

## บทความการวิจัย

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ  
ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร  
Satisfaction of Customers Who Use the Car Storage Service of Asia Parking  
Co.ltd Talingchan Bangkok

พลากร ผดุงสมัย  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร และ2) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 391 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและทดสอบค่าเอฟ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 41-50 ปี การศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.10$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.09$ ) ด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.07$ ) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $\bar{X} = 4.03$ ) และด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.00$ ) และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีเพศ อายุและอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the personal characteristics and the level of satisfaction of customers who use the car storage service of Asia Parking Co.ltd. Talingchan Bangkok 2) To compare between personal characteristics and the level of satisfaction of customers who use the car storage service of Asia Parking Co.ltd. Talingchan Bangkok

The sample used for this research was 391 customers who use the car storage service of Asia Parking Co.ltd. Talingchan Bangkok Data was collected using questionnaires with a 5-point rating scale. The statistical tools used to analyze the data were the frequency distribution, percentage, average mean, standard deviation, the independent t-test, and the one-way analysis of variance (ANOVA) f-test. Whenever a statistically significance was found, a Multiple Comparison Test was conducted at the 0.05 level of significance. The results revealed that most of the respondents were female aged 41-50 years with a high school education or equivalent, who run their own family businesses and have a monthly income of 10,001-30000 baht. Overall, their satisfaction towards the service is at a high level ( $\bar{X} = 4.06$ , which can be divided into different aspects and ranked in descending order as follows: Product ( $\bar{X} = 4.10$ ), Price ( $\bar{X} = 4.09$ ) Channel of Distribution ( $\bar{X} = 4.07$ ), Market Promotion ( $\bar{X} = 4.03$ ), and Personnel ( $\bar{X} = 4.00$ ). The comparison of the level of satisfaction based on personal characteristics revealed that respondents with different gender age and occupation didn't have different levels of satisfaction. Whereas those with different education and income level did have different levels of satisfaction. The tests were conducted at the 0.05 level of statistical significance.

## ภูมิหลัง

เป็นที่ทราบกันดีว่าในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นอาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า โรงพยาบาล คอนโดมิเนียม หรือสถานที่ที่เป็นหน่วยงานต่างๆ ของทางราชการนั้น การจัดเตรียมสถานที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ หรือมาใช้บริการมักไม่เพียงพอกับความต้องการ อันเนื่องมาจากจำนวนเนื้อที่ที่มีค่อนข้างจำกัด ดังนั้น การบริหารจัดการ สถานที่จอดรถยนต์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะ นอกจากจะช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว ยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถประหยัดค่าใช้จ่าย มีรายได้มากขึ้น และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดี AP

Parking Limited เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารงานสถานที่ จอดรถยนต์ การลงทุนเพื่อสร้างที่จอดรถบนพื้นที่ของลูกค้า การร่วมทุนทำที่จอดรถ และการให้บริการด้านการให้คำปรึกษา ทั้งในรูปแบบของอาคารจอดรถหลายชั้น (Multi Stories) และลานจอดรถแบบกลางแจ้ง (Open Lot) ภายใต้ชื่อทางการค้าว่า ASIAPARK โดยสืบเนื่องมาจากการร่วมลงทุนของ AP Parking Limited โดยนักธุรกิจชาวไทย AP PARKING MALAYSIA กับกลุ่ม EASIPARK จาก SOUTH AFRICA ซึ่งเป็นผู้ดำเนิน งานด้านการบริหารที่จอดรถ และอุปกรณ์ควบคุมการจอดรถ ที่ครบวงจรรายใหญ่ที่สุดในทวีปแอฟริกาจากการร่วมลงทุนดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสนำเสนอประสบการณ์ ทักษะ และ ความเชี่ยวชาญ ในด้านการบริหาร ที่สุด "SMART-PARK SYSTEM" มาใช้ในประเทศไทยเป็นแห่งแรก ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าระบบ ที่นำเสนอนี้ จะช่วยให้ท่านพัฒนาระบบการบริหารจัดการพื้นที่ จอดรถยนต์ของท่านได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ตรงตามมาตรฐานสากล สร้างรายได้ และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้สูงสุด

ในปัจจุบันบริการรับฝากรถ ที่ศูนย์การค้า The Circle ราชพฤกษ์ กรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้ก็วิจัยมุ่งหวังถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการบริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากการดำรงชีวิตปัจจุบันในสังคมเมือง ยุคการแข่งขันเสรีการค้าดำเนินชีวิตจึงต้องมีการสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นการเข้าที่ฝากรถจึงเป็นประเด็นสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่จะเข้ารับบริการของ เอเชียพาร์คกิ้ง เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการใช้บริการฝากรถจึงเป็นทางเลือก ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และเพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจ ในการลงทุนทำรับฝากรถ หรือผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงธุรกิจรับฝากรถที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการรับฝากรถของ บริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษาครอบคลุมพื้นที่ลูกค้าที่บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย พาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

## 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ลูกค้าที่บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ลูกค้าที่บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยการใช้สูตรการคำนวณ ของยามาเน่ (Yamane, 1970) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) จำนวน 391 คน

## 3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวปฏิบัติ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาแนวคิดแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการให้บริการและแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

## 4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัย ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีกรอบระยะเวลาในการวิจัย ช่วงเดือน มีนาคม 2560 ถึง พฤษภาคม 2560

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยใช้ Likert's scale เป็นมาตรวัด ลักษณะของข้อความที่ใช้มีลักษณะเชิงบวก มีเกณฑ์การให้คะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน

มีระดับความพึงพอใจน้อย 2 คะแนน

มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด 1 คะแนน

แปลความหมายข้อมูลโดยใช้วิธีการแปลความหมายของแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 102 – 103)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

### ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ

#### วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ การให้บริการและศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ บทความ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตและหัวข้อของข้อคำถาม โดยงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ จากตัวแปรปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
3. สร้างแบบสอบถามที่ให้ครอบคลุมขอบเขตของเนื้อหาและปัจจัยที่ต้องการศึกษาให้สอดคล้องและครอบคลุมกับนิยามศัพท์เฉพาะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไข
5. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และตรวจแก้สำนวนภาษา ทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Index of item-Objective Congruence: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปนำไปเป็นข้อคำถาม ซึ่งค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป
7. นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา และตรวจสอบแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไขและปรับปรุงอีกครั้ง

8. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรสายสนับสนุนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

9. นำแบบสอบถามจากการทดลองใช้ไปหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อ กับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-total correlation) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่ค่าอำนาจจำแนกที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของ ครอน บาค ได้ผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่าแอลฟา เฉลี่ย เท่ากับ 0.85

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัย ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 391 คน
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์จากนั้นจึงนำไปบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

### สรุปผล

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.20 อายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.25 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 35.55 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 27.62 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.20. ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = 0.32) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.41) ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. =

0.38) ด้านด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.43) ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.46) และด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.45)

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภายในบริเวณให้บริการรับฝากรถมีห้องน้ำ รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างมีความสะอาด และไม่มีกลิ่นเหม็นไม่ประสงค์ รวมถึงมีสภาพพร้อมต่อการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.68) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือระบบรักษาความปลอดภัยภายในให้บริการรับฝากรถ ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.65) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการรับฝากรถมีขนาดกว้างขวางสะดวกสบาย ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.72)

2.2 ด้านราคา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรูปแบบการชำระเงินมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.67) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือมีความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.66) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ราคาที่ให้บริการรับฝากรถมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.72)

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านสามารถหาข้อมูลบริการรับฝากรถ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่ต้องการได้หลากหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต, ตัวแทน ไปปลิวิโฆษณา เป็นต้น ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.74) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ท่านสามารถจองบริการรับฝากรถ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยตรง ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.68) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ระบบเว็บไซต์การบริการรับฝากรถ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันสามารถใช้งานได้ง่าย ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.71)

2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาดพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทางบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีระบบสมาชิก ที่จะให้สิทธิพิเศษต่างๆกับ ผู้เป็นสมาชิก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.79) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ มีการใช้ช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต, นิตยสาร,

หนังสือพิมพ์, Email, SMS เป็นต้น ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.76) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ทางบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.86)

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่ม ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานสามารถใช้ภาษา ถ้อยคำที่สุภาพสื่อสารกับท่านได้อย่างชัดเจน และพนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และมีความสะอาด ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.69) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือพนักงานสามารถให้ข้อมูลและอธิบายได้อย่างเข้าใจ และเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.71) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาให้ท่านได้อย่างลงตัว ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.62)

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการให้บริการของ Pattaya Contact Center 1337 (Pattaya City Hall) ในเขตพื้นที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม ระดับความพึงพอใจการให้บริการอยู่ในระดับดีปานกลาง ( $\bar{x} = 3.13$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมีระดับความพึงพอใจการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{x} = 3.80$ ) รองลงมาด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ( $\bar{x} = 3.41$ ) ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ( $\bar{x} = 2.98$ ) ด้านผลของการให้บริการ ( $\bar{x} = 2.56$ ) ตามลำดับ

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 จำกัดจำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครจำแนกตามอายุ ในภาพรวม และรายด้าน ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.3 จำกัดตามระดับการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำกัดตามระดับการศึกษา ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน



3.3.1 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ 1) ประถมศึกษา กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 2) ประถมศึกษา กับปริญญาตรีขึ้นไป 3) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับปริญญาตรีขึ้นไป และ 4) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3.3.2 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นของความเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ 1) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และ 2) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า กับปริญญาตรี หรือสูงกว่า

3.3.3 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ประถมศึกษา กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3.3.4 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) ประถมศึกษา กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 2) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และ 3) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า กับปริญญาตรีขึ้นไป

3.3.5 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) ประถมศึกษา กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 2) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และ 3) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า กับปริญญาตรีขึ้นไป

3.4 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านด้านการจัดจำหน่าย และด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน

3.4.1 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร

จำแนกตามอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ 1) อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน 2) อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพนักเรียน / นักศึกษา 3) อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย กับอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน 4) อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย กับอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และ 5) อาชีพรับจ้างทั่วไป / เกษตรกรรม กับอาชีพนักเรียน / นักศึกษา

3.5 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านด้านการจัดจำหน่าย ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

3.5.1 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท

3.5.2 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท 2) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้ 30,001 – 40,000 บาท และ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 1 คู่ คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

3.5.3 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ 1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

3.5.4 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร จำแนกตาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ 1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และ 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

3.5.5 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ 1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และ 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท

## อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจของที่มีต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์ค กิ้ง จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านด้านการจัดจำหน่าย ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีฎฐรัตน์ บุญต่อ (2552) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.รัชนีพงศ์ วงศาโรจน์.การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการโรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าชาวต่างชาติ ที่เข้า มาพักที่โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิทจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่า ทการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและความสัมพันธ์ด้วย โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสัญชาติเป็นประเทศในเอเชีย สถานภาพสมรส /อยู่ ด้วยกัน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 140,001 – 210,000 บาท และ วัตถุประสงค์การเข้าพัก คือ การทำธุรกิจส่วนตัว ลูกค้ามีความคิดเห็น ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ อยู่ในระดับดี มีความพึงพอใจ อยู่ใน ระดับพึงพอใจอย่างมาก และมีความจงรักภักดีของลูกค้า อยู่ในระดับ อาจใช้บริการหรือแนะนำ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์การเข้าพัก ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการที่แตกต่างกัน โดย

มีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้าน การตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าพักที่โรงแรม เวส ดิน แกรนด์ สุขุมวิท และความพึงพอใจ ของลูกค้าที่เข้าพักที่โรงแรม เวส ดิน แกรนด์ สุขุมวิท มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ในระดับ ค่อนข้างสูง ในทิศทางเดียวกัน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เห็นว่ามีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับบริการรับฝากรถมีขนาดกว้างขวางสะดวกสบาย

1.2 ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่ามีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับราคาที่ทำให้บริการรับฝากรถมีความเหมาะสม

1.3 ด้านด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่ามีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับระบบเว็บไซต์การบริการรับฝากรถ บริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันสามารถใช้งานได้ง่าย

1.4 ด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่ามีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

1.5 ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่ามีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างลงตัว

### 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาตัวแปรด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อลูกค้าที่ให้บริการรับฝากรถ ของบริษัท เอเชีย ปาร์คกิ้ง จำกัด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เป็นต้น