

## บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยพฤติกรรมการตลาดและปัจจัยด้านคุณค่าของตราสินค้าที่พยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว
ชื่อผู้เขียน	ณัฐพล แซ่ซี
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ)
ปีการศึกษา	2563

---

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านคุณค่าของตราสินค้าที่พยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และ เพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตามลำดับวัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักโรงแรมเพื่อพักผ่อน จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และเพื่อดำเนินงานธุรกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ประเภทห้องพัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักห้องมาตรฐาน (Superior Room) จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ ห้องมาตรฐานพิเศษ (Deluxe Room) จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และลำดับสุดท้ายคือ ห้องพักประเภทอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

### คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณค่าของตราสินค้า (Beta = 0.278) สามารถพยากรณ์ถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วนประสมการตลาด บริการ (Beta = 0.264) และลำดับสุดท้าย คุณภาพการให้บริการ (Beta = 0.227) สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	The studying of service quality factor, marketing mix factor and brand equity factor which support to predict the satisfaction of customers in five star hotels
<b>Author</b>	Mr. Nutthapon Saechee
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
<b>Year</b>	2020

---

The purpose of this research were to examine the service quality, the marketing mix and brand equity that can predict the satisfaction of customer in five star hotels. This research applied quantitative approach using questionnaires. The samples are from 400 respondents of five star hotels' customers. The data is analyzed and statistically measured by using SPSS for Windows to use interpret descriptive and inferential statistics.

The majority of the sample were 227 females (56.80%) and 173 males (43.20%) percent respectively. The purpose of staying were leisure trip (83.30%) and business trip (16.70%). And the most of room type for staying is superior Room (51.5%) and followed by the deluxe Room (43.80%) the rest is other room type (4.70%).

The finding revealed that the best factor that predicted the satisfaction of customer in five star hotels was brand equity (Beta = 0.278). The second factor was marketing mix (Beta = 0.264) and the last one was the quality of service (Beta = 0.227). Therefore, it showed that the three factors were able to predict the satisfaction of customer in five star hotels.