยด้วยความ ถูกต้อง รวดเร็ว แต่ไม่ได้กำหนดว่ารวดเร็วขนาดไหน ไม่มีการวัดที่เป็นเชิงปริมาณ

3. ช่องว่างระหว่าง ข้อกำหนดคุณภาพบริการ กับ การส่งมอบบริการ
บุคลากรอาจไม่ได้รับการฝึกฝน ขาดความรู้ความสามารถที่เพียงพอ หรืออาจไม่ให้ความร่วมมือ ในการปฏิบัติตามข้อกำหนด นอกจากนี้บุคลากรยังอาจมีความสับสน หรือขัดแย้งในข้อกำหนด นั้น เช่น ขัดแย้งระหว่างการสนใจให้เวลาในการรับฟังปัญหาของผู้ป่วย กับการให้บริการผู้ป่วย ด้วยความรวดเร็ว

4. ช่องว่างระหว่าง การส่งมอบบริการ กับ การติดต่อสื่อสารภายนอก
ความคาดหวังของลูกค้า ส่วนหนึ่งจะเกิดจากการโฆษณาของธุรกิจเอง ถ้าโน้มน้าวใจของ โรงพยาบาลแสดงห้องพักรักษาที่สวยหรูไว้ แต่เมื่อผู้ป่วยมาถึงกลับพบว่า เป็นเพียงห้องโกโรโกโส ราคาคงถูก ดังนั้นการติดต่อสื่อสารภายนอก อาจบิดเบือนสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้

5. ช่องว่างระหว่าง บริการที่รับรู้ กับ บริการที่คาดหวัง ช่องว่างนี้เกิดขึ้น เมื่อลูกค้ารับรู้ผิดพลาดเกี่ยวกับบริการที่ได้รับ เช่น แพทย์อาจมาเยี่ยมผู้ป่วยบ่อย เพื่อแสดง การดูแลเอาใจใส่ แต่ผู้ป่วยอาจคิดว่า ตนเองมีบางสิ่งบางอย่างที่ผิดปกติจนน่าวิตก หรืออาจ คิดว่าแพทย์ต้องการค่าปรึกษาแพทย์มาก ๆ จึงมาเยี่ยมบ่อย

ดังนั้นหากผู้บริหารสามารถใช้กลยุทธ์ในการปิดช่องว่างต่างๆ ได้ตลอดเวลา ย่อมเป็นหลักประกันได้ว่า ธุรกิจจะสามารถส่งมอบบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จนลูกค้าจะต้องกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต และกลายเป็นความภักดี (loyalty) ที่มีต่อธุรกิจตลอดไป



ภาพที่ 5 แบบจำลองคุณภาพบริการ

ที่มา : Kotler, P. (1997 : 476)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้มีการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ สรุปได้ดังต่อไปนี้

เกศณีย์ ประพุทธพิทยา (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการพยาบาล ของแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลลานนา พบว่า บริการพยาบาลด้านการให้การรักษาพยาบาล ของเจ้าหน้าที่พยาบาล ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่พยาบาล ด้านสิ่งแวดล้อมของโรงพยาบาล ด้านสวัสดิการของโรงพยาบาล และด้านเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับมาก สำหรับบริการพยาบาล ด้านการสร้างสัมพันธภาพของเจ้าหน้าที่พยาบาล และด้านการให้ความรู้แก่ผู้ป่วย ของเจ้าหน้าที่พยาบาล ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

จารุลักษณ์ งามลักษณ์ (2540) ได้ทำการศึกษาในเรื่องปัจจัยการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการโรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว หรือพักผ่อน และเพื่อประชุมหรือสัมมนา วิธีการที่ใช้ในการติดต่อเพื่อเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ติดต่อมาโรงแรมโดยตรง การส่งเสริมการตลาดของโรงแรม แต่ส่วนมากที่ใช้ ในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของโรงแรม สื่อโฆษณา การส่งเสริมการขายที่ใช้มากที่สุด คือ การลดราคา ค่าห้องพัก สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ไปมาสะดวก ความปลอดภัย พนักงานให้บริการดี สถานที่จอดรถ ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความปลอดภัย ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาห้องพัก ราคาอาหารเช้าและเครื่องดื่ม สำหรับปัญหาในการเข้าใช้บริการโรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบมากที่สุด ได้แก่ ราคาห้องพักไม่แน่นอน รองลงมา ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ราคาห้องพักสูง ราคาอาหารเช้าและเครื่องดื่มสูง ตามลำดับ

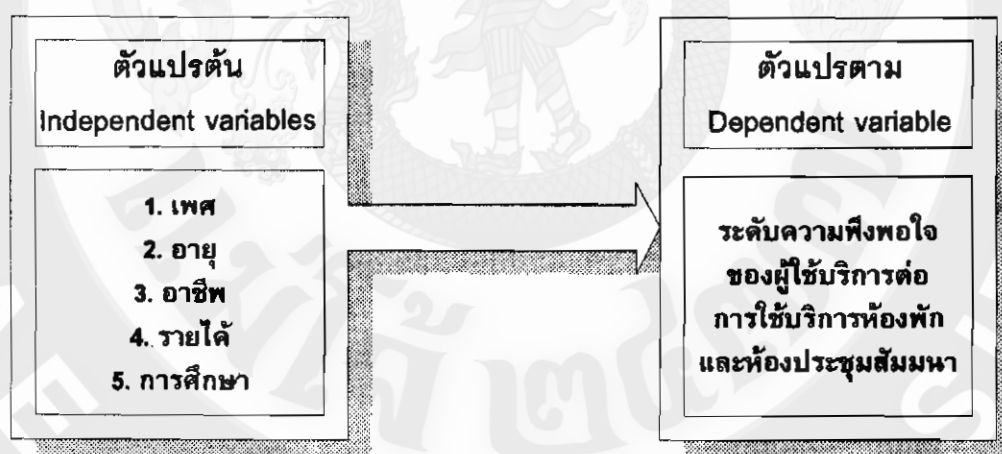
อุทัย พัฒนวิระกิจ (2540) ได้ทำการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจ ของผู้ใช้ไฟฟ้า ต่อการให้บริการของการไฟฟ้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้า ในสายตาของผู้ใช้ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ซึ่งในกลุ่มบริการที่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับความพึงพอใจ มากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ด้านความสะอาด สะดวกสบายในการติดต่อที่สำนักงาน ด้านคุณภาพของการจ่ายไฟ และความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้า และด้านการเอาใจใส่ การพูดจา การชี้แจงข้อข้องใจ และงานประชาสัมพันธ์ ในกลุ่มที่สองเป็น

บริการที่อยู่ในระดับพอใจน้อย เรียงตามลำดับความพึงพอใจมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านขั้นตอน และระเบียบหลักเกณฑ์ในการขอใช้ไฟฟ้า และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, P., 1997 : 171-199) พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา เป็นปัจจัยส่วนบุคคล (personal factor) มีผลในการกำหนดลักษณะของผู้บริโภค และมีอิทธิพลในการกำหนดความต้องการที่แตกต่างกัน จากแนวคิดของผู้วิจัย แต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าเราสามารถแยกแยะได้ จะทำให้สามารถจัดบริการ ที่ตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าว สามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อการให้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา มีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาของผู้ใช้บริการ

บทที่ 3
วิธีการวิจัย
(RESEARCH METHODOLOGY)

สถานที่ดำเนินการวิจัย
(Locale of the Study)

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
(Population and Sampling Procedures)

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนาของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2541 ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนผู้ใช้บริการห้องพักจำนวน 120 คน ห้องประชุมสัมมนาจำนวน 400 คน รวมประชากรทั้งสิ้นเท่ากับ 520 คน ข้อมูลได้มาจากการสำรวจห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ณ วันที่ 19 ตุลาคม 2541 ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง มีการกำหนดขนาดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ใช้บริการห้องพัก ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2541 มีผู้จองห้องพักทั้งหมด 120 คน จะทำการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าพักทั้งหมด
2. กลุ่มผู้ใช้บริการห้องประชุมสัมมนา ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2541 มีผู้จองห้องประชุมสัมมนา 400 คน โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 196 คน (ตามตารางภาคผนวกที่ 1) ตามสัดส่วนของผู้จองห้องประชุมสัมมนาแต่ละกลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่	จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	80	40
2	200	98
3	80	40
4	40	18
รวม	400	196

ที่มา : บุญชม ศรีสะอาด (2535 : 40)

เครื่องมือในการวิจัย (Instrument of the Study)

ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ คำถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพัก

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องประชุมสัมมนา

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้มาใช้บริการ และห้องประชุมสัมมนา

ในการตั้งคำถามจะคำนึงถึงความถูกต้อง (validity) และความน่าเชื่อถือ (reliability) ของคำตอบที่ได้รับ ได้เรียนปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา สอบถามผู้รู้ และผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงความเหมาะสม ของคำถาม และตัวเลือก คำถามได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือภายในตัวเอง และทำการทดสอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามจำนวนหนึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงแบบสอบถามจนเป็นที่พอใจ

การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของห้องพัก จะขอให้เจ้าหน้าที่ของสำนักฯ แจกแบบสอบถาม ให้ผู้มาใช้บริการช่วยตอบแบบสอบถาม ในช่วงเวลาที่มีความสะดวก และในส่วน

ของห้องประชุมสัมมนา จะขอให้เจ้าหน้าที่ประจำห้อง แจกแบบสอบถามให้กับ ผู้ใช้บริการช่วยตอบ หลังจากเสร็จสิ้นการประชุมสัมมนาแล้ว โดยจะพยายามแจกให้กับผู้มาใช้บริการทุกคน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

เมื่อได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว จะทำการคัดกรอง (editing) ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Program for Social Science : SPSS/PC⁺) โดยใช้ค่าทางสถิติคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ของ ตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติไคว์-แอสควร์ (chi-square)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

(RESULTS AND DISCUSSION)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม และได้ทำการคัดกรองแล้ว พบว่ามีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น 244 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคม (Statistic Program for Social Science:SPSS/PC⁺) ผลการวิจัยที่ได้ และการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้ห้องพัก

ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และไคว์ – แสควร์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้ห้องประชุมสัมมนา

ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และไคว์ – แสควร์

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา

ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานภาพ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ และ ร้อยละ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 เป็นเพศชายจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ของผู้ให้บริการ โดยส่วนใหญ่จะมีอายุจะมีอายุในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.6 สำหรับ ช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี และ มากกว่า 40 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 24.2 และ 7.3 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีอาชีพตัวแทนประกันชีวิตจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 เนื่องจากในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2541 นั้น กลุ่มอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้มาใช้ห้องประชุมสัมมนาของสำนักฯ จัดการประชุมของกลุ่ม รองลงไปมีอาชีพรับราชการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีอาชีพอิสระจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ยังเป็นนักศึกษาจำนวน 35 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 14.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวนเพียง 31 คน และมีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนเพียง 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.7 และ 0.8 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงไปมีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 และมีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงไปมีการศึกษาในระดับ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ส่วนที่เหลือมีการศึกษาในระดับปริญญาโท และ ประถมศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ 4.1 และ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 142 คน ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ยังเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 58.2 ของผู้ให้บริการ มีสถานภาพสมรส จำนวน 97 คิดเป็นร้อยละ 39.8 และมีสถานภาพม่าย และหย่า จำนวนเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	108	44.3
	หญิง	136	55.7
	รวม	244	100.0
อายุ	น้อยกว่า 21	59	24.2
	21 – 30	107	43.9
	31 – 40	60	24.6
	มากกว่า 40	18	7.3
	รวม	244	100.0
อาชีพ	ตัวแทนประกันชีวิต	68	27.9
	รับราชการ	67	27.5
	อาชีพอิสระ	41	16.8
	นักศึกษา	35	14.3
	เอกชน	31	12.7
	รัฐวิสาหกิจ	2	0.8
	รวม	244	100.0
รายได้	น้อยกว่า 5,000	59	24.2
	5,000 – 10,000	95	38.9
	มากกว่า 10,000	90	36.9
	รวม	244	100.0
การศึกษา	ประถมศึกษา	5	2.0
	มัธยมศึกษา	26	10.7
	อนุปริญญา	48	19.7
	ปริญญาตรี	155	63.5
	ปริญญาโท	10	4.1
	รวม	244	100.0
สถานภาพ	โสด	142	58.2
	สมรส	97	39.8
	ม่าย, หย่า	5	2.0
	รวม	244	100.0

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้ห้องพัก

ผู้ให้บริการทั้งสิ้น 244 คน มีผู้เคยใช้บริการห้องพัก 152 คน เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนา 228 คน จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการห้องพักเพียงอย่างเดียว 16 คน เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาเพียงอย่างเดียว 92 คน และเป็นผู้ที่เคยใช้ทั้งห้องพักและห้องประชุมสัมมนาทั้งสิ้น 136 คน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนผู้เคยใช้บริการห้องพักและห้องประชุมสัมมนา

ผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)
เคยใช้บริการห้องพักอย่างเดียว	16
เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาอย่างเดียว	92
เคยใช้บริการทั้งห้องพักและห้องประชุมสัมมนา	136
รวม	244

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการห้องพักเพียง 1 ครั้ง มีจำนวน 127 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 83.5 เคยใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 เคยใช้บริการมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ของผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการห้องพักทั้งหมด (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการห้องพักสำนักบริการวิชาการ

ผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	127	83.5
2 – 3 ครั้ง	17	11.2
มากกว่า 3 ครั้ง	8	5.3
รวม	152	100.0

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพัก

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. ความพึงพอใจต่อแผนกบริการส่วนหน้า
2. ความพึงพอใจต่อแผนกห้องพัก

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยกำหนดคะแนนให้กับความพึงพอใจในแต่ละหัวข้อดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ 5
มาก	เท่ากับ 4
ปานกลาง	เท่ากับ 3
น้อย	เท่ากับ 2
น้อยที่สุด	เท่ากับ 1

ได้ทำการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านห้องพัก และด้านห้องประชุมสัมมนา แล้วกำหนดตัวแปร **ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก** และ **ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา** โดยใช้หลักเกณฑ์ตามสถิติของเพ็ญแข แสงแก้ว (2536 : 86) ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

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

ความพึงพอใจต่อแผนกบริการส่วนหน้า

ความพึงพอใจต่อแผนกบริการส่วนหน้า มีค่าตามทั้งสิ้น 9 ข้อ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ความสะดวกรวดเร็วในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก การบริการต้อนรับของพนักงานต้อนรับหน้าเคาน์เตอร์ และ บุคลิกลักษณะของพนักงาน เช่น ความสุภาพ มารยาท การแต่งกาย เป็นต้น

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อ ความสะดวกของห้องน้ำบริเวณลอบบี้ ความสะดวกของห้องน้ำบริเวณลอบบี้ ความสะดวกรวดเร็วของการสำรองห้องพัก ความเหมาะสมของลอบบี้ และ ต่อความสะดวกในการชำระเงิน และขอรับใบเสร็จรับเงิน

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อ ความสะดวกในการขนย้ายสัมภาระ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ แผนกบริการส่วนหน้า

บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกรวดเร็วในการ ลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก	3.70	มาก
2. การบริการต้อนรับของพนักงาน ต้อนรับหน้าเคาน์เตอร์	3.58	มาก
3. บุคลิกลักษณะของพนักงาน เช่น ความสุภาพ มารยาท การแต่งกาย เป็นต้น	3.43	มาก
4. ความสะดวกของห้องน้ำบริเวณ ลอบบี้	3.32	ปานกลาง
5. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณ ลอบบี้	3.30	ปานกลาง
6. ความสะดวกรวดเร็วของการ สำรองห้องพัก	3.30	ปานกลาง
7. ความเหมาะสมของลอบบี้	3.29	ปานกลาง
8. ความสะดวกในการชำระเงิน และ ขอรับใบเสร็จรับเงิน	3.22	ปานกลาง
9. ความสะดวกในการขนย้าย สัมภาระ	2.45	น้อย
รวม	3.29	ปานกลาง

ความพึงพอใจต่อแผนกห้องพัก

ความพึงพอใจต่อแผนกบริการห้องพัก มีคำถามทั้งสิ้น 24 ข้อ ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากเพียงเรื่องเดียว คือ ความแรงของน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.51

ส่วนที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยได้แก่ ความสะอาดบริเวณทางเดิน แสงสว่างในห้องน้ำ มารยาทของพนักงานทำความสะอาด ความเหมาะสมของอุปกรณ์ในห้องพัก การทำงานของสุขภัณฑ์ ความสะดวกในการเข้า - ออก ห้องพัก ป้ายหรือเอกสารแนะนำต่างๆ ราคาห้องพัก อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ ความสะอาดในทางขึ้น - ลง ห้องพัก ความเหมาะสมของแสงสว่างบริเวณทางเดิน ระบบรักษาความปลอดภัย เติียงและเครื่องนอน การระบายอากาศภายในห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ความสะดวกในการรับประทานอาหารภายในห้องพัก ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับภายนอก ระบบป้องกันและช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย แสงสว่างในห้องพัก และระบบระบายอากาศภายในห้องน้ำ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ แผนกห้องพัก

บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. ความแรงของน้ำ	3.51	มาก
2. ความสะอาดบริเวณทางเดิน	3.22	ปานกลาง
3. แสงสว่างในห้องน้ำ	3.20	ปานกลาง
4. มารยาทของพนักงาน ทำความสะอาด	3.19	ปานกลาง
5. ความเหมาะสมของอุปกรณ์ใน ห้องพัก	3.18	ปานกลาง
6. การทำงานของสุขภัณฑ์	3.18	ปานกลาง
7. ความสะดวกในการเข้า – ออก ห้องพัก	3.17	ปานกลาง
8. ป้ายหรือเอกสารแนะนำต่างๆ เช่น ป้ายบอกทาง เอกสารชี้แจง ระเบียบปฏิบัติการเข้าพัก เป็นต้น	3.14	ปานกลาง
9. ราคาห้องพัก	3.11	ปานกลาง
10. อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก	3.10	ปานกลาง
11. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจ ในการใช้บริการห้องพักใน ระดับใด	3.09	ปานกลาง
12. ความสะอาดของห้องพัก	3.07	ปานกลาง
13. อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ภายในห้องน้ำ	3.05	ปานกลาง
14. ความสะอาดในทางขึ้น – ลง ห้องพัก	3.03	ปานกลาง

ตารางที่ 7 (ต่อ)

บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
15. ความเหมาะสมของแสงสว่าง บริเวณทางเดิน	3.03	ปานกลาง
16. ระบบรักษาความปลอดภัย ได้แก่ ยาม กุญแจห้องพัก	3.02	ปานกลาง
17. เติียงและเครื่องนอน	3.01	ปานกลาง
18. การระบายอากาศภายในห้องพัก	2.97	ปานกลาง
19. ความสะอาดของห้องน้ำ	2.94	ปานกลาง
20. ความสะดวกในการรับประทาน อาหารภายในห้องพัก	2.93	ปานกลาง
21. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร กับภายนอก	2.90	ปานกลาง
22. ระบบป้องกันและช่วยเหลือกรณี เกิดอัคคีภัย	2.88	ปานกลาง
23. แสงสว่างในห้องพัก	2.84	ปานกลาง
24. การระบายอากาศภายในห้องน้ำ	2.75	ปานกลาง
รวม	3.06	ปานกลาง

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ผู้ให้บริการห้องพักส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยคิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 21.7 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 3.20 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของ ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก ของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยที่สุด	5	3.3
น้อย	9	5.9
ปานกลาง	97	63.8
มาก	33	21.7
มากที่สุด	8	5.3
รวม	152	100.0

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน คือ ในแต่ละกลุ่มย่อยที่จำแนก โดยปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก ไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม เพศชาย กับ เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 9 - 12 พบเฉพาะระดับการศึกษาเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยกลุ่มผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 9 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ เพศ

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก						
เพศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม ร้อยละ
ชาย	0 (0.0)	6 (9.2)	43 (66.2)	11 (16.9)	5 (7.7)	65 (100.0)
หญิง	5 (5.7)	3 (3.4)	54 (62.1)	22 (25.3)	3 (3.4)	87 (100.0)
รวม ร้อยละ	5 (3.3)	9 (5.4)	97 (63.8)	33 (21.7)	8 (5.3)	152 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 8.406

ระดับความอิสระ (d.f.) = 4 คำนัยสำคัญ (significance) = 0.780

ตารางที่ 10 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ อายุ

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก						
อายุ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	3 (5.2)	3 (5.2)	39 (67.2)	11 (19.0)	2 (3.4)	58 (100.0)
21 – 30 ปี	2 (2.9)	6 (8.6)	45 (64.3)	13 (18.6)	4 (5.7)	70 (100.0)
มากกว่า 30 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (54.2)	9 (37.5)	2 (5.3)	24 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	5 (3.3)	9 (5.9)	97 (63.8)	33 (21.7)	8 (5.3)	152 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคร์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 8.315

ระดับความอิสระ (d.f.) = 8 ค่านัยสำคัญ (significance) = 0.403

ตารางที่ 11 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ อาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก					จำนวน ร้อยละ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
รับราชการ						
และ รัฐวิสาหกิจ	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (62.5)	7 (29.2)	2 (8.3)	24 (100.0)
พนักงาน เอกชน	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (47.4)	8 (42.8)	2 (10.5)	19 (100.0)
อาชีพ อิสระ	2 (13.3)	0 (0.0)	10 (66.7)	3 (20.0)	0 (0.0)	15 (100.0)
ตัวแทน ประกันฯ นักศึกษา	3 (3.2)	9 (9.6)	63 (67.3)	15 (16.0)	4 (4.3)	94 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	5 (3.3)	9 (5.4)	97 (63.8)	33 (21.7)	8 (5.3)	152 (100.0)

ค่าสถิติไคสแควร์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 20.662

ระดับความอิสระ (d.f.) = 12 ค่านัยสำคัญ (significance) = 0.560

ตารางที่ 12 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ รายได้

รายได้	ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก					จำนวน ร้อยละ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
น้อยกว่า 5,000	2 (3.4)	3 (7.9)	21 (55.3)	10 (26.3)	2 (5.3)	38 (100.0)
5,000 – 10,000	3 (4.6)	3 (4.6)	42 (64.6)	14 (21.5)	3 (4.6)	65 (100.0)
มากกว่า 10,000	0 (0.0)	3 (6.1)	34 (69.4)	9 (18.4)	3 (6.1)	49 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	5 (3.3)	9 (5.4)	97 (63.8)	33 (21.7)	8 (5.3)	152 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคร์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 6.432

ระดับความอิสระ (d.f.) = 8 ค่านัยสำคัญ (significance) = 0.607

จากการวิเคราะห์ค่าสถิติไคว์ – แสควร์ (chi - square) พบว่า มีค่าเท่ากับ 21.799 และค่า Significance ที่คำนวณได้มีค่า = .005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญซึ่ง = .05 นั่นคือ ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก มีความสัมพันธ์ กับ ระดับการศึกษา หรืออาจกล่าวได้ว่า ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการ มีต่อบริการห้องพัก จะมีความแตกต่างกัน ระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง ปริญญาตรีและสูงกว่า จะมีส่วนหนึ่งที่มีระดับความพึงพอใจ ระดับน้อย และน้อยที่สุด ในขณะที่กลุ่มอื่นไม่มี ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับ การศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก					จำนวนร้อยละ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประถมและมัธยมศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (78.8)	4 (16.7)	3 (11.1)	24 (100.0)
อนุสัญญาและเทียบเท่า	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (56.3)	14 (43.8)	0 (0.0)	32 (100.0)
ปริญญาตรีและสูงกว่า	5 (5.2)	9 (9.4)	62 (64.6)	15 (15.6)	5 (5.2)	96 (100.0)
จำนวนร้อยละ	5 (3.3)	9 (5.9)	97 (63.8)	33 (21.7)	8 (5.3)	152 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi - square) = 21.799

ระดับความอิสระ (d.f.) = 8 ค่านัยสำคัญ (significance) = 0.005

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้ห้องประชุมสัมมนา

จากผู้ให้บริการทั้งสิ้น 244 คน มีผู้เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนา 228 คน ซึ่งมีจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการห้องประชุมที่แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้ง โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 139 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 ของผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาทั้งหมด รองลงไปเคยใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 68 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ของผู้ให้บริการ ผู้ที่เคยใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งมีเพียง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	139	61.0
2 – 3 ครั้ง	68	29.8
มากกว่า 3 ครั้ง	21	9.2
รวม	228	100.0

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องประชุมสัมมนา

ความพึงพอใจในการใช้ห้องประชุมสัมมนา มีคำถามทั้งสิ้น 23 ข้อ ซึ่งเกี่ยวข้องกับบริการของห้องประชุมสัมมนา เช่น คุณภาพของระบบแสง เสียง ความเหมาะสมของอุปกรณ์ต่างๆ ความสะอาดรวดเร็ว และ ความปลอดภัยในการใช้บริการ ฯลฯ ค่าสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ และไคว์ – สแควร์ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ คุณภาพระบบเสียง ความสะอาดของห้องประชุมสัมมนา ความเหมาะสมของการตกแต่งห้องประชุม คุณภาพระบบแสงสี

ส่วนที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณห้องประชุม ความพึงพอใจในการใช้บริการของห้องประชุมสัมมนาโดยรวม ความเหมาะสมของโสตทัศนูปกรณ์ ความสะดวกของห้องน้ำบริเวณห้องประชุม ความเหมาะสมของการจัดเวที มารยาทของเจ้าหน้าที่ประจำห้องประชุม ความเหมาะสมของ โต๊ะ เก้าอี้ และผ้าคลุมโต๊ะ ระบบเครื่องปรับอากาศภายในห้องประชุม ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องประชุม อาหารมื้อระหว่างพักประชุม อาหารว่างระหว่างพักประชุม การระบายอากาศภายในห้องประชุม ความสะดวกในการรับบริการหน้าห้องประชุม ราคาค่าเช่าห้องประชุมสัมมนา ป้ายแนะนำต่างๆ ระบบป้องกันและช่วยเหลือขณะเกิดอัคคีภัย ความสะอาดของที่จอดรถ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ห้องประชุมสัมมนา

บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. คุณภาพระบบเสียง	3.53	มาก
2. ความสะอาดของห้องประชุมสัมมนา	3.53	มาก
3. ความเหมาะสมของการตกแต่ง เช่น ผ้า ม่าน ดอกไม้ เป็นต้น	3.42	มาก
4. คุณภาพระบบแสงสี	3.41	มาก
5. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณห้องประชุม	3.40	ปานกลาง
6. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการของห้องประชุมสัมมนาในระดับใด	3.38	ปานกลาง
7. ความเหมาะสมของโสตทัศนูปกรณ์	3.36	ปานกลาง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
8. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณ ห้องประชุม	3.36	ปานกลาง
9. ความเหมาะสมของการจัดเวที	3.34	ปานกลาง
10. มารยาทของเจ้าหน้าที่ประจำ ห้องประชุม	3.32	ปานกลาง
11. ความเหมาะสมของ โต๊ะ เก้าอี้ และผ้าคลุมโต๊ะ	3.31	ปานกลาง
12. ระบบเครื่องปรับอากาศภายใน ห้องประชุม	3.31	ปานกลาง
13. ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร	3.30	ปานกลาง
14. ระบบรักษาความปลอดภัยของ ห้องประชุม	3.29	ปานกลาง
15. อาหารมื้อระหว่างพักประชุม	3.25	ปานกลาง
16. อาหารว่างระหว่างพักประชุม	3.23	ปานกลาง
17. การระบายอากาศภายใน ห้องประชุม	3.20	ปานกลาง
18. ความสะอาดในการให้บริการหน้า ห้องประชุม	3.16	ปานกลาง
19. ราคาเช่าห้องประชุมสัมมนา	3.14	ปานกลาง
20. ป้ายแนะนำต่างๆ	3.12	ปานกลาง
21. ระบบป้องกันและช่วยเหลือขณะ เกิดอัคคีภัย	2.98	ปานกลาง
22. ความสะอาดของที่จอดรถ	2.98	ปานกลาง
23. ความสะอาดในการติดต่อสื่อสาร	2.97	ปานกลาง
รวม	3.27	ปานกลาง

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมาก โดยมีจำนวน 128 คน และ 83 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 56.1 และ 36.4 ตามลำดับของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การแจกแจง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา ของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อย	11	4.8
ปานกลาง	128	56.1
มาก	83	36.4
มากที่สุด	6	2.7
รวม	228	100.0

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา กับ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน (ตารางที่ 17 - 19) ยกเว้นระดับการศึกษา และ อาชีพ โดยกลุ่มผู้ให้บริการ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน หรือมีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับ ความพึงพอใจต่อห้องประชุมสัมมนา แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม
สัมมนา กับ เพศ

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา					
เพศ	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
ชาย	7 (6.9)	53 (51.9)	37 (36.3)	5 (4.9)	102 (100.0)
หญิง	4 (3.2)	75 (59.5)	46 (36.5)	1 (0.8)	126 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	11 (4.8)	128 (56.1)	83 (36.4)	6 (2.6)	228 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 5.780

ระดับความอิสระ (d.f.) = 3 คำนัยสำคัญ (significance) = 0.123

ตารางที่ 18 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม
สัมพันธ์กับ อายุ

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมพันธ์					
อายุ	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
น้อยกว่า 21	3 (5.6)	31 (57.4)	17 (31.4)	3 (5.6)	54 (100.0)
21 – 30	3 (3.0)	63 (63.6)	30 (30.4)	3 (3.0)	99 (100.0)
มากกว่า 30	5 (6.7)	34 (45.3)	36 (48.0)	0 (0.0)	75 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	11 (4.8)	128 (56.1)	83 (36.4)	6 (2.6)	228 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 11.744

ระดับความอิสระ (d.f.) = 6 คำนัยสำคัญ (significance) = 0.068

ตารางที่ 19 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม
สัมมนา กับ รายได้

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา					
รายได้	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000	3 (5.6)	29 (53.7)	20 (37.0)	2 (3.7)	54 (100.0)
5,000 – 10,000	3 (3.4)	56 (62.9)	26 (29.2)	4 (4.5)	89 (100.0)
มากกว่า 10,000	5 (5.9)	43 (50.6)	37 (43.5)	0 (0.0)	85 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	11 (4.8)	128 (56.1)	83 (36.4)	6 (2.6)	228 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 10.488

ระดับความอิสระ (d.f.) = 6 คำนัยสำคัญ (significance) = 0.142

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม สัมมนา กับอาชีพ ของผู้ใช้บริการด้วยค่าสถิติไคร์ – แสควร์ (chi - square) พบว่ามีค่าสถิติไคร์ – แสควร์ เท่ากับ 22.924 และค่า significance ที่คำนวณได้มีค่า = .028 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญซึ่ง = .05 จึงสรุปว่าระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา มีความสัมพันธ์ กับ อาชีพ โดยกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจรวมต่อบริการของห้องประชุม สัมมนา แตกต่างกัน โดยจะพบว่ากลุ่มที่มีอาชีพ รับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มอื่น ส่วนใหญ่จะอยู่ใน ระดับปานกลาง ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการที่กลุ่มอาชีพ รับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคุ้นเคยและเข้าใจข้อจำกัด ของการทำงานภายใต้ระบบราชการ จึงมีความคาดหวังน้อยกว่า และทำให้มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่น (ตารางที่ 20)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม สัมมนา กับการศึกษา ด้วยค่าสถิติไคร์ – แสควร์ (chi - square) พบว่ามีค่าเท่ากับ 18.991 และ ค่า significance ที่คำนวณได้มีค่า = .004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญซึ่ง = .05 จึงทำให้ สรุป ได้ว่า ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา มีความสัมพันธ์ กับ การศึกษา นั่นคือ กลุ่มผู้มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยผู้มีการศึกษาใน ระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อยถึงร้อยละ 6.7 ของกลุ่ม ในขณะที่ ผู้มีการศึกษาในระดับประถมและมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดถึงร้อยละ 12.9 และไม่มีใครมีความพึงพอใจในระดับน้อยเลย ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษา สูง มีประสบการณ์การบริโภค และความคาดหวังที่มากกว่า จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่น (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 20 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม
สัมมนา กับ อาชีพ

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา					
อาชีพ	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
รับราชการ และ รัฐวิสาหกิจ	2 (3.1)	28 (43.8)	34 (53.1)	0 (0.0)	64 (100.0)
พนักงาน เอกชน	2 (6.5)	22 (71.0)	5 (16.0)	2 (6.5)	31 (100.0)
อาชีพ อิสระ	2 (5.1)	20 (51.3)	17 (43.6)	0 (0.0)	39 (100.0)
ตัวแทน ประกันชีวิต และนักศึกษา	5 (5.3)	58 (61.7)	27 (28.7)	4 (4.3)	94 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	11 (4.8)	128 (56.1)	83 (36.4)	6 (2.6)	228 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคร์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 22.924

ระดับความอิสระ (d.f.) = 12 ค่านัยสำคัญ (significance) = 0.028

ตารางที่ 21 การแจกแจงแบบสองทางระหว่าง ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุม
สัมมนา กับ การศึกษา

ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา					
การศึกษา	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน ร้อยละ
ประถมและ มัธยมศึกษา	0 (0.0)	17 (54.8)	10 (32.3)	4 (12.9)	31 (100.0)
อนุปริญญา และ เทียบเท่า	1 (2.1)	26 (54.2)	21 (43.7)	0 (0.0)	48 (100.0)
ปริญญาตรี และ สูงกว่า	10 (6.7)	85 (57.1)	52 (34.9)	2 (1.3)	149 (100.0)
จำนวน ร้อยละ	11 (4.8)	128 (56.1)	83 (36.4)	6 (2.6)	228 (100.0)

ค่าสถิติเพียร์สันไคว์ – แสควร์ (Pearson chi – square) = 18.991

ระดับความอิสระ (d.f.) = 6 คำนัยสำคัญ (significance) = 0.004

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา

ในส่วนนี้เป็นการสอบถามปัญหาด้านต่าง ๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา

โดยในส่วนของโรงแรมได้สอบถามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ

1. ทำเลที่ตั้ง
2. ที่จอดรถ
3. สภาพภายในห้องพัก
4. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก
5. การให้บริการของพนักงานห้องพัก

สำหรับในส่วนห้องประชุมสัมมนา ได้สอบถามปัญหาเกี่ยวข้องกับ

1. สภาพห้องประชุม
2. โสตทัศนูปกรณ์
3. การให้บริการของพนักงานในห้องประชุม
4. ที่จอดรถ
5. ห้องน้ำ

ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ปัญหาด้านห้องพักของสำนักบริการวิชาการ

ผู้ให้บริการห้องพักมีปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ของผู้ให้บริการห้องพัก โดยส่วนใหญ่มีปัญหาที่ ห้องพักอยู่ห่างไกลจากห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 41.9 ของผู้ให้บริการห้องพักที่มีปัญหา รองลงไปคือ อยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางไม่สะดวก โดยคิดเป็นร้อยละ 30.2 และ 25.6 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา ด้านทำเลที่ตั้ง

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	66	43.4
มีปัญหา	86	56.6
1. ห่างไกลห่างสรรพสินค้า	36	41.9
2. ห่างไกลแหล่งท่องเที่ยว	26	30.2
3. การเดินทางไม่สะดวก	22	25.6
4. อื่นๆ	2	2.3
รวม	152	86 100.0 100.0

ผู้ใช้บริการห้องพักมีปัญหาเกี่ยวกับที่จอดรถ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 ของผู้ใช้บริการห้องพัก โดยส่วนใหญ่มีปัญหาที่ ที่จอดรถไม่มีร่มเงา คิดเป็นร้อยละ 37.9 ของผู้ใช้บริการที่มีปัญหา รองลงไปเป็นเรื่อง ไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และที่จอดรถไม่เพียงพอกับจำนวนรถ คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ 27.2 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา ที่จอดรถ

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	49	32.2
มีปัญหา	103	67.8
1. ไม่มีร่มเงาบังแดด	39	37.9
2. ไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก	35	34.0
3. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	28	27.1
4. อื่นๆ	1	1.0
รวม	152	103 100.0 100.0

ผู้ให้บริการห้องพักรมมีปัญหาเกี่ยวกับสภาพภายในห้องพัก จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ของผู้ให้บริการห้องพัก โดยส่วนใหญ่มีปัญหาความไม่สะดวกสบายของเครื่องนอน โดยคิดเป็นร้อยละ 40.4 ของผู้ให้บริการที่มีปัญหา รองลงไปเป็นการตกแต่งห้องที่ยังไม่สวยงาม และห้องน้ำไม่สะอาด โดยคิดเป็นร้อยละ 33.0 และ 26.6 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา ภายในห้องพัก

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	58		38.2	
มีปัญหา	94		61.8	
1. เครื่องนอนไม่สะดวกสบาย	38		40.4	
2. ตกแต่งห้องไม่สวยงาม	31		33.0	
3. ห้องน้ำไม่สะอาด	25		26.6	
รวม	152	94	100.0	100.0

ผู้ให้บริการห้องพักรมมีปัญหา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ให้บริการห้องพัก โดยในจำนวนนี้มีปัญหา แสงสว่างภายในห้องพักไม่เพียงพอมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 64.5 ของผู้ให้บริการห้องพักที่มีปัญหา รองลงไปเป็นเครื่องปรับอากาศไม่ดี และ โทรศัพท์ โทรทัศน์ ขัดข้อง คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ 14.5 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	76		50.0	
มีปัญหา	76		50.0	
1. แสงสว่างไม่เพียงพอ	49		64.5	
2. เครื่องปรับอากาศไม่ดี	14		18.4	
3. โทรศัพท์ โทรทัศน์ ขัดข้อง	11		14.5	
4. อื่นๆ	2		2.6	
รวม	152	76	100.0	100.0

ผู้ให้บริการห้องพักมีปัญหากับการให้บริการของพนักงานห้องพัก จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 ของผู้ให้บริการห้องพัก โดยส่วนใหญ่คิดว่า พนักงานขาดความกระตือรือร้น ในการให้บริการ คิดร้อยละ 47.5 ของผู้ให้บริการห้องพักที่มีปัญหา รองลงไป คิดว่าพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และแต่งกายไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 16.4 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา การให้บริการของพนักงานห้องพัก

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	91	59.9
มีปัญหา	61	40.1
1. พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ	29	47.5
2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์	14	23.0
3. พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	10	16.4
4. พนักงานพูดจาไม่สุภาพ	8	13.1
รวม	152	100.0

สำหรับปัญหาอื่นๆ ด้านห้องพัก มีดังต่อไปนี้

1. มีร้านอาหารให้บริการน้อย
2. คนส่วนมากไม่รู้จัก ควรประชาสัมพันธ์ให้มากและทั่วถึง
3. โทรศัพท์สาธารณะมีไม่เพียงพอ
4. ควรมีร้านค้า ขายอาหาร ขนม ของใช้จำเป็น เครื่องดื่ม ฯลฯ ตลอดเวลา แยกเป็นสัดส่วนจากที่พัก
5. ควรมีที่บังแดดบริเวณลานจอดรถ โดยเฉพาะบริเวณกลางลาน
6. ควรมีการเก็บกวาดใบไม้ให้เรียบร้อย
7. ควรเพิ่มที่จอดรถให้มากขึ้น
8. เสียงนอนคุณภาพไม่ดี
9. หมอนสูงและแข็งเกินไป
10. เมื่อมีผู้เข้ามาติดต่อ พนักงานควรมีความกระตือรือร้นมากกว่านี้ เพราะบางครั้งแขกยังไม่พัก แต่ต้องการสอบถามข้อมูลก่อน
11. พนักงานส่งเสียงดัง

ปัญหาด้านห้องประชุมสัมมนาของสำนักบริการวิชาการ

ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนามีปัญหา สภาพของห้องประชุม จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยมีปัญหา ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา รองลงไปเป็น ขนาดของห้องประชุมไม่เหมาะสม และ ระบบแสง สี เสียง ที่ไม่มีคุณภาพ โดยคิดเป็นร้อยละ 32.8 และ 12.3 ของปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา สภาพห้องประชุม

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	106	46.5
มีปัญหา	122	53.5
1. ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	65	53.3
2. ขนาดของห้องไม่เหมาะสม	40	32.8
3. ระบบแสง สี เสียง ไม่มีคุณภาพ	15	12.3
4. อื่นๆ	2	1.6
รวม	228	100.0

ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนามีปัญหาเกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยมีปัญหาที่ จำนวนโสตทัศนูปกรณ์มีจำนวนไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 43.3 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา รองลงไปเป็นปัญหาการจัดวางโสตทัศนูปกรณ์ไม่เหมาะสม และ โสตทัศนูปกรณ์มีคุณภาพไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 35.8 และ 16.4 ของปัญหาเกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์ ตามลำดับ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา โสตทัศนูปกรณ์

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	161		70.6	
มีปัญหา	67		29.4	
1. จำนวนไม่เพียงพอ	29		43.3	
2. จัดวางไม่เหมาะสม	24		35.8	
3. คุณภาพไม่ดี	11		16.4	
4. อื่นๆ	3		4.5	
รวม	228	67	100.0	100.0

ผู้ให้บริการมีปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานในห้องประชุม จำนวน 68 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 29.8 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยส่วนใหญ่มีปัญหาที่ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 66.2 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา รองลงไปคือ ความไม่มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ โดยคิดเป็นร้อยละ 22.1 และ 7.4 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา การให้บริการของพนักงานในห้องประชุม

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	160		70.2	
มีปัญหา	68		29.8	
1. พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ	45		66.2	
2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์	15		22.1	
3. พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	5		7.4	
4. พนักงานพูดจาไม่สุภาพ	2		2.9	
5. อื่นๆ	1		1.4	
รวม	228	68	100.0	100.0

ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหากับที่จอดรถมี จำนวน 164 คน โดยคิดเป็น ร้อยละ 71.9 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยส่วนใหญ่คิดว่า มีที่จอดรถไม่เพียงพอ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.4 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา รองลงไปคือ ไม่มี รมเงาบังแดด และ ไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก โดยคิดเป็นร้อยละ 33.5 และ 28.0 ของ ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา ที่จอดรถ

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	64		28.1	
มีปัญหา	164		71.9	
1. ที่จอดรถไม่เพียงพอ	63		38.4	
2. ที่จอดรถไม่มีร่มเงาบังแดด	55		33.5	
3. ที่จอดรถไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก	46		28.1	
รวม	228	164	100.0	100.0

ผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหากับห้องน้ำ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยปัญหาห้องน้ำส่วนใหญ่ คือ ป้ายบอกทางไปห้องน้ำ ไม่ชัดเจน โดยคิดเป็นร้อยละ 45.3 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา รองลงไปเป็น ความไม่สะดวก สบายในการใช้ห้องน้ำ และ ความสะอาดของห้องน้ำ โดยคิดเป็นร้อยละ 28.1 และ 25.0 ของผู้ให้บริการห้องประชุมสัมมนาที่มีปัญหา ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 จำนวน และร้อยละ ของปัญหา ห้องน้ำ

ปัญหา	จำนวน (คน)		ร้อยละ	
ไม่มีปัญหา	164		71.9	
มีปัญหา	64		28.1	
1. ป้ายชี้ทางไปห้องน้ำไม่ชัดเจน	29		45.3	
2. ห้องน้ำไม่สะดวก สบาย	18		28.1	
3. ห้องน้ำไม่สะอาด	16		25.0	
4. อื่นๆ	1		1.6	
รวม	228	64	100.0	100.0

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ
(SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

การวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุม สัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหา ของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

โดยทำการศึกษาประชากรผู้มาใช้บริการ ห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของ สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2541 ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) จากผู้มาใช้บริการ ผู้วิจัยได้รับ แบบสอบถามที่สมบูรณ์ สามารถนำมาทำการวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น 244 ชุด ได้นำผลที่ได้มา วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้ ค่าสถิติ ไคร์ – แสควร์ (chi – square) และทำการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.7 ของผู้ใช้บริการทั้งหมด มี อายุระหว่าง 21 – 30 ปี หรือร้อยละ 43.9 ของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีอาชีพ ตัวแทนประกันชีวิต โดยคิดเป็นร้อยละ 27.9 ของผู้ใช้บริการทั้งหมด รองลงไปที่มีอาชีพ รับราชการ โดยคิดเป็นร้อยละ 27.5 รายได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 38.9 อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อ เดือน ส่วนระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการนั้น พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงไปที่ระดับอนุปริญญาและเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 19.7 ของ ผู้ใช้บริการทั้งหมด และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.2 มีสถานะภาพโสด

จากผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 244 คน เป็นผู้ที่เคยใช้บริการห้องพักทั้งสิ้น 152 คน และ ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่ เคยใช้บริการห้องพักเพียง 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.5 ของผู้เคยใช้บริการ สำหรับระดับความพึงพอใจต่อบริการห้องพักนั้น พบว่าในแผนก

บริการส่วนหน้า ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.29 สำหรับบริการที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการขนส่งภาระ โดยผู้ให้บริการห้องพัก มีค่าระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 สำหรับในแผนกห้องพักนั้น ผู้ใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่ ก็มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 3.06 โดยเรื่องที่ได้รับ ความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ การระบายอากาศภายในห้องน้ำ โดยผู้ให้บริการห้องพักมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.75

เมื่อทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก ของผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการห้องพัก โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ พบว่าระดับความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.8 และเมื่อได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพัก กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ การศึกษา โดยใช้ค่าสถิติ ไคว์ – แสควร์ (chi – square) และได้ทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ พบว่าระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องพักนั้น มีความสัมพันธ์กับการศึกษาของผู้ใช้บริการ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% นั่นคือกลุ่มผู้บริภคการมีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

จากผู้บริการทั้งสิ้น 244 คน เป็นผู้ที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาทั้งสิ้น 228 คน ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.0 ของผู้บริการห้องประชุมสัมมนา ในส่วนของระดับความพึงพอใจต่อบริการห้องประชุมสัมมนา พบว่าผู้บริการห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 3.27 บริการที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยผู้บริการมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.97

เมื่อทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา ของผู้บริการที่เคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนา โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ พบว่าระดับความพึงพอใจรวมของผู้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.1 และได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ การศึกษา โดยใช้ค่าสถิติ ไคว์ – แสควร์ (chi – square) และทำการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ พบว่า ระดับความพึงพอใจรวมด้านห้องประชุมสัมมนา มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ และระดับการศึกษา

ของผู้ใช้บริการ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% นั่นคือกลุ่มผู้ใช้บริการ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน หรือมีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการประสบในการใช้บริการนั้น จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ทส่วนใหญ่ มีปัญหาในเรื่องที่จอดรถมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ทมีปัญหาค่าจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 ของผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่จะมีปัญหา ที่จอดรถ ไม่มีร่มเงาบังแดดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 ของปัญหาที่จอดรถ และส่วนใหญ่แนะนำให้ทำ ร่มเงาบังแดดบริเวณกลางลานจอดรถ รองลงไปผู้ใช้บริการมีปัญหากับสภาพภายในห้องพักรีสอร์ท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ของผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่มีปัญหากับเครื่องนอน ที่ไม่สะอาดสบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 ของปัญหาสภาพภายในห้องพักรีสอร์ท รองลงไปอีก ผู้ใช้บริการมีปัญหากับ ทำเลที่ตั้งของห้องพักรีสอร์ท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ของ ผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่ห้องพักรีสอร์ทอยู่ห่างไกลจากห้างสรรพสินค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9 ของปัญหาทำเลที่ตั้ง สำหรับปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ห้องพักรีสอร์ทนั้น มีผู้ใช้บริการมีปัญหาค่าจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท โดยมีปัญหากับแสงสว่างภายในห้องพักรีสอร์ทไม่เพียงพอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5 ของปัญหา และสำหรับปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานห้องพักรีสอร์ท พบว่าผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท มีปัญหาค่าจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 ของผู้ใช้บริการห้องพักรีสอร์ท โดยส่วนใหญ่คิดว่าพนักงานยังขาด ความกระตือรือร้นในการให้บริการ โดยเฉพาะเวลาสอบถามรายละเอียดข้อมูลต่างๆ คิดเป็น ร้อยละ 47.5 ของปัญหาเกี่ยวกับบริการของพนักงานห้องพักรีสอร์ท

สำหรับปัญหาต่างๆ ในการใช้บริการห้องประชุมสัมมนา นั้น พบว่าผู้ใช้บริการ ห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ มีปัญหากับที่จอดรถมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 ของผู้ใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับปัญหาที่จอดรถมีไม่เพียงพอมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 38.4 ของปัญหาด้านที่จอดรถ รองลงไปผู้ใช้บริการห้องประชุมสัมมนา มีปัญหากับ สภาพของห้องประชุมสัมมนา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ของผู้ใช้บริการ โดย ส่วนใหญ่มีปัญหาลำโพงไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของปัญหา สำหรับปัญหาการให้ บริการของพนักงานในห้องประชุมสัมมนา ผู้ใช้บริการมีปัญหาค่าจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ของผู้ใช้บริการ โดยมีปัญหาพนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.2 ของปัญหาดังกล่าว ส่วนปัญหาโสตทัศนูปกรณ์พบว่า ผู้ใช้บริการมีปัญหาค่าจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ของผู้ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่มีปัญหากับโสตทัศนูปกรณ์มีไม่ เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 43.3 ของปัญหาโสตทัศนูปกรณ์ สำหรับปัญหาด้านห้องน้ำ ผู้ใช้บริการ มีปัญหาค่าจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ของผู้ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่มีปัญหาลำโพงไม่

ทางไปห้องน้ำไม่ชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.3 ของปัญหาห้องน้ำสำหรับห้องประชุม สัมมนา

อภิปรายผล

(Implication)

การวิจัยเรื่อง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพัก และห้องประชุม สัมมนา ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง ค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการขยายตัวของผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคในการรับบริการอยู่บ้าง ที่ยังรอคอยการ ปรับปรุง ที่สำคัญเช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาการให้บริการขนย้ายสัมภาระ ปัญหาแสงสว่าง ภายในห้องพัก และปัญหาโสตทัศนูปกรณ์ภายในห้องประชุมสัมมนา ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัย ก็สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้ตั้งไว้ คือทำให้ผู้วิจัยทราบถึง ระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ ทราบถึงปัญหาของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนวทางแก้ไข และ ปรับปรุงบริการ ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ดีขึ้น

นอกจากนี้ผลการวิจัย ยังสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (buyer behavior model) และกรอบแนวคิดในการวิจัย จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบ ว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคมบางประการ ได้แก่ อาชีพ และการศึกษา ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจากทฤษฎีสามารถอธิบายได้ว่า อาชีพ และ การศึกษา ซึ่งทฤษฎีได้จัดให้เป็นปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) ที่มีอิทธิพลในการกำหนด ลักษณะของผู้บริโภค (customer's characteristic) และ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจและ พฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้บริการ ซึ่งในที่สุดจะส่งผลต่อบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง และ ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการ มีต่อบริการของห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา ของสำนัก บริการวิชาการ

ข้อเสนอแนะ

(Recommendations)

จากการที่สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นหน่วยงานภายใต้ การกำกับดูแลของระบบราชการ แต่ดำเนินงานให้บริการประชาชน และต้องแข่งขันกับกิจการ ของภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเดียวกัน ดังนั้นผู้บริหารของสำนักบริการวิชาการ จึง สามารถที่จะนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาบริการของ หน่วยงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภาคเอกชนได้

สำนักบริการวิชาการ ควรทำการศึกษาหาความต้องการของลูกค้า ในด้านต่างๆ ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือยังมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ เช่น ความสะดวกในการขนย้ายสัมภาระของผู้ใช้บริการห้องพัก ปรับปรุงระบบระบายอากาศ ศึกษาวิธีการเพื่อเพิ่มแสงสว่างภายในห้องพัก เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการ และผลกระทบเรื่องค่าไฟฟ้าที่อาจจะสูงขึ้นตามมา หาแนวทางเพื่อขยายพื้นที่จอดรถ และจัดร่มเงาบังแดดสำหรับรถของผู้ใช้บริการ ศึกษาความต้องการที่อาจแตกต่างกัน ในแต่ละกลุ่มของลูกค้า เพื่อสามารถที่จะจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สอดคล้อง กับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ผู้วิจัยเห็นว่าสำนักบริการวิชาการ ควรทำการปรับปรุงบริการ ที่ยังได้รับความพึงพอใจน้อยอยู่ เรื่องความสะดวกในการขนย้ายสัมภาระ สำนักฯ ควรจัดงบประมาณเพื่อสร้างลิฟท์ไว้ให้บริการ หรืออาจพิจารณาทำทางลาด จัดให้มีบริการรถเข็น และพนักงานคอยบริการตลอดเวลา จัดเพิ่มโคมไฟบริเวณหน้ากระจก โต๊ะอ่านหนังสือ ภายในห้องพัก ทำแผนปรับปรุง และบำรุงรักษาเครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับในส่วนของห้องประชุมสัมมนา สำนักบริการวิชาการควร เพิ่มพื้นที่สำหรับจอดรถ โดยขอยืมพื้นที่จากหน่วยงานบริเวณใกล้เคียง จัดสร้างร่มเงาบังแดดให้เพียงพอ จัดพนักงานบริการบริเวณลานจอดรถ ในวันที่มีประชุมสัมมนา หรือในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก จัดทำป้ายบอกทางต่างๆ ให้ชัดเจน เพิ่มโสตทัศนูปกรณ์ให้เพียงพอแก่ผู้เข้าประชุม โดยคำนึงถึงงบประมาณที่ต้องลงทุน โดยจัดทำไว้ในแผนการลงทุน เช่นเดียวกับลิฟท์ หรือทางลาด รวมทั้งเพิ่มบุคลากรคอยให้บริการในทุกจุดอย่างทั่วถึง จัดเพิ่มอุปกรณ์ในการดับไฟ และอุปกรณ์อื่นๆ ที่จำเป็น ในกรณีที่เกิดอัคคีภัย และกรณีฉุกเฉิน จัดวางแผนปฏิบัติเพื่อความร่วมมือพร้อม ของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรณีที่เกิดอัคคีภัย และหมั่นฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการปรับปรุงดังกล่าวข้างต้น จะได้ประโยชน์ ทั้งในส่วนของโรงแรม และห้องประชุมสัมมนา ไปพร้อมๆ กัน

นอกจากนี้ยังอาจจัดการอบรมลูกจ้าง และบุคลากรของสำนักฯ ให้มีความพร้อมและความกระตือรือร้นให้การให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อเตรียมตัวกับการออกนอกกรอบราชการ และต้องแข่งขันกับธุรกิจเอกชนในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปนั้น ผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถที่จะทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมได้ใน 2 แนวทาง คือ

1. การศึกษาในทางกว้าง (horizontal study) โดยทำการวิจัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักบริการวิชาการ เปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อคู่แข่ง ซึ่งได้แก่โรงแรมต่างๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยศึกษาเปรียบเทียบจุดแข็ง และจุดอ่อนบริการในด้านต่างๆ ของสำนักบริการวิชาการ เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทาง ในการสร้างความแตกต่าง (differentiation) และกำหนดตำแหน่ง (positioning) ในการแข่งขันทางธุรกิจ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงจุดอ่อนในการบริการ ของสำนักบริการวิชาการ ให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้

นอกจากนี้ยังอาจทำการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อสำนักบริการวิชาการ ในช่วงเวลาที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม เพื่อศึกษาแนวโน้มของระดับความพึงพอใจ หลังจากที่เราเวลาผ่านไป หรือหลังจากที่มีมาตรการ เพื่อปรับปรุงการให้บริการแล้ว และเพื่อการประเมิน และติดตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. การศึกษาในแนวลึก (vertical Study) โดยทำการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการของสำนักบริการในด้านต่างๆ โดยอาศัยแบบจำลองคุณภาพบริการ (Kotler, P., 1997 : 476) ผู้วิจัยสามารถศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อ ช่องว่าง (gap) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้ผลจากการวิจัยเป็นแนวทาง ในการวางแผนเพื่อจัดลำดับความสำคัญ และปิดช่องว่างเหล่านั้น ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้สูงขึ้น ซึ่งสามารถศึกษาในหัวข้อต่างๆ ได้หลายเรื่องแล้วแต่ความสนใจของผู้วิจัย

นอกจากนั้นผู้วิจัย ยังสามารถที่จะศึกษาเจาะลึก เฉพาะในบางช่องว่างก็ได้ เช่น ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างระหว่าง บริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง กับ บริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ เพราะถือว่าเป็นช่องว่างที่มีความสำคัญที่สุด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการ หรือวางแผนในการศึกษาเพิ่มเติม ให้ตรงกับความต้องการ ของหน่วยงาน และความสนใจของผู้วิจัยต่อไป

บรรณานุกรม

- เกศณีย์ ประพุทธพิทยา. 2540. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการพยาบาลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลลานนา. เชียงใหม่ : ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จารุลักษณ์ งามลักษณ์. 2540. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่สอง). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ชมรมเด็ก.
- วันชัย ไชยมหาพฤกษ์. 2541. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท สุโขทัย ฮอนด้าคาร์ส จำกัด จังหวัดสุโขทัย. เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2539. รายงานผลการดำเนินงาน. เชียงใหม่.
- _____. 2540. รายงานประจำปี 2540. เชียงใหม่.
- อุทัย พัฒนาวิระกิจ. 2540. ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. เชียงใหม่ : ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- Kotler, P. 1997. **Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control.** (9th ed.). New Jersey : Prentice – Hall.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา
ของสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้มี 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพัก

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องประชุมสัมมนา

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา

โปรดเขียนเครื่องหมาย / ใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง sex()
2. อายุ..... ปี age()
3. อาชีพ () รับราชการ () รัฐวิสาหกิจ occ()
() เอกชน () อาชีพอิสระ
() อื่นๆ
4. รายได้ต่อเดือน..... บาท sal()
5. การศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา edu()
() ปริญญาตรี () ปริญญาโท
() ปริญญาเอก () อื่นๆ ระบุ.....
6. สถานภาพ () โสด () สมรส sta()
() หม้าย, หย่า () อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพัก

1. ท่านเคยใช้บริการห้องพักหรือไม่ () เคย () ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 3) R1()
2. ท่านเคยใช้บริการห้องพัก..... ครั้ง ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา R2()

ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ ดังต่อไปนี้หรือไม่

	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
<u>แผนกบริการส่วนหน้า</u>						
1. ความสะดวกรวดเร็วในการ ลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก						
2. การบริการต้อนรับของพนักงานต้อนรับหน้าเคาน์เตอร์						
3. บุคลิกลักษณะของพนักงาน เช่น ความสุภาพ, มารยาท, การแต่งกาย เป็นต้น						
4. ความสะดวกรวดเร็วของการสำรองห้องพัก						
5. ความเหมาะสมของล็อบบี้						
6. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณล็อบบี้						
7. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณล็อบบี้						
8. ความสะดวกในการชำระเงิน และขอรับใบเสร็จรับเงิน						
9. ความสะดวกในการขนย้ายสัมภาระ						
<u>แผนกห้องพัก</u>						
1. ความสะอาดของห้องพัก						
2. เตียงและเครื่องนอน						
3. แสงสว่างในห้องพัก						
4. ความสะอาดของห้องน้ำ						
5. แสงสว่างในห้องน้ำ						
6. ความเหมาะสมของอุปกรณ์ภายในห้องพัก						
7. มารยาทของพนักงานทำความสะอาด						
8. ความเหมาะสมของแสงสว่างบริเวณทางเดิน						
9. ความสะอาดบริเวณทางเดิน						
10. ราคาห้องพัก						
11. การระบายอากาศภายในห้องพัก						
12. การระบายอากาศภายในห้องน้ำ						
13. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก						
14. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ						
15. การทำงานของสุขภัณฑ์						

	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
16. ความแรงของน้ำ						
17. ความสะดวกในการรับประทานอาหารภายในห้องพัก						
18. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับภายนอก						
19. ระบบรักษาความปลอดภัย ได้แก่ ยามกุญแจห้องพัก						
20. ระบบป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว						
21. ป้ายหรือเอกสารแนะนำต่างๆ เช่น ป้ายบอกทาง เอกสารชี้แจงระเบียบปฏิบัติการเข้าพัก เป็นต้น						
22. ความสะดวกในทางขึ้น - ลง ห้องพัก						
23. ความสะดวกในการเข้า - ออก ห้องพัก						
24. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพักในระดับใด						

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องประชุมสัมมนา

1. ท่านเคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนาหรือไม่ () เคย () ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 4) S1()
2. ท่านเคยใช้บริการห้องประชุมสัมมนา ครั้ง ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา S2()

ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ ดังต่อไปนี้หรือไม่

	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. คุณภาพระบบเสียง						
2. คุณภาพระบบแสงสี						
3. ความเหมาะสมของ โต๊ะ เก้าอี้ และผ้าคลุมโต๊ะ						
4. ความเหมาะสมของการตกแต่ง เช่น ผ้า ม่าน ดอกไม้ เป็นต้น						

	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
5. ความเหมาะสมของการจัดเวที						
6. ความเหมาะสมของโลโก้ทัศนูปกรณ์						
7. ความสะอาดของห้องประชุมสัมมนา						
8. มารยาทของเจ้าหน้าที่ประจำห้องประชุม						
9. ราคาค่าเช่าห้องประชุมสัมมนา						
10. อาหารว่างระหว่างพักประชุม						
11. อาหารมื้อระหว่างพักประชุม						
12. ความสะดวกของที่จอดรถ						
13. การระบายอากาศภายในห้องประชุม						
14. ระบบเครื่องปรับอากาศภายในห้องประชุม						
15. ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องประชุม						
16. ระบบป้องกันและช่วยเหลือขณะเกิด อุบัติเหตุ						
17. ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร						
18. ความสะดวกในการรับบริการหน้าห้อง ประชุม						
19. ความสะดวกของห้องน้ำบริเวณห้อง ประชุม						
20. ความสะอาดของห้องน้ำบริเวณห้อง ประชุม						
21. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร						
22. ป้ายแนะนำต่างๆ						
23. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการใช้ บริการห้องประชุมสัมมนาในระดับใด						

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้มาใช้บริการห้องพัก และห้องประชุมสัมมนา

ด้านห้องพักของสำนักบริการวิชาการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ด้านทำเลที่ตั้ง

- | | |
|--|---|
| ☐ การเดินทางไม่สะดวก | ☐ ห่างไกลแหล่งท่องเที่ยว |
| ☐ ห่างไกลห้างสรรพสินค้า | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

2. ที่จอดรถ

- | | |
|--|---|
| ☐ มีไม่เพียงพอ | ☐ ไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก |
| ☐ ไม่มีรั้วเฝ้าบังแดด | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

3. ภายในห้องพัก

- | | |
|---|--|
| ☐ ห้องน้ำไม่สะอาด | ☐ ตกแต่งไม่สวยงาม |
| ☐ เครื่องนอนไม่สะอาดสบาย | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

4. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

- | | |
|--|--|
| ☐ เครื่องปรับอากาศไม่ดี | ☐ โทรศัพท์ โทรศัพท์ ขัดข้อง |
| ☐ แสงสว่างไม่เพียงพอ | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

5. การให้บริการของพนักงานห้องพัก

- | | |
|---|---|
| ☐ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ | ☐ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ |
| ☐ พนักงานพูดจาไม่สุภาพ | ☐ อื่นๆ..... |
| ☐ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ | |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ด้านห้องประชุมสัมมนาของสำนักบริการวิชาการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สภาพห้องประชุม

- | | |
|---|--|
| ☐ ขนาดห้องไม่เหมาะสม | ☐ ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน |
| ☐ ระบบแสง สี เสียง ไม่มีคุณภาพ | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

2. โสตทัศนูปกรณ์

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ จำนวนไม่เพียงพอ | ☐ คุณภาพไม่ดี |
| ☐ จัดวางไม่เหมาะสม | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

3. การให้บริการของพนักงานในห้องประชุม

- | | |
|---|---|
| ☐ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ | ☐ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ |
| ☐ พนักงานพูดจาไม่สุภาพ | ☐ อื่นๆ..... |
| ☐ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ | |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

4. ที่จอดรถ

- | | |
|--|---|
| ☐ มีไม่เพียงพอ | ☐ ไม่มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก |
| ☐ ไม่มีรั้วเฝ้าบังแดด | ☐ อื่นๆ..... |

ข้อเสนอแนะ.....
.....

5. ห้องน้ำ

- | | |
|---|--|
| ☐ ไม่สะอาด | ☐ ไม่สะดวก สบาย |
| ☐ ป้ายชี้ทางไปห้องน้ำไม่ชัดเจน | ☐ อื่น ๆ |

ข้อเสนอแนะ.....
.....



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวพัชรินทร์ สุวรรณชาติ
วัน เดือน ปี เกิด	16 พฤศจิกายน 2513
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2530 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย จังหวัดลำปาง ปีการศึกษา 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	ปี พ.ศ. 2535 เป็นพนักงาน บริษัท เค เอส เอส อิเลคทรอนิกส์ จำกัด นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน ปี พ.ศ. 2536 เป็นพนักงาน ธนาคารกรุงเทพ พาณิชยกรรม จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2537 – ปัจจุบัน เป็นนักวิชาการพัสดุ 4 สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่