วารสารพัฒนาสังคมและการวิจัยเชิงปัญญา
Journal of Social Development and Wisdom Research

คุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

Service Quality and Satisfaction Affecting the Intention Using the Smart Hotel in Chengdu Sichuan Province China

Pu Jingyu* นิตยา วงศ์ยศ

Pu Jingyu* Nittaya Wongyos

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Master of Management (Management), Lampang Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: nittaya.w@g.lpru.ac.th Tel. 09 6215 7772

Received : 17/07/2026 Revised : 06/08/2026 Accepted: 07/08/2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน 2) เพื่อศึกษาคุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อการความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการและค้างคืนโรงแรมอัจฉริยะในเฉิงตูมณฑลเสฉวน ประเทศจีน จำนวน 385 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการทดสอบการถดถอยพหุคุณ พบว่า คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉิริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ; ความพึงพอใจ; ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ; โรงแรมอัจฉริยะ; เมืองเฉิงตู

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to examine the levels of opinion regarding service quality, satisfaction, and the intention to revisit smart hotels in Chengdu, Sichuan Province, China; and 2) to investigate the effects of service quality and satisfaction on the intention to revisit these smart hotels. The sample consisted of 385 Chinese customers who had stayed at

smart hotels in Chengdu, Sichuan Province, China; data were collected using a questionnaire. Statistical analyses included percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis (Enter method).

The results revealed that: 1) overall, the levels of opinion regarding service quality, satisfaction, and intention to revisit were high; and 2) multiple regression analysis showed that service quality and satisfaction significantly influenced the intention to revisit smart hotels in Chengdu, Sichuan Province, China, at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: Service Quality; Satisfaction; Intention to reuse the service; the Smart Hotel; in Chengdu

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากเป็นภาคเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร การคมนาคม การค้าปลีก ตลอดจนกิจกรรมด้านวัฒนธรรมและนันทนาการ การฟื้นตัวของการเดินทางภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ตลาดการท่องเที่ยวของจีนกลับมาขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2024 จีนมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 5.62 พันล้านครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.8 จากปีก่อน และมีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 5.7543 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 ขณะเดียวกันจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงการฟื้นตัวของอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวและการบริการ และทำให้ธุรกิจที่พักแรมต้องเผชิญกับความคาดหวังของผู้บริโภคที่สูงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพ ความสะดวก ความรวดเร็ว และประสบการณ์ในการใช้บริการ (National Bureau of Statistics of China, 2025)

นครเฉิงตู (Chengdu) เมืองหลวงของมณฑลเสฉวน เป็นหนึ่งในเมืองศูนย์กลางสำคัญของภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน และมีบทบาททั้งในด้านเศรษฐกิจ การค้า การศึกษา เทคโนโลยี และการท่องเที่ยว นอกจากนี้เฉิงตูยังเป็นเมืองที่มีทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อาหาร และแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมเสฉวนและแพนด้ายักษ์ ซึ่งช่วยส่งเสริมการรับรู้ของเมืองในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในนครเฉิงตูมีความชัดเจนในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยในปี ค.ศ. 2024 นครเฉิงตูมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประมาณ 1.14 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 190 จากปีก่อน และมีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 1.617 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 300 ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจเมือง (Chengdu Release, 2025)

การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจโรงแรม เนื่องจากที่พักแรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมิได้พิจารณาเฉพาะราคาและสถานที่ตั้งของโรงแรมเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์โดยรวมที่ได้รับ ตั้งแต่ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล การจองห้องพัก การเช็กอิน การใช้สิ่งอำนวยความสะดวก การติดต่อพนักงาน การแก้ไขปัญหา ตลอดจนขั้นตอนการเช็กเอาต์ ดังนั้น การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมจึงมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพเพียงอย่างเดียวไปสู่การแข่งขันด้านคุณภาพบริการ ประสบการณ์ของลูกค้า และความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้เข้าพัก ในบริบทดังกล่าว โรงแรมอัจฉริยะ (Smart Hotel) ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมโรงแรมของจีน โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ระบบประมวลผลแบบคลาวด์ ระบบบริการตนเอง หุ่นยนต์บริการ ระบบควบคุมอุปกรณ์ภายในห้องพักแบบอัจฉริยะ และระบบดิจิทัลสำหรับการบริหารจัดการโรงแรม เทคโนโลยีดังกล่าวมีศักยภาพในการลดขั้นตอนการให้บริการ เพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการเข้าพัก ตลอดจนสนับสนุนการจัดการข้อมูลและการดำเนินงานของโรงแรม อย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณภาพของบริการอัจฉริยะไม่ได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในทุกมิติอย่างชัดเจน โดยลักษณะเฉพาะของผู้ใช้และความชอบส่วนบุคคลมีบทบาทสำคัญ ขณะที่ข้อจำกัดของบริการที่ใช้หุ่นยนต์อาจเกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่นและคุณภาพขอ งปฏิสัมพันธ์เมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ให้โดยบุคลากร (2025) ผลการศึกษาที่เผยแพร่ในปี ค.ศ. 2025 เกี่ยวกับบริการอัจฉริยะของโรงแรมพบว่า ความสะดวกและประสิทธิภาพของบริการอัจฉริยะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจต่อบริการอัจฉริยะมีอิทธิพลอ ย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ผลดังกล่าวสะท้อนว่า ในยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การพัฒนาโรงแรมอัจฉริยะควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบริการที่ช่วยลดความยุ่งยากของผู้ใช้และเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการให้บริการ มากกว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความทันสมัยเพียงอย่างเดียว (Lee, 2025)

คุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตูมณฑลเสฉวน ประเทศจีน จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงการจัดการ ในเชิงวิชาการ การศึกษานี้จะช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้บริการซ้ำภายใต้บริบทของโรงแรมอัจฉริยะ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากโรงแรมแบบดั้งเดิม เนื่องจากกระบวนการบริการประกอบด้วยทั้งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับลูกค้าและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับเทคโนโลยีอัจฉริยะ ส่วนในเชิงการจัดการ ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมในการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงของระบบบริการ การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า การพัฒนาเทคโนโลยีอัจฉริยะ การยกระดับคุณภาพบริการ และการสร้างความพึงพอใจเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

ดังนั้น การศึกษาคุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมอัจฉริยะในนครเฉิงตู จึงเป็นประเด็นที่มีความเหมาะสมกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโรงแรมในยุคดิจิทัล และสามารถนำไปสู่ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการบริการของโรงแรมให้สามารถตอบสนอง

ความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในนครเฉิงตูในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

2. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อการความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรมแบบค้างคืนในเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ ที่ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษา คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน โดยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็น ด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องในรายละเอียด ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จำนวน 3 ท่าน จากนั้นพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถาม ข้อคำถามที่มีค่า IOC 0.50-1.00 จะถูกคัดเอาไว้ ส่วนข้อคำถามที่ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุงแก้ไขหรืออาจตัดทิ้ง สำหรับการศึกษานี้มีค่า IOC ทุกข้อ อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 30 คน

ขั้นตอนที่ 5 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ทดลอง (Try-Out) มาทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Analysis) โดยการหาความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอบบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามทั้งชุด เท่ากับ 0.939 ซึ่งเป็นไปตามที่ (Nunnally, 1978) ได้เสนอแนะไว้ คือ มีค่า 0.70 ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 6 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วใช้เป็นเครื่องมือกับลูกค้าชาวจีนและใช้เวลาทั้งคืนในเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ทำโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ โดยการแจกแบบสอบถามผ่านทางอินเตอร์เน็ต เว็ปไซด์เครือข่ายสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล การดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลมีลำดับและขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับและเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์มา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านี้มาจัดกลุ่มและแจกแจงข้อมูลตามลักษณะทั่วไปของประชากรโดยใช้สถิติพรรณนา ในการหาค่าร้อยละและวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (1967) โดยมีการแบ่งเป็นระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

วัตถุประสงค์ข้อ 2 วิเคราะห์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ซึ่งผู้ศึกษาใช้สถิติอนุมาน เพื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยเทคนิค Enter เนื่องจากมีตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและเป็นตัวแปรต้นตัวแปรตามเป็นเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ แล้วนำเสนอข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.04 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.41 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.62 ส่วนมากสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 41.57 อาชีพเป็นอาชีพอิสระส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 23.63 และรายได้ 3001-4000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 47.27 ส่วนใหญ่มีอาศัยอยู่ในโรงแรมอัจฉริยะ1-2คืน คิดเป็นร้อยละ35.84 ไปคนเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ35.58

2. ผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในภาพรวม ในภาพรวม ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	(S.D)	แปลผล
คุณภาพการบริการ	3.95	0.510	มาก
ความพึงพอใจ	3.70	0.621	มาก
ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ	3.57	0.643	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คุณภาพการบริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.510 รองลงมาคือ ความพึงพอใจ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.621 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ระดับความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.643

3. ผลการวิเคราะห์ คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

Independent Variable	ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจริยะ					
	B	S.E.	Beta	t	p-value	VIF
Constant	1.526	0.241		6.328	0.000*	-
คุณภาพการบริการ	0.526	0.061	0.437	8.586	0.000*	1.235
ความพึงพอใจ	0.319	0.051	0.325	6.254	0.000*	1.221
F = 44.20, p-value = .000[b] , Adjust R^2 = 0.812, R^2 = 0.841						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีนของลูกค้าเป็นตัวแปรตามและมีการทดสอบ โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปร มีค่าเท่ากับ 1.235 และ 1.221 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2014)

ผลการทดสอบการถดถอยพหุคุณโดยวิธี Enter พบว่า คุณภาพการบริการจะส่งผลกระทบต่อการนำลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำในโรงแรมอัจฉริยะในเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน มากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.526 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน เท่ากับ 0.061 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.437 ค่า t เท่ากับ 8.586 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 และความพึงพอใจจะส่งผลกระทบต่อการใช้ลูกค้าในโรงแรมอัจฉริยะในมณฑลเสฉวนประเทศจีนนำกลับมาใช้ใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.319 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน เท่ากับ 0.051 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.325 ค่า t เท่ากับ 0.185 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 สามารถทำนายความตั้งใจความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ได้ร้อยละ 81.2

ผลการทดสอบสมมุติฐานดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตูมณฑลเสฉวนประเทศจีน โดยมีค่า t เท่ากับ 8.586 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสนับสนุนสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวนประเทศจีน โดยมีค่า t เท่ากับ 6.254 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งสนับสนุนสมมุติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตูมณฑลเสฉวน ประเทศจีน สามารถอภิปรายผล ดังนี้

คุณภาพการบริการมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตูมณฑลเสฉวนประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่าทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส เมื่อท่านมีปัญหาขอความช่วยเหลือ พนักงานบริการสามารถช่วยเหลือได้ โรงแรมสินค้าจำหน่าย เช่น เครื่องดื่ม ขนมทานเล่น สุรา เบียร์ ฯลฯ โรงแรมสามารถดำเนินการเพื่อประโยชน์สูงสุดของท่านและตอบสนองความต้องการของท่านได้ ต้องการความสะดวกสบายทุกที่หลังจากเช็คอิน จะมีผลต่ออัตราการเข้าพักของโรงแรมอัจฉริยะในครั้งถัดไป และเรื่องสอดคล้องกับการวิจัยของ Wang Lijuan (2023) ซึ่งได้ศึกษาการวิเคราะห์การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรม Dongwu New Century Grand ใน Huzhou เปิดเผยว่าเพื่อให้แน่ใจว่าอุตสาหกรรมโรงแรมได้รับการพัฒนาอย่างเป็นสมดุล และช่วยให้โรงแรมทำประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด จึงจำเป็นต้องศึกษากลยุทธ์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของโรงแรม ต่อมา เราจะสนทนาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในสถานการณ์ที่มีโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความคิดเห็นอย่างมาก ผลการวิจัยนี้แสดงว่า การเพิ่มหมวดหมู่อาหารและเครื่องดื่มมีความคิดเห็น โดยเฉพาะในการรับมือกับปัญหาของผู้บริโภคที่เบื่ออาหารและมีความคงที่ พนักงานบริการควรสังเกตความคาดหวังของลูกค้าจากการสอบถามและความชอบในการรับประทานอาหาร และการเพิ่มหมวดหมู่อาหารโดยทันที นอกจากนี้ ผู้จัดการควรร่วมมือกับการขายเครื่องดื่มประจำวันเพื่อการจัดซื้อเครื่องดื่มใหม่โดยรวดเร็วและสร้างเครื่องดื่มระดับสูงเพื่อตอบสนองความต้องการใช้จ่ายของลูกค้าบางส่วน โดยการฝึกอบรมและแนะนำที่มีคุณภาพสามารถช่วยให้พนักงานพัฒนาทักษะการบริการของตนในระหว่างการบริการ และเพื่อให้มั่นใจว่าสถานที่สะอาด ผู้จัดการโรงแรมควรเน้นการดูแลอย่างใกล้ชิดต่องานสุขอนามัย

ความพึงพอใจมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตูมณฑลเสฉวนประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่าทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ทัศนคติในการให้บริการ ประสิทธิภาพการให้บริการ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ทันสมัย ฟังก์ชั่นครบครัน และการใช้งานที่สะดวก การตกแต่งโรงแรมสวยงาม ร่มรื่น จำนวนที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งความพึงพอใจของโรงแรมอัจฉริยะจะมีผลต่ออัตราการเข้าพักของโรงแรมอัจฉริยะในครั้งถัดไป และสอดคล้องกับการวิจัยของ Li Hang (2023) ซึ่งได้ศึกษาการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมในเมืองซานยา โดยใช้การจัดอันดับของ OTA และข้อมูลจุดสถานที่สนใจ (POI) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบพื้นที่ของความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมในเมืองซานยา ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยรูปแบบการกระจายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมในเมืองซานยา ความแตกต่างในพื้นที่และปัจจัยที่มีผลที่อยู่เบื้องหลัง เพื่อเข้าใจลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในการพึงพอใจ

ของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมในเมืองซานยา การศึกษานี้ระบุว่า รูปแบบการกระจายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า การแตกต่างในพื้นที่และปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังสามารถมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ต่อเนื่องจากนั้น สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมในเมืองซานยา และปัจจัยที่มีผลกระทบ ข้อเสนอแนะจะถูกนำเสนอโดยใช้หลักการที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่ การแบ่งส่วนการดำเนินการและการจัดการและการประเมินประสิทธิภาพ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะที่เฉพาะเจาะจงตั้งแต่มุมมองของโรงแรมและรัฐบาล ผู้ค้าโรงแรมควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างทันที กำหนดราคาห้องพักอย่างเหมาะสม ให้ความคิดเห็นกับการตลาดออนไลน์และการจัดการชื่อเสียงออนไลน์ ซึ่งรัฐบาลควรพัฒนาพื้นฐานการขนส่ง ปรับปรุงการจัดเตรียมทางการค้าในเมือง ควบคุมขนาดของโรงแรมให้เหมาะสม และดำเนินการหลายวิธีเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลศึกษา

1. จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการจะส่งผลกระทบต่อการนำลูกค้ากลับมาใช้ใหม่ในโรงแรมอัจฉริยะในเฉิงตูมณฑลเสฉวนประเทศจีน ดังนั้น พนักงานโรงแรมควรทักทายลูกค้าด้วยรอยยิ้มและรักษาท่าทีดี ควรฝึกฝนพนักงานเป็นประจำเกี่ยวกับความรู้ในการให้บริการของโรงแรม และควรให้บริการเพิ่มเติมได้มากขึ้น เช่น ให้เครื่องขายอาหารว่างและเครื่องดื่มแบบเซลฟ์เซอร์วิส 24 ชั่วโมง เพื่อให้แน่ใจถึงความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของสภาพแวดล้อมในการเข้าพัก

2. จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจจะส่งผลกระทบต่อการใช้ลูกค้าในโรงแรมอัจฉริยะในมณฑลเสฉวนประเทศจีนนำกลับมาใช้ใหม่ ดังนั้น โรงแรมควรปรับการตกแต่งตามวันหยุดที่แตกต่างกันได้ เช่น ในช่วงเวลาของเทศกาลตรุษจีน โรงแรมจะแขวนโคมไฟ ในช่วงเวลาของคริสต์มาส โรงแรมจะตกแต่งด้วยต้นคริสต์มาส และให้บริการอุปกรณ์อัจฉริยะมากขึ้นและตรวจสอบอุปกรณ์เป็นประจำเพื่อให้มั่นใจว่าการทำงานของอุปกรณ์อัจฉริยะปกติ

3. การศึกษาพบว่าโรงแรมอัจฉริยะในเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน เพิ่มอัตราการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคชาวจีน สามารถจัดหาโรงแรมหลากหลายสไตล์ให้ลูกค้าได้เลือก และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการของโรงแรมเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของโรงแรม

ข้อเสนอในศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เคยพักโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู เท่านั้น ควรทำการศึกษาในพื้นที่มณฑลอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน

2. การศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไป การสื่อสารการตลาดและการรับรู้บทวิจารณ์ออนไลน์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมอัจฉริยะในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน อันจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับธุรกิจด้านนี้มากยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ใหม่



ที่มา : (OpenAI., 2026)

เอกสารอ้างอิง

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques.* John Wiley & Sons.

Chengdu Total Population Statistics. (2019). *Chengdu total population statistics latest Chengdu population inflow and outflow proportion.* https://baike.so.com/doc/2453672-2593720.html

Chengdu Release. (2025). *ข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของนครเฉิงตู ปี 2024 ซึ่งรายงานนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.14 ล้านคน และการใช้จ่ายประมาณ 1.617 พันล้านหยวน.* https://www.yidaiyilu.gov.cn/p/0UMFF3OA.html?utm_source=chatgpt.com

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.

Lee, S. M. (2025). A study on the effects of hotel smart service attributes on customer satisfaction and revisit intention. *FoodService Industry Journal, 21*(6), 195–208. https://doi.org/10.22509/kfsa.2025.21.6.012

Likert, R. (1967). The method of constructing and attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude theory and measurement*. Wiley & Sons.

National Bureau of Statistics of China. (2025). *Statistical communiqué of the People's Republic of China on the 2024 national economic and social development.*

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory.* McGraw-Hill.

OpenAI. (2026, August 25). *องค์ความรู้ใหม่เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมอัจฉริยะในเฉิงตู มณฑลเสฮวน ประเทศจีน [AI-generated image].* ChatGPT. https://chatgpt.com/

Li, Z. (2023). *คุณภาพการบริการ.* https://wiki.mbalib.com/

Li, H. (2023). *รูปแบบพื้นที่ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวของโรงแรม Sanya และปัจจัยที่มีอิทธิพลจากคะแนน OTA* [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยไหหลำ].

Wang, L. (2023). การวิเคราะห์การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรม Mingdu, Huzhou Soochow Kaiyuan. *ธุรกิจและการจัดการ.* https://doi.org/10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.25660911.003