รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF SERVICE PROVIDED TO CUSTOMERS OF HOLIDAY INN VANA NAVA HUA HIN HOTEL

นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง

รหัสนักศึกษา 62205036

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 11536617 สหกิจศึกษา

CO-OPERATIVE EDUCATION

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CO-OPERATIVE REPORT

FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF SERVICE PROVIDED TO CUSTOMERS OF HOLIDAY INN VANA NAVA HUA HIN HOTEL

MISS. SURANGKHANA SUNGTHONG

STUDENT ID 62205036

A REPORT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT

FOR A CO-OPERATIVE EDUCATION

IN BUSINESS ADMINISTRATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS 2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2022
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองโครงงานพิเศษ

.....

หัวข้อโครงงานพิเศษ ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน
FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF SERVICE PROVIDED TO CUSTOMERS OF HOLIDAY INN VANA NAVA HUA HIN HOTEL

ชื่อนักศึกษา นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง
รหัสประจำตัว 62205036
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานพิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

อาจารย์ผู้ควบคุมสหกิจศึกษา	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชระ ศิลปเสวตร์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา สุบงกฎ	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 เวลา 09.30 – 10.00 น.
สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักวิชา ห้อง BA 206

เห็นชอบ/รับรอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชระ ศิลปเสวตร์)
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
วันที่ 23 เดือน พ.ค. พ.ศ. 66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
ประจำปีการศึกษา 2565

ชื่อเรื่องการศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน
ชื่อผู้จัดทำรายงาน	นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง
ชื่อสถานประกอบการ	โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานานาวา หัวหิน
ที่อยู่	129/129 ถนนเพชรเกษม ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อพนักงานที่ปรึกษา	นายปริญญา บำเรอ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 25 สิงหาคม2565 ถึง วันที่ 9 ธันวาคม 2565 ในตำแหน่ง นักศึกษาสหกิจ หน่วยงานแผนกบัญชี ณ โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานานาวา หัวหิน และได้รับมอบหมายจากเจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ให้ศึกษา และจัดทำรายงาน เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้เสร็จสิ้นลงแล้ว จึงขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ดังกล่าวมา พร้อมนี้ จำนวน 1 เล่ม เพื่อให้เกิดความครบถ้วนถูกต้องตามเงื่อนไข และกฎเกณฑ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง

นักศึกษาสหกิจศึกษา

สาขาบริหารธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสหกิจศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน
ชื่อ-สกุล	นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง
รหัสนักศึกษา	62205036
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ และใช้วิธีคำนวณตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยเฉลี่ย 1,200 คน ต่อเดือน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 300 คน การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.96 การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 132 คน (ร้อยละ 44.0) มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 124 คน (ร้อยละ 41.3) ประกอบอาชีพรับราชการ 142 คน (ร้อยละ 47.3) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี 1-3 ครั้ง จำนวน 163 คน (ร้อยละ 54.3) มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการห้องพัก 203 คน (ร้อยละ 67.7) ปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก และคุณภาพการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ 0.567 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Project Title	FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF SERVICE PROVIDED TO CUSTOMERS OF HOLIDAY INN VANA NAVA HOTEL
Student's Name	MISS SURANGKHANA SUNGTHONG
Student ID	62205036
Degree	Bachelor of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2022
Co-operative Advisors	Assistant P

Abstract

This research was a quantitative research. The objectives of the research were to 1) to study the general information of respondents who are the clients at Holiday Inn Vana Nava Hua Hin Hotel. 2) to study the opinion levels, regard the factors of customer service and the quality of customer service. 3) to analyze the customer service factors affecting service quality. The sample are the clients who receive the service on an average 1,200 people per month. However, 300 people of this sample, calculated by applying the Taro Yamane (1973) formula. A set of qualified questionnaires with the reliability value at 0.95 was used to collect data. The statistics used to analyze the collected data were descriptive statistics; frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's correlation coefficient.

It was found that most of the respondents were female, 132 people (44.0%), aged 46 years or over, 124 people (41.3%), 142 people (47.3%) worked in government service. Average service frequency 1-3 times a year, 163 people (54.3%) have the purpose of using the room for 203 people (67.7%). The service factor of Holiday Inn Vana Nava Hua Hin has an excel opinion level and service quality has a good opinion level. The correlation coefficient was 0.567. The results of the hypothesis test found that the factors affecting the quality of service provided to customers of Holiday Inn Vana Nava Hua Hin hotel had a correlation at the statistical significance level of 0.05.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

รายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง และความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษารายงานสหกิจศึกษา ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใส่ใจ และให้กำลังใจในการทำรายงานสหกิจศึกษาด้วยดีเสมอมา นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ ดร.กิตติ แก้วเขียว ดร.บิวณิชา พุทธเกิด และอาจารย์ภรณ์ไพลิน คุณวุฒิ ผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจเครื่องมือที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อรายงานสหกิจฉบับนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสมบูรณ์

ขอขอบคุณนายปริญญา บำเรอ แผนกบัญชี โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ที่ให้ความอนุเคราะห์นักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์สหกิจศึกษา กราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่สาว รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางใน การแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอมอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีคุณค่าจากรายงานสหกิจศึกษาเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แด่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่งที่ให้รายงานสหกิจศึกษาเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สุรางคนา สังข์ทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ II
กิตติกรรมประกาศ III
สารบัญ IV
สารบัญตาราง VI
สารบัญภาพ.....

ส่วนที่ 1 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
1.1 บทนำ..... 2
1.2 การปฏิบัติงาน..... 4

ส่วนที่ 2 หัวข้อรายงานสหกิจศึกษา
บทที่ 1 บทนำ
1.1 ความมาและความสำคัญของปัญหา..... 9
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... 10
1.3 สมมติฐานของการศึกษา..... 11
1.4 ขอบเขตของการศึกษา..... 11
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา..... 11
1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา..... 12
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ..... 12

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....
2.1 บริบทเกี่ยวกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน..... 14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ..... 16
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ..... 19
2.4 แนวคิดความพึงพอใจการใช้บริการ..... 23
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 30
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... 31

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน..... 33
4.2 ผลการศึกษาปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน..... 35
4.3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน 40
4.4 ผลการศึกษาทดสอบสมมติฐานการวิจัย..... 44

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
5.1 สรุปผลการวิจัย..... 54
5.2 อภิปรายผล..... 58
5.3 ข้อเสนอแนะ..... 59
บรรณานุกรม..... 61
ภาคผนวก 64
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... 65
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ จดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ 70
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของเครื่องมือ 78
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ 85
ประวัติผู้ศึกษา..... 133

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	32
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	33
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	33
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี.....	34
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ.....	34
4.6	สรุปผลรวมข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน....	35
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านบุคลากร.....	36
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความพึงพอใจ.....	37
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านกระบวนการบริการ.....	37
4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านเทคโนโลยี.....	38
4.11	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านโครงสร้างองค์กร.....	39
4.12	สรุปผลรวมข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน.....	40
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเข้าใจลูกค้า.....	40
4.14	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความน่าเชื่อถือ.....	41
4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า..... 42

4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการให้ความเชื่อมั่น..... 43

4.18 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างมีส่งผลต่อปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามเพศ..... 44

4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามอายุ..... 45

4.20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิ เดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามอายุ..... 46

4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วา นา นาวา หัวหิน จำแนกตามอาชีพ..... 47

4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิ เดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามอาชีพ..... 48

4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ..... 49

4.24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิ เดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ..... 50

4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จ าแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการ..... 51

4.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการ..... 52

4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน..... 53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพสถานประกอบการ.....	2
1.2	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ภาคเรียนที่ 1

โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

แผนกบัญชี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ภาพที่ 1.1 ภาพสถานประกอบการ

ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

129/129 ถนนเพชรเกษม ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110.

รูปแบบการให้บริการ

1.บริการที่พัก

2.บริการอาหารและเครื่องดื่ม

3.บริการรับส่งลูกค้า

4.บริการนวดสปา

5.บริการห้องประชุม

6.บริการสระว่ายน้ำและเครื่องออกกำลังกาย

7.บริการห้องสันทนาการสำหรับเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดมุ่งหมายของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

- ทุกสิ่งที่เราทำมีเป้าหมายเดียว คือการเป็นรีสอร์ทสำหรับครอบครัวที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งในภูมิภาค ที่ครองใจแขก พนักงาน และเจ้าของธุรกิจ
- เราทุกคนทำได้โดยส่งมอบการบริการที่จริงใจ กระตือรือร้น และอบอุ่น บริการด้วยใจเพื่อสร้างรอยยิ้มในความทรงจำของทุกคน
- เราทำสำเร็จได้โดยคัดสรรผู้ที่มีศักยภาพโดดเด่น พัฒนาบุคคลากร รักษามาตรฐานของแบรนด์ และส่งมอบแรงบันดาลใจให้กันและกันเพื่อพัฒนาให้วันนี้ดีกว่าเมื่อวานอยู่เสมอ

ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกสหกิจแผนกบัญชี

ลักษณะงาน จัดเรียงใบกำกับภาษี คีย์ข้อมูลรายการใบวางบิลสินค้า ตรวจเช็คใบเสร็จ (recheck bill) แนบใบจ่ายเช็คเข้ากับชุดใบวางบิล แยกเอกสารส่งแผนกต่างๆ

บุคลากรที่ปรึกษาและตำแหน่งของบุคลากรที่ปรึกษา

1.คุณปริญญา บำเรอ ปฏิบัติหน้าที่ หัวหน้าฝ่ายสินเชื่อ

ระยะเวลาปฏิบัติงาน

วันที่ ตั้งแต่ 25 สิงหาคม ถึง 9 ธันวาคม 2565

วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน

1. เพื่อหาประสบการณ์ทำงานจริงในสถานประกอบการณ์
2. เพื่อเรียนรู้การปรับตัว ในด้านการรับผิดชอบ ความอดทน และกฎระเบียบของการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม
3. เพื่อสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

1. สามารถนำความรู้ ความสามารถ และทักษะจากการปฏิบัติงานไปใช้ในการทำงานในสถานประกอบการจริง
2. มีความอดทนในการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นที่มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน
3. ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น วัฒนธรรมขององค์กรที่เราทำงาน
4. ได้ฝึกตัวเองให้เป็นคนที่มีระเบียบวินัยมากขึ้น เช่น การเข้ามาทำงานให้ตรงเวลา
5. ได้ฝึกตนเองเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปฏิบัติงาน

เดือนสิงหาคม พ.ศ.2565

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
แยกเอกสารส่งตามแผนก	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - เอกสารบางแผ่นมีข้อมูลหรือรายเซ็นต์ไม่ครบถ้วน <u>วิธีการแก้ไข</u> - แจ้งไปที่พนักงานแต่ละแผนกให้นำเอกสารกลับไปทำให้สมบูรณ์	- ฝึกความละเอียดรอบคอบในการตรวจเอกสารต่างๆ
Recheck Bill - คัดแยกใบเสร็จเพื่อให้พนักงานในแผนกนำไปดำเนินการต่อ เช่น ส่วนลด ยอดรายได้จากบัตรเครดิต โปรโมชั่นต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในราคาพนักงาน หรือโควต้าห้องอาหารของพนักงานระดับหัวหน้า	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - บางใบเสร็จไม่แนบใบส่วนลดแต่ทำการลดราคาไปแล้ว - บางใบเสร็จต้องใช้ลายเซ็นต์ของหัวหน้าแผนก ทำให้เกิดความล่าช้าในการตามงาน <u>วิธีการแก้ไข</u> - ตามเอกสารจากพนักงานที่ออกใบเสร็จ และเน้นย้ำทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด	- การตรวจรายละเอียดของเอกสาร - ความกล้าที่จะถามในสิ่งที่สงสัยหรือสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหา - ทราบระบบการทำงานของแต่ละส่วนเพิ่มมากขึ้น
เรียนรู้งานเบื้องต้นของฝ่ายจัดซื้อ	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - สินค้าเข้ามาไม่ครบถ้วนตามใบรายการ <u>วิธีการแก้ไข</u> - ติดต่อทางผู้จำหน่ายให้นำสินค้ามาให้และสั่งให้ตรวจสอบอย่างละเอียดทุกครั้งเพื่อไม่เป็นการทำให้เสียเวลา	- ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น - ได้ทำงานร่วมกับพาทเนอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปฏิบัติงาน

เดือนกันยายน พ.ศ.2565

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- ใช้เครื่องคิดเลขไฟฟ้าในการคำนวณยอดเรียกเก็บค่าสินค้า	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ยอดที่คำนวณมีจำนวนเยอะ หากคำนวณผิดเลขเดียวต้องเริ่มใหม่ทั้งหมด <u>วิธีการแก้ไข</u> - แบ่งคำนวณเป็นชุดๆตามหน้ากระดาษที่แบ่งไว้	- ได้ฝึกวิธีการใช้เครื่องคิดเลขไฟฟ้าในการคำนวณ
Payment Voucher - แนบใบจ่ายเช็คให้เข้าชุดพร้อมเก็บรวบรวมเอกสารใบเรียกเก็บเงิน รายการสินค้าที่สั่งภายในเดือนนั้นๆไว้ด้วยกันและคำนวณยอดให้ตรงกับใบวางบิล	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ใบวางบิลมีรูปแบบคล้ายกันทำให้อาจมีการแยกผิดหรือปนไปกับของรายอื่น ทำให้เกิดความล่าช้าในการปิดรายการจ่ายนั้น <u>วิธีการแก้ไข</u> - ตรวจให้ละเอียดก่อนแยกใบวางบิลและทำไฟล์แยกไว้เป็นบริษัทให้เรียบร้อยเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา	- ทราบถึงรายละเอียดในการนำจ่ายเช็คแต่ละครั้งจะต้องมีเอกสารอะไรประกอบบ้างเพื่อความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล
Check refund report - ตรวจสอบรายการคืนเงินลูกค้าว่ามีเอกสารครบถ้วนและสามารถทำจ่ายได้เลยหรือไม่	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - กรณีที่ลูกค้ากลับต่างประเทศไปแล้วจะทำให้การคืนเงินมีความซับซ้อนและมีขั้นตอนมากขึ้น <u>วิธีการแก้ไข</u> - ทำการตรวจสอบและคทนเงินทันทีที่พบปัญหาเพื่อไม่ทำให้เกิดความล่าช้าต่อลูกค้าลไม่เป็นการเพิ่มกระบวนการทำงานให้กับพนักงาน	- ทำให้พบว่าการให้บริการที่รวดเร็วและรอบคอบจะทำให้ประหยัดกระบวนการขั้นตอนการทำงานได้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปฏิบัติงาน

เดือนตุลาคม พ.ศ.2565

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- การเข้าไปช่วยที่ห้องอาหารของโรงแรมในช่วงเช้ากรณีที่มีลูกค้าเข้าใช้บริการพร้อมกันจำนวนมาก	ปัญหาที่พบเจอ - เมื่อลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกันในช่วงเวลาเช้าทำให้จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า วิธีการแก้ไข - รับพนักงานชั่วคราวเข้ามาช่วยในช่วงเช้าเพราะเป็นช่วงที่ลูกค้าเข้ารับบริการมากที่สุด	- ได้ฝึกทักษะการให้บริการลูกค้าในห้องอาหาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น
- แยกใบวางบิลสินค้าเข้าในแฟ้มของแต่ละบริษัทเพื่อนำมาเข้าชุดรายการนำจ่าย	ปัญหาที่พบเจอ - ใบวางบิลมีรูปแบบคล้ายกันทำให้อาจมีการแยกผิดหรือปนไปกับของรายอื่น ทำให้เกิดความล่าช้า วิธีการแก้ไข - ตรวจให้ละเอียดก่อนแยกใบวางบิลและทำไฟล์แยกไว้เป็นบริษัทให้เรียบร้อยเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา	- การจัดการเอกสารอย่างเรียบร้อยช่วยส่งผลให้การทำงานในขั้นตอนต่อไปง่ายและเร็วขึ้น
- แยกใบกำกับภาษีจากใบรายการสินค้า	ปัญหาที่พบเจอ - ใบกำกับภาษีหายหรือปนไปกับบริษัทอื่น วิธีการแก้ไข - ควรแยกแบบวันต่อวันไม่ปล่อยให้สะสมไว้นาน	- ฝึกการจัดขั้นตอนการทำงานที่เป็นระบบ เพื่อทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปฏิบัติงาน

เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2565

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- ใช้โปรแกรม Excel กรอกเลขที่ใบรายการสินค้าพร้อมยอดค่าใช้จ่าย	ปัญหาที่พบเจอ - เลขคล้ายกัน ทำให้เกิดการกรอกข้อมูลซ้ำ วิธีการแก้ไข - แยกเอกสารให้เรียบร้อยก่อนทำการกรอกข้อมูล	- ได้ฝึกทักษะการใช้โปรแกรมExcel
- ใช้โปรแกรมExcel ในการคำนวณภาษี	ปัญหาที่พบเจอ - การเรียงลำดับใบเสร็จผิดทำให้ต้องเริ่มใหม่ วิธีการแก้ไข - เรียงเอกสารให้เรียบร้อยก่อนทำการกรอกข้อมูล	- การจัดการเอกสารอย่างเรียบร้อยช่วยส่งผลให้การทำงานในขั้นตอนต่อไปง่ายและเร็วขึ้น
- เก็บผ้าปูที่นอนและขยะในห้องพัก	ปัญหาที่พบเจอ - ลูกค้าทัวร์เช็คเอ้าท์ออกพร้อมกันทำให้พนักงานทำความสะอาดที่มีอยู่ไม่เพียงพอ วิธีการแก้ไข - ขอพนักงานจากแผนกอื่นที่ว่างในขณะนั้นเข้ามาช่วย	- องค์กรที่ดีส่งผลให้เกิดความสามัคคีในการทำงาน มีน้ำใจนำการช่วยเหลือ ไม่แบ่งชนชั้นกันในที่ทำงาน ทำให้การทำงานร่วมกันเป็นไปได้ดีมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า
โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน
กรณีศึกษา : โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่1
บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรมที่หลากหลายดึงดูดใจให้ชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งจากตลาดต่างประเทศ และตลาดไทยเที่ยวไทย เป็นเงิน 2.76 ล้านล้านบาท การท่องเที่ยวยังช่วยกระจายรายได้และสาธารณูปโภคไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ก่อให้เกิดการขยายโอกาส ด้านการสร้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หรือธุรกิจขนส่งได้สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ เกิดการลงทุน และการสร้างงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่พักถือเป็นองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้สรุปแผนการส่งเสริมการตลาด ประจำปี 2560 โดยการกำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปี 2560-2564 คือการให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพมากขึ้น และผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน จึงมีแนวทางในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศไทยสู่การเป็น “Preferred Destination” ซึ่งก็ คือการมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม หรือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยนึกถึง และได้เลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ทั้งนี้ พื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดสามลำดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และพัทยา (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน (Holiday Inn Vana Nava Hua Hin) เป็นโรงแรมที่มีการบริการในส่วนของที่พัก และสวนน้ำแห่งแรกในเอเชียภายใต้แบรนด์ฮอลิเดย์ อินน์ สำหรับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ขนาด 300 ห้อง อาคารโรงแรมมีความสูง 140 เมตร นับเป็นโรงแรมที่สูงที่สุดในเมืองหัวหินมองเห็นวิวทะเลแบบพาโนราม่า และมีความโดดเด่นในการอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบจากโรงแรมอื่น ๆ ในหัวหิน ภายในมีพื้นที่รองรับการประชุม และการจัดกิจกรรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในหัวหินด้วยพื้นที่ห้องประชุมกว่า 1,500 ตารางเมตร มีอุปกรณ์การประชุมที่ครบวงจร และทันสมัย มีสระว่ายน้ำบนชั้นสูงสุดที่สามารถมองเห็นวิวของเมืองหัวหินไปจนถึงเขาเต่า นอกจากนี้ ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร แผนกล็อบบี้ 24 ชั่วโมง ห้องออกกำลังกาย 24 ชั่วโมง สปา และคิดส์คลับ (สำหรับเด็ก) ที่สำคัญผู้เข้าพักทุกห้องจะได้สิทธิ์เข้าใช้บริการสวนน้ำแบบไม่จำกัดเวลาระหว่างช่วงที่พักในโรงแรม โดยที่มีทางเข้าเฉพาะลูกค้าของโรงแรมไม่ต้องเข้าคิวหรือซื้อตั๋ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหารเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการที่โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลเพราะเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว และเมื่อมีผู้เข้าใจบริการจำนวนมาก จึงทำให้เกิดปัญหาความล่าช้าในด้านของการบริการ จากการสอบถามปัญหาภายในองค์กรที่เกิดขึ้นจากคุณปริญญา บำเรอ หัวหน้าฝ่ายสินเชื่อของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นดังนี้ การส่งกระเป๋าสัมภาระให้ลูกค้าถึงห้องพักล่าช้า พนักงานบริการในห้องอาหารบริการไม่ทั่วถึง ซึ่งอาจมีปัญหามาจากจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ หรือระบบการทำงานล่าช้าไม่มีการรองรับจำนวนลูกค้าได้มากพอ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการ จะส่งผลต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (Covid – 19) ส่งผลถึงการบริหารจัดการและการให้บริการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการให้บริการของที่พัก โรงแรมต่าง ๆ ซึ่งต้องคำนึงถึงความปลอดภัย และการดูแลรักษาความสะอาด และสุขอนามัย ทำให้สถานประกอบการ และนโยบายในการบริหารจัดการต้องมีการปรับเปลี่ยน โดยเฉพาะโรงแรมที่มีการให้บริการในส่วนของที่พัก และร้านอาหาร สวนน้ำสถานบันเทิงสวนสนุกต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสถานประกอบการได้มีการวางมาตรฐานการให้บริการไว้อย่างดีแล้วแต่ก็มักจะพบเจอปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการบริการ เช่น การบริการลูกค้าไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดการบริการที่ล่าช้า ซึ่งอาจจะเกิดจากจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ระบบการทำงานขัดข้อง กระบวนการทำงานไม่สามารถเป็นไปตามที่วางแผนไว้ จึงส่งผลทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ หรือไม่ประทับใจในการเข้าใช้บริการ และส่งผลด้านทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจ ฉะนั้นการบริการที่ดีต้องสามารถมีการประเมินคุณภาพของงานบริการได้ เพื่อนำผลการประเมินมาพิจารณาในการแก้ไขปรับปรุง เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการบริการของกิจการ เพราะการประเมินคุณภาพด้านการบริการล้วนมาจากความพึงพอใจในการได้รับบริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน”

1.2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3. สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1.4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1.4.1.ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.1.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ปัจจัยการบริการ ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านความพึงพอใจ ด้านกระบวนการบริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างองค์กร

1.4.1.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2) คุณภาพการให้บริการ ความเข้าใจลูกค้า ความเชื่อถือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าที่เข้ารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำนวน 300 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ 25 สิงหาคม 2565 ถึง 31 พฤกษภาคม 2566

1.5.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

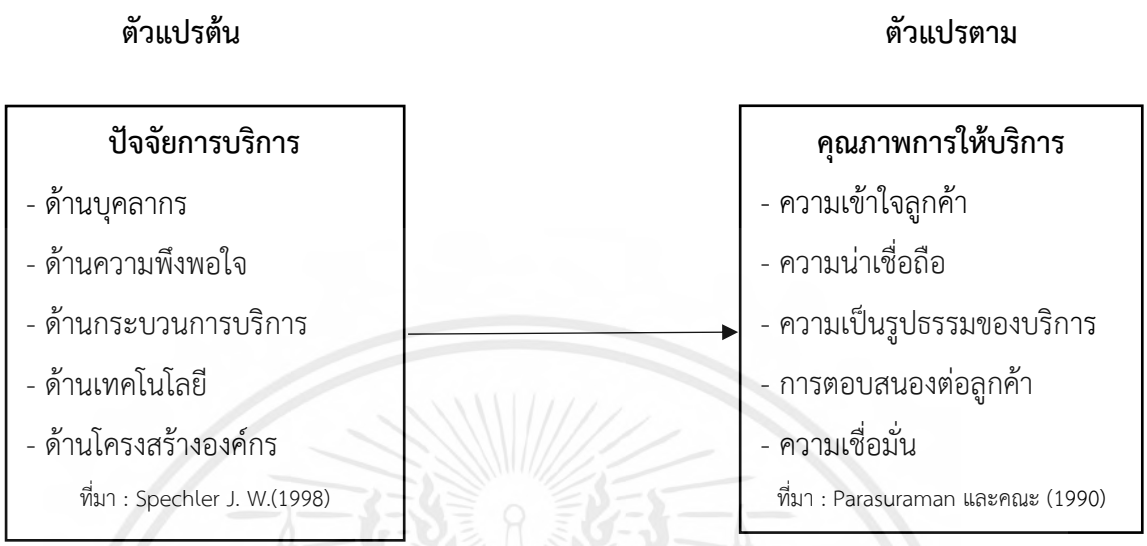
1.5.1 เพื่อทราบถึงคุณลักษณะ และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1.5.2 เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1.5.3 เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการและคุณภาพบริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7. นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพ หมายถึง ลักษณะที่ดีเด่นของสิ่งใด ๆ คุณภาพของสิ่งของอาจจะมองที่ลักษณะประโยชน์ใช้สอย ความทนทาน ความสวยงาม หรือประสิทธิภาพในการใช้งาน เช่น เราต้องพัฒนาสินค้าของเราให้มีคุณภาพ เพื่อแข่งขันกับสินค้าของผู้อื่นในตลาดโลก สินค้าหัตถกรรมของเรามีคุณภาพ จึงเป็นที่ต้องการ ส่วนคุณภาพของคนอาจพิจารณาจากความรู้ ความสามารถในการทำงาน ความสามารถในการบริหารหรือในการแก้ปัญหา ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคลนั้น

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการหรือใช้บริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง มาตรฐานของการประเมินคุณภาพบริการทาง การตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและบริการที่ผู้ใช้รับรู้ได้ จริงจากการใช้บริการ ซึ่งจะทำให้สามารถนำมาพัฒนาการให้บริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้

ลูกค้าหรือผู้บริโภค คือผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากกิจการจึงเป็นผู้ที่มีความสำคัญ มีผลต่อการเติบโตของกิจการ ทุกกิจการจึงให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกร่วม ของบุคคลที่มีต่อ การเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็น พลังภายในของแต่ละบุคคล อันเป็นความสัมพันธ์ ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและความต้องการ ด้านจิตใจนำไปสู่การค้นหาสิ่งที่ต้องการมาตอบสนอง เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ แล้วจะเกิดความรู้สึกมีความสุข กระตือรือร้น มุ่งมั่น เกิดขวัญกำลังใจ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิผลของการกระทำกิจกรรมที่นำไปสู่ เป้าหมายนั้นสำเร็จตามที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการ หมายถึงแนวทางการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างมีขั้นตอน ซึ่งวางไว้อย่างเป็นลำดับตั้งแต่ต้นจนจบแล้วเสร็จตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ ขั้นตอนดังกล่าวช่วยให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพนำไปสู่ความสำเร็จตามจุดประสงค์และเป้าหมายได้ โดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยสุด

เทคโนโลยี หมายถึง การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการตลอดจน ผลงานทางวิทยาศาสตร์ทั้งสิ่งประดิษฐ์และวิธีการ มาประยุกต์ใช้ในระบบงาน เพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานให้ดียิ่ง ขึ้นและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานให้มีมากยิ่งขึ้น

โครงสร้างองค์กร หมายถึง การวางแผนในการที่จะแบ่งกลุ่มงานต่าง ๆ โดยพิจารณาจากลักษณะงาน ความรับผิดชอบ รวมทั้งการประสานงาน ระหว่างกลุ่มงาน ที่ได้แบ่งไว้ในตอนต้น นอกจากนี้ยัง ต้องพิจารณาถึงอำนาจในการตัดสินใจของแต่ละตำแหน่ง ด้วยโครงสร้างองค์กรจะแสดงออกมาในรูปของแผนภูมิ องค์การโดยจะชี้ให้เห็นว่าจะต้องรายงานให้แก่บุคคลในตำแหน่งใด

ความเข้าใจลูกค้า หมายถึง แนวโน้มในพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งมีเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับผู้บริโภค

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคคิดเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลสถานภาพที่เราสร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของเราที่ทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ เป็นพฤติกรรมที่ดี ที่เราสะสมไว้ทุก ๆ วัน เป็นเวลายาวนาน จากอดีตถึงปัจจุบัน การจะมีความน่าเชื่อถือนั้น คือ การมีพฤติกรรมในการทำงานหลายอย่างรวม ๆ กัน

ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้ เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่สถานที่บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์รวมทั้งสภาพแวดล้อม

การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง การที่พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงความปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ รวม ไปถึงการที่พนักงานไม่น าความลับไปเผยแพร่ต่อสาธารณชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นตามลำดับดังนี้

2.1. บริบทเกี่ยวกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

2.2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

2.3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ

2.4. แนวคิดความพึงพอใจการใช้บริการ

2.5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.บริบทเกี่ยวกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

จุดเริ่มต้นของธุรกิจจริง ๆ นั้นมาจากบริษัทเบียร์ ซึ่งก่อตั้งโดย William Bass ตั้งแต่ปี 1777 ในประเทศอังกฤษ โดยเขาทำทั้งธุรกิจเบียร์และสถานบันเทิง เพื่อขายเบียร์ที่เขาผลิตขึ้นมาด้วย จากนั้นอีกกว่าร้อยปี ในปี 1935 Bass ก็ได้เปลี่ยนสภาพจากบริษัททั่วไปเป็นบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน และในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันที่อีกฟากหนึ่งของโลก เครือโรงแรม Intercontinental และ Holiday Inn ก็กำลังสร้างชื่อเสียงขึ้นมาอย่างช้า ๆ

Holiday Inn ก่อตั้งโดยนักธุรกิจ Kemmons Wilson ในปี 1952 ที่อยากให้ครอบครัวมีโรงแรมที่มีคุณภาพไว้พักผ่อนหย่อนใจเวลาท่องเที่ยว และในภายหลัง Holiday Inn ก็กลายเป็นโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์เป็นบริษัทแรก

ที่ตั้งโครงการ

โครงการ HOLIDAY INN HUA-HIN ตั้งอยู่ที่ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดำเนินการ โดย บริษัท วานา นาวา จำกัด โดยโครงการเป็นโรงแรม ประกอบด้วย อาคารโรงแรม ขนาดความสูง 25 ชั้น ความสูง 140 เมตร (ความสูงวัดถึงระดับยอดอาคาร) จำนวน 1 อาคาร และอาคารห้องเครื่อง ขนาดชั้นเดียวความสูง 5.4 เมตร ความสูงวัดถึงระดับพื้นชั้นหลังคา มีจำนวนห้องพักรวมทั้งสิ้น 301 ห้อง ปลูกสร้างบนที่ดิน จำนวน 3 แปลง ขนาดพื้นที่รวม10-1-62.8 ไร่ หรือ 16,651.2 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดมุ่งหมายของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

1. ทุกสิ่งที่เราทำมีเป้าหมายเดียว คือการเป็นรีสอร์ทสำหรับครอบครัวที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งในภูมิภาค ที่ครองใจแขก พนักงาน และเจ้าของธุรกิจ
2. เราทุกคนทำได้โดยส่งมอบการบริการที่จริงใจ กระตือรือร้น และอบอุ่น บริการด้วยใจเพื่อสร้างรอยยิ้มในความทรงจำของทุกคน
3. เราทำสำเร็จได้โดยคัดสรรผู้ที่มีศักยภาพโดดเด่น พัฒนาบุคคลากร รักษามาตรฐานของแบรนด์ และส่งมอบแรงบันดาลใจให้กันและกันเพื่อพัฒนาให้วันนี้ดีกว่าเมื่อวานอยู่เสมอ

รูปแบบการให้บริการ

1. บริการที่พัก
2. บริการอาหารและเครื่องดื่ม
3. บริการรับส่งลูกค้า
4. บริการนวดสปา
5. บริการห้องประชุม
6. บริการสระว่ายน้ำและเครื่องออกกำลังกาย
7. บริการห้องสันทนาการสำหรับเด็ก
8. สนามกอล์ฟ

กระบวนการทำงาน

เนื่องจากโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน มีการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบจึงทำให้ต้องมีการแบ่งงานเป็นหลายแผนก ซึ่งหากมีการเข้ามารับบริการในส่วนของทางโรงแรมจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและพนักงานพร้อมต้อนรับลูกค้า โดยแบ่งดังนี้

บริการรับส่ง ได้แก่ รถเช่า บริการจองรถรับส่ง

บริการต้อนรับ ได้แก่ พนักงานบริการต้อนรับลูกค้า พนักงานยกกระเป๋าสัมภาระ

บริการทำความสะอาด ได้แก่ บริการซักรีด ห้องซักรีด บริการซักแห้ง

บริหารอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหาร บาร์ คาเฟ่ รูมเซอร์วิส ล็อบบี้บาร์

บริการธุรกิจ ได้แก่ ห้องประชุม ถ่ายเอกสาร ห้องจัดเลี้ยง ห้องอเนกประสงค์

บริการสำหรับเด็ก ได้แก่ สโมสรเด็ก พนักงานดูแลเด็ก สนามเด็กเล่น

ทางโรงแรมได้นำเอาเทคโนโลยี “RFID” (อาร์เอฟไอดี) เข้ามาอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพักในโรงแรม โดยลูกค้าจะได้รับสายรัดข้อมือ RFID ซึ่งสามารถใช้เข้าสู่สวนน้ำ เปิดประตูห้องพักโรงแรม และจ่ายค่าอาหาร ค่าบริการทั้งหมด อีกทั้งยังสามารถเลือกชำระเงินภายในครั้งเดียวแบบ Pre-paid หรือ Post-paid ก็ได้ ช่วยให้พ่อแม่สามารถเติมเงินสำหรับเด็กๆ ในจำนวนที่ต้องการ หรือกลุ่มสัมมนาสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้ นอกจากนี้ ยังมีแผนพัฒนาการใช้เทคโนโลยีกับบริการอื่นๆ ในอนาคต เช่น บริการ e-commerce ภายในห้องพัก เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) กล่าวว่า การให้บริการณเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการนั้นจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

น้ำลิน เทียมแก้ว (2561) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) กล่าวว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหมายของลูกค้า หรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น คุณภาพ คือผลิตภัณฑ์บริการที่ดีที่สุดโดยมีคุณค่า และมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ หากผู้รับบริการได้รับการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง กล่าวได้ว่า การบริการมีคุณภาพ คุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ หรือบริการกับการรับรู้ที่แท้จริงที่มีโดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุด และตรงตามที่คาดหวังก็ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ดังกล่าวมีคุณภาพ

Goetsch & Davis (1997) กล่าวว่า เป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะวิธีการควบคุม คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ขณะเดียวกันคุณภาพการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลไปยังภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการจนถึงสิ้นสุดการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดียิ่งขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมิน การให้บริการในขณะนั้น

Kotler (2000) กล่าวว่า การให้บริการ คือการกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่ง หรือบุคคลคนหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่ง หรือบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลิตผลของการบริการอาจเกี่ยวข้อง หรืออาจไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองตอบต่อความต้องการแก่ลูกค้าทางกายภาพ

Max Waber (1996) ให้ทักษะเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลกล่าว คือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษทุกคนได้รับการปฏิบัติที่เท่าทียมกันตามเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Parasuraman และคณะ (1991) รายงานว่าทั่วไปการวัดคุณภาพของการให้บริการสามารถวัดได้โดยวัดช่องว่าง (Gap) ระหว่างการบริการที่ลูกค้ารับรู้ และการบริการที่ลูกค้าคาดหวังบนพื้นฐานของ 5 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) คือความสามารถที่จะให้บริการตามคำมั่นด้วยความถูกต้อง

2. ความสามารถตอบสนอง (responsiveness) คือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและบริการอย่างรวดเร็ว

3.ความแน่นอน (assurance) คือการให้ความรู้ความสุภาพของพนักงาน และความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

4. ความเข้าใจลูกค้า (empathy) คือการดูแลลูกค้าของกิจการอย่างทั่วถึงเฉพาะราย

5.ลักษณะที่สัมผัสได้ (tangible) คือแสดงลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร

ปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งพบว่าคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์โดยรวม และรายด้าน มีความแตกต่างกันตามการรับรู้ของประชาชน โดยประชาชนกลุ่มที่มีรายได้ต่ำมีการรับรู้ได้น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง สะท้อนถึงการส่งมอบคุณภาพการบริการของภาครัฐที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนได้ทุกระดับรายได้ ดังนั้น จึงควรปรับปรุงการส่งมอบคุณภาพการบริการที่สามารถสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนทุกระดับรายได้ โดยใส่ใจมากขึ้นต่อหลักความเสมอภาคที่ประชาชนควรได้รับการปฏิบัติ และได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิดเชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษา และอื่น ๆ

ประภาพร สิงห์ทอง และทัตษภร ศรีสุข (2564) เป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจร ก็คือการมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งผู้ให้บริการต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการต่อเนื่อง การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติ และการใช้ดุลยพินิจต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก ซึ่งเขามีสิทธิที่จะรับรู้ หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้ง ดังนั้น จึงควรพัฒนาขั้นตอนทั้งก่อน และขณะบริการที่รวดเร็วขึ้น ขณะที่ผู้ให้บริการต้องมีความกระตือรือร้น สุภาพอ่อนน้อม เสมอภาค และให้บริการอย่างถูกต้องตรวจสอบได้

Lewis & Bloom (1983) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) หมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิลาสินี จงกลพืช (2563) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการ ว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้อง กับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบของการบริการดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การให้บริการที่ดีต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้ถึงปัญหาที่แท้จริงของลูกค้า ตอบสนองลูกค้าโดยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวางแผนการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องคำนึงถึงการจัดทำแผนธุรกิจ การวางแผนงบประมาณ และการวางแผนการตลาด โดยต้องมีการจัดการสินค้าและบริการให้เหมาะสม การให้บริการที่มีคุณภาพจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อธุรกิจของเรา

3. การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงาน และทำให้พวกเขามีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

4. การสร้างความไว้วางใจการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญในการให้บริการ โดยการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า

5. การตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการให้บริการของเราตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและได้มาตรฐาน ถือเป็นการติดตามความพึงพอใจของลูกค้า และการเก็บข้อมูลในการให้บริการจะช่วยให้เราปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในอนาคตให้ดีขึ้นอีกด้วย

แบรรี่ (Barry,1991) ได้ให้ความหมายว่า บริการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ ขององค์ประกอบคุณภาพบริการ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ได้แก่ ความสม่ำเสมอและความพึ่งพาได้

2. การตอบสนอง (responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่าง ต่อเนื่องและการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็น อย่างดี

3. ความสามารถ (competence) ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสารและความสามารถในความรู้ที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (access) คือ ผู้ใช้บริการเขาใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ซับซ้อน ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการสะดวกสำหรับผู้รับบริการ และอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ได้แก่ การแสดงความสุภาพต่อ ผู้ใช้บริการให้การต้อนรับที่เหมาะสมและผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (communication) ได้แก่ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตงาน บริการและการอธิบายขั้นตอนการใช้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (credibility) มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง (security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (understanding) ได้แก่ การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้รับบริการและการให้ความสนใจต่อผู้รับบริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (tangibility) ได้แก่ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ให้ พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการและการจัด สถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง การคำนึงถึงผู้เข้ารับบริการเป็นหลักและมีมาตรฐานในการให้บริการ ประพฤติปฏิบัติตนให้เหมาะสม หากเกิดสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดผู้ให้บริการควรต้องมีการจัดการวาง แนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อไม่ให้เกิดผลเสียต่อการให้บริการและส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการบริการเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนในการบริการลูกค้า

2.3.แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ

Schmenner, Roger (1995) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการคือผลที่ได้มาจากการรับรู้จริงจากการรับบริการลบด้วยความคาดหวังที่คาคว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากผลการรับรู้ในรับบริการมีน้อยกว่าความคาดหวัง หรือเกิดความพึงพอใจด้านการบริการน้อยที่สุดก็จะทำให้มุมมองของผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร และหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมีผลในระดับมากกว่าสิ่งที่คาดหวังในคุณภาพการให้บริการ หรือเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ผลลัพธ์ก็จะเป็นบวก หรือรับรู้ว่าผู้ให้บริการมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

Lovelock, C.H. (1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหาสามารถ และอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากล (2561) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของคุณภาพการให้บริการที่ดีต่อการประกอบธุรกิจไว้ ดังนี้

1. ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) คือการให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด หากทำคุณลักษณะข้อนี้ไม่ดียังไม่ต้องทำตัวถัดไป การให้บริการที่ถูกต้องเหมาะสม และเกิดความพึงพอใจ

2. ความสุภาพ มีมารยาท (Courtesy) คือความมีน้ำใจ พูดจาไพเราะ

3. ความคงเส้นคงวา (Consistency) คือมีรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแบบเดียวกัน ไม่ว่าลูกค้าจะไปใช้บริการที่สาขาใดก็ตาม ก็จะได้รับบริการที่เหมือนกัน

4. การเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) คือมีช่องทางให้ติดต่อกับบริษัทได้ หลากหลายช่องทาง ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อได้ตามความสะดวก เช่น ลูกค้า สามารถ Walk in ไปที่สาขา หรือโทรสอบถามไปทาง Call Center เช็คข้อมูลได้ทาง Website หรือ ส่ง E-mail และการ Chat ตอบคำถามได้เลยทันที

5. การตอบสนอง (Responsiveness) คือการแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ เช่น SMS เพื่อแจ้งข่าวสาร แจ้งกำหนดเมื่อถึงเวลาชำระเงินแล้ว แจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาเข้ารับบริการ หรือมีการสอบถามโปรโมชั่นอื่น ๆ บริษัทจะต้องทำการตอบกลับลูกค้าโดยมีทันที

6. ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Completeness) คือการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ครบถ้วนในครั้งเดียว (One Stop Service) คือลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ และบริษัทมีโอกาสที่จะเพิ่มยอดขาย และสามารถขยายบริการได้เพิ่มขึ้น (Cross Sale) เช่น ลูกค้าโทร เข้ามาที่ร้าน ถามว่ามีการให้บริการทำเล็บรูปแบบอื่นหรือไม่ เจ้าหน้าที่ต้องให้ข้อมูลแนะนำได้ว่ามีบริการประเภทไหนบ้าง ข้อดีของบริการนั้น ๆ แต่ละรายการใช้เวลาในการทำกี่นาที ราคาเท่าไหร่ และมีเวลาไหนบ้าง ที่ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพอใจในบริการที่ดี มีความครบถ้วนสมบูรณ์ โทรมาแล้วรับทราบข้อมูลได้มาก และเกิดประโยชน์ และทราบเวลาที่ลูกค้าสะดวกเลือกใช้บริการ

7. เวลา (Timeliness) ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง ลูกค้ามีความคาดหวัง เมื่อเข้ารับบริการจะใช้เวลาน้อยที่สุด และคุ้มค่าที่สุดในการที่จะทำสิ่งใด ๆ ต้องระมัดระวังเรื่องการจัดคิวให้เป็นระบบจะไม่มีการถูกรัดคิว หรือรอคิวเป็นเวลานาน

อารยา ลิมทวีสมเกียรติ (2563) ได้กล่าวว่า สิ่งสำคัญของคุณภาพการให้บริการ คือการสร้างความแตกต่างในธุรกิจ นักการตลาดมีความจำเป็นต้องทำการวิจัยเพื่อศึกษาให้ทราบถึงเกณฑ์ต่อไปนี้ เพื่อนำไปประกอบพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ โดยมีดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) การคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ การจัดสรรเวลาให้แก่ลูกค้า คือลูกค้าต้องไม่รอคิวนาน สถานที่ตั้งต้องเด่นชัดเดินทางสะดวก สามารถในการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ต้องสื่อสารด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย และอธิบายให้รายละเอียดกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน เช่น แจ้งช่องทางการติดต่อที่สะดวกสำหรับผู้ที่ไม่เคยมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ โดยอาจจะทำให้เห็นเป็นรูปภาพในการสื่อสาร เพื่อผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้ หรือชาวต่างชาติก็เข้าใจวิธีการใช้งานได้

3. ความสามารถ (Competence) คือความสามารถของบุคลากรต้องมีความชำนาญเฉพาะด้าน และอุปกรณ์ต้องมีความพร้อม สะอาด ปลอดภัยที่จะใช้งาน

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) โดยบุคลากรต้องมีน้ำใจต่อผู้รับบริการ

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัท และบุคลากรสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการบริการให้แก่ลูกค้า การคิดอัตราค่าบริการถูกต้องชัดเจน และมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับลูกค้ามากที่สุด

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา และถูกต้องเหมาะสม

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานต้องสามารถให้บริการ และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันที และรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ต้องปราศจากสารอันตรายผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ต้องได้รับการรับรอง

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) การให้บริการที่ลูกค้าสามารถประเมินคุณภาพการให้บริการได้ตามความพึงพอใจที่ได้รับ

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand/ Knowing Customers) พนักงาน หรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบ เพื่อพยายามเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ร้อยโทหญิง พัชรมน เชื้อนาคะ (2560) กล่าวไว้ว่า ในการพิจารณาความสำคัญของบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร

2. ถ้าบริการไม่ดีจะมีผลเสียอย่างไร

บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ อันได้แก่ ความคิด และความรู้สึก ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ

2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ

3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก

4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน

5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ

7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้กล่าวว่า การพัฒนาและสร้างรูปแบบเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถูกนำไปใช้บ่อยที่สุดสำหรับการวัดคุณภาพการบริการ เป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะเข้าพบการบริการ และเป็นการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยได้พัฒนารูปแบบโมเดล และ สรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการจาก 10 ด้านเหลือ 5 ด้านดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอใน ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึง สิ่งต่างๆ ที่มองเห็น จับต้องได้ เช่น เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ บุคลากรหรือพนักงาน และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสาร ป้ายต่างๆ ที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร อาคารสถานที่ สำนักงาน การตกแต่ง และบริเวณที่ให้บริการลูกค้า อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ ทันสมัย การแต่งกายของผู้ให้บริการ เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ เป็นความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับ สัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการทุกครั้ง ซึ่งมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของ การบริการที่จะท าให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า การบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจ ได้

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ผู้ที่ให้บริการนั้น มีความ พร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ อย่างรวดเร็ว และผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกสบาย จากการมาใช้บริการ

4. การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการนั้น มีทักษะ ความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการได้ด้วยความสุภาพ เรียบร้อย มีกิริยา ท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ รวมทั้ง สามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5. การเอาใจใส่หรือ เข้าถึงจิตใจ (Empathy) คือ ผู้ให้บริการมีความสามารถในการดูแลความเอาใจใส่ เข้าอกเข้าใจต่อผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการสามารถ แสดงถึงความเข้าใจที่มีต่อผู้รับบริการได้

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพการ ให้บริการคือสิ่งที่เป็นความคาดหมายของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่จะคาดหวังถึงคุณภาพของการ บริการที่ได้รับ โดยคุณภาพการให้บริการต้องมีการควบคุมคุณภาพให้ดีอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียต่อการบริการและองค์กร หลักการให้บริการที่ดี ต้องมีจิตบริการ และพึงระลึกว่าลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ การวัดคุณภาพการให้บริการเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงระดับการให้บริการว่าอยู่ในเกณฑ์ใด โดยจะสามารถนำข้อบกพร่องมาทำการปรุงแก้แก้ไขได้อย่างตรงจุด การวัดคุณภาพการให้บริการ จะใช้รูปแบบ SERVQUAL ประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือ ไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า จะใช้เกณฑ์ การวัด 2 ส่วน คือ การวัดความคาดหวัง และวัดการรับรู้ภายหลังการได้รับบริการแล้ว โดยองค์กรจะ นำข้อมูลที่ได้มา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการประเมินตรวจสอบ วิเคราะห์ผลที่ได้เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาให้ตรงตาม ความต้องการของผู้รับบริการ

2.4.แนวคิดความพึงพอใจการใช้บริการ

ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Milet (1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน (human satisfaction and benefit produced) ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชนโดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว (timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (the right quantity at the right geographical) Millet เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจุดให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progression service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะมีการปรับปรุงคุณภาพและผลปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Pearson (1983) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือการที่สินค้า หรือบริการสามารถเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเมื่อนั้นการซื้อ หรือบริการสามารถเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเมื่อนั้นการซื้อหรือบริการที่เพิ่มมากขึ้น และบ่อยครั้งขึ้น โดยจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป

Vavra. (1992) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานบริการของลูกค้า คือความยั่งยืน และเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการนำส่งสินค้า และบริการ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการ

Chaphin. (1998) กล่าวว่า ความพึงพอใจตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทา หมายถึง เป็นความรู้สึกในขั้นแรกเมื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายโดยมีแรงกระตุ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

McComick. (1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง แรงจูงใจของมนุษย์ ซึ่งตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Cullen (2001) กล่าวว่า เป็นความรับรู้ ของบุคคลทั้งที่เกิดขึ้นในระยะสั้น และระยะยาวที่มีต่อคุณภาพการบริการต่าง ๆ ทั้งในระดับแคบที่เกี่ยวกับลักษณะบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ เช่น ความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ เป็นต้น และในระดับกว้างที่เป็นมุมมองของผู้รับบริการที่ได้จากบริการทุกประเภทที่นำไปเป็นข้อสรุปรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

Weber (1966) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์มากที่สุด คือการให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์ และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ได้รับบริการทุกระดับ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญในการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

น้ำลิน เทียมแก้ว (2560) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ

กรรณิการ์ รุจิวรโชติ (2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ อาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยม และประสบการณ์ของตัวบุคคล

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ คือ ความรับรู้ได้ของบุคคลที่เข้ามารับบริการและได้รับบริการตามความคาดหวัง สามารถทำให้ผู้ที่เข้ามารับบริการมีความประทับใจต่อองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดความสนใจ ซึ่งจะเกิดจาก การบริการอย่างมีคุณภาพ มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและตอบสนองต่อความต้องการนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) การศึกษาวิจัยเรื่อง "คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโล รังสิต" ผู้วิจัยสามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้ขึ้น คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.692 กล่าวคือเมื่อบุคลากรในโรงพยาบาลมีทักษาะที่ดีในการให้บริการ มีการสื่อสารข้อมูลที่ตรงประเด็นทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกมั่นใจในสิ่งที่ได้รับทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นของการบริการ ส่งผลถึงการรับรู้ถึงความคุ้มค่าและเชื่อมั่นว่าการบริการที่ได้รับมีคุณภาพและจะได้รับบริการที่ดีที่สุดทุกครั้งที่มาเข้ารับบริการ

มนัสชญาน์ โรมินทร์ (2561) การศึกษาวิจัยเรื่อง "คุณภาพบริการตามความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้มารับบริการที่แผนกส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลกระบี่นครินทร์ อินเตอร์เนชั่นแนล" ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสดอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่ารายได้ต่อเดือน 20,00 1-40,000 บาท มารับบริการครั้งแรก โดยรับบริการตรวจสุขภาพประจำปี บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานที่ทำงาน เหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือเป็นหลักเกณฑ์ของบริษัทประกันชีวิตหน่วยงานที่ทำงาน/สถาบันการศึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง และจ่ายค่ารักยาพยาบาลโดยใช้สิทธิจากบริษัทต้นสังกัด (2) ผู้รับบริการมีความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและราชด้านทุกด้านในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (3) พบว่าผู้รับบริการมีคะแนนการรับรู้ต่อคุณภาพบริการสูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 และ (4) ผู้รับบริการที่มีรายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งของการใช้บริการ ประเภทของบริการตรวงสุขภาพ และวิธีการง่ายค่ารักษาพยาบาลที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน ส่วนผู้รับบริการที่มีรายได้ต่อเดือน ประเภทของบริการตรวจสุขภาพ

หัสยา อินทคง (2560) การศึกษาวิจัยเรื่อง "คุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคาและคุณลักษณะของร้านค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงตัวแปรเกี่ยวกับคุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา และคุณลักษณะของร้านค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างองค์กรเอกชน มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยไม่เกิน 15,001 - 30,000บาท มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออร์แกนิคในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาเป็นการซื้อบ้างแต่ไม่บ่อย และเลือกซื้อสินค้าปลีกออร์แกนิค จากสยามพารากอนมากที่สุดระดับความคิดเห็น โดยรวมคุณภาพบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคาและคุณลักษณะของร้านค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิคภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยที่ระดับคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20

วิลาสินี จงกลพืช (2563) การศึกษา“คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ว วิทยาศาสตร์ กรณีศึกษาบริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด” สามารถสรุปผลการศึกษาวิจัย ดังนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์ ของบริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด ที่แตกต่างกัน พบว่า สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องแก้ว วิทยาศาสตร์ ของบริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่า อายุ มี การตัดสินใจซื้อเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์ ของบริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด ที่แตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

น้ำลิน เทียมแก้ว (2561) การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560” ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากสำนักวิทยบริการได้มีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี และทุกภาคการศึกษาโดยมุ่งการศึกษาความพึงพอใจตามจุดบริการที่สำนักวิทยบริการให้บริการ โดยได้นำผลการวิจัยมาจัดทำแผนปฏิบัติงาน เพื่อแก้ไขปัญหาการให้บริการเพื่อให้เกิดคุณภาพสูงสุด ต่อผู้ใช้บริการตลอดจนการดำเนินงานกลุ่มงานต่าง ๆ ได้มีการประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการ เนื่องจากคุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กัน การบริการ ส่งผลทางด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้สึกพึงพอใจผู้ใช้บริการ ซึ่งนอกจากนี้สำนักวิทยบริการยังมีคณะกรรมการพัฒนาบริการของสำนักวิทยบริการเพื่อช่วยดูแล และให้คำปรึกษาในการพัฒนาอย่างชัดเจน ตลอดจนดำเนินงานตอบสนองต่อนโยบายการบริหารงานของมหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่3
วิธีการดำเนินวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ผู้วิจัยมีความสนใจและเลือกลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน มาเป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาดังนี้

ประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินจำนวนโดยเฉลี่ย 1,200 คนต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจนดังนี้

จากสูตร $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

แทนค่า $n = \frac{1200}{1+1200(0.05)^2}$

N = 300 คน

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม(Questionnaires) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า รวมทั้งดัดแปลงจากแบบสอบถามของผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกันแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ข้อมูลการใช้บริการในโรงแรม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามรายการ(Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการแก่ลูกค้า ได้แก่ การพึงพอใจและประทับใจ การยอมรับนับถือ ระบบเทคโนโลยี

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งระดับการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

ดีมาก	ให้คะแนนเท่ากับ	5
ดี	ให้คะแนนเท่ากับ	4
พอใช้	ให้คะแนนเท่ากับ	3
แย่	ให้คะแนนเท่ากับ	2
แย่มาก	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การพิจารณาคะแนนของค่าเฉลี่ยปัจจัยบริการแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มโดยวิธีดังนี้ คือ

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.08$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	คะแนนที่บ่งชี้การบริการแย่มาก
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	คะแนนที่บ่งชี้การบริการแย่
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	คะแนนที่บ่งชี้การบริการพอใช้
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	คะแนนที่บ่งชี้การบริการดี
ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	คะแนนที่บ่งชี้การบริการดีมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความสามารถการตอบสนอง ความแน่นอน ความเข้าใจลูกค้า ลักษณะที่สัมผัสได้

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดของ ลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งระดับการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

ดีมาก	ให้คะแนนเท่ากับ	5
ดี	ให้คะแนนเท่ากับ	4
พอใช้	ให้คะแนนเท่ากับ	3
แย่	ให้คะแนนเท่ากับ	2
แย่มาก	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การพิจารณาคะแนนของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มโดยวิธีดังนี้คือ

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.08$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถเปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้การบริการแย่มาก

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้การบริการแย่

ค่าเฉลี่ย 2.61-340 หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้การบริการพอใช้

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง คะแนนที่บ่งขี้การบริการดี

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้การบริการดีมาก

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติสหสมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมระดับความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้ดังนี้

พิสัย = 1 – 0 = 1

ดังนั้นอันตรภาคชั้น = $\frac{1}{5}$ = 0.20

± 0.81 - ±1.0	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด
± 0.61 - ±0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก
± 0.41 - ±0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.20 - ±0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

± 0.01 - ±0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมีจำนวน 1 ข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำนวน 315 ชุดและรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตัวเอง

3.3.2 ตรวจสอบข้อมูล ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และจัดหมวดหมู่ข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์

ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิดและหลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการจากตำรา งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศและจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ

2. นำความรู้จากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นแบบสอบถามให้เหมาะสมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการตามกรอบแนวคิดทางการศึกษา

3. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอแค่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา จำนวน 1 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : 10C) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาและนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbacb) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นถ้ามากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2548, 182) ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์หาค่าส้มประสิทธิ์สัมพันธ์แอลฟา (α- Coefficient) ซึ่งผลของการคำนวณค่าความเชื่อมั่นของงานวิจัยนี้ พบว่ามีค่าแอลฟาเท่ากับ 0.97

6. ได้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science/SPSS) โดยดำเนินตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ศึกษา วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ วิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.3 ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โคยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4.4 ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA ในการวิเคราะห์ค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กรณีพบความแตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร

3.4.5 ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน” โดยการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าที่เข้ารับบริการกับโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีผลการศึกษาดังนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

4.2 ผลการศึกษาปัจจัยการบริการและคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

4.4 ผลการศึกษาทดสอบสมมติฐานการวิจัย

โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$.	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าคำนวณจากการทดสอบที (t-test)
F	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (ตาราง F-test)
.Sig	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	132	44.0
หญิง	168	56.0
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	43	14.3
25-35 ปี	67	22.3
36-45 ปี	66	22.0
46 ปีขึ้นไป	124	41.4
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา 25-35 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 รองลงมาอีก อายุ 36-45 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุด อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	142	47.3
ธุรกิจส่วนตัว	46	15.4
พนักงานบริษัท	42	14.0
นักศึกษา	22	7.3
รัฐวิสาหกิจ	10	3.3
อื่น ๆ	38	12.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ จำนวน 142 คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมาอีกอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 42 คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพ อื่น ๆ จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 12.7 อาชีพ นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และน้อยที่สุดอาชีพ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี

ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	163	54.3
4-6 ครั้ง	68	22.7
มากกว่า 6 ครั้ง	69	23.0
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปีมากที่สุด 1-3 ครั้ง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา 4-6 ครั้ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และน้อยที่สุด มากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ

วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการห้องพัก	203	67.7
ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	66	22.0
ใช้บริการนวดสปา	31	10.3
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ มากที่สุด ใช้บริการห้องพัก จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมา ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุด ใช้บริการนวดสปา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ตารางที่ 4.6 สรุปผลรวมข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยรวม

ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านบุคลากร	4.42	.624	การบริการดีมาก
ด้านความพึงพอใจ	4.38	.658	การบริการดีมาก
ด้านกระบวนการบริการ	4.38	.616	การบริการดีมาก
ด้านเทคโนโลยี	4.38	.652	การบริการดีมาก
ด้านโครงสร้างองค์กร	4.40	.581	การบริการดีมาก
ภาพรวม	**4.39**	**.626**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.6 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .626 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .624 ด้านโครงสร้างองค์กร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .581 ด้านความพึงพอใจ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .658 ด้านเทคโนโลยี ให้ความคิดเห็นในระดับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .652 และด้านกระบวนการบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .616 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านบุคลากร

ข้อ	ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน	4.49	.856	การบริการดีมาก
2.	การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาดและสุภาพ	4.44	.772	การบริการดีมาก
3	ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	4.35	.870	การบริการดีมาก
4.	การให้คำแนะนำบริการในโรงแรมของพนักงาน	4.37	.830	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.41**	**.832**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.7 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.41, S.D. = .832 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.49, S.D. = .856 การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด และสุภาพ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.44, S.D. = .772 และความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.35, S.D. = .870ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความพึงพอใจ

ข้อ	ด้านความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้า	4.38	.824	การบริการดีมาก
2	ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ	4.39	.739	การบริการดีมาก
3	การให้บริการของพนักงาน	4.34	.856	การบริการดีมาก
4	ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.42	.752	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.38**	**.792**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.8 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .792 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .824 ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สุภาพ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .752 ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .739 และการให้บริการของพนักงาน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.34, S.D. = .856 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านกระบวนการบริการ

ข้อ	ด้านกระบวนการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	4.37	.814	การบริการดีมาก
2	ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน	4.39	.682	การบริการดีมาก
3	การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน	4.40	.708	การบริการดีมาก
4	มีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก	4.36	.786	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.38**	**.747**	**การบริการดีมาก**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .747 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .708 ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .682 ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.37, S.D. = .814 และมีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.36, S.D. = .786 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านเทคโนโลยี

ข้อ	ด้านเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า	4.34	.903	การบริการดีมาก
2	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	4.39	.800	การบริการดีมาก
3	ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก และบริเวณรอบ	4.38	.738	การบริการดีมาก
4	มีการใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	4.45	.704	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.39**	**.786**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.10 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .786 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.45, S.D. = .704 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .800 ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักและบริเวณรอบ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .738 และระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.34, S.D. = .903 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านโครงสร้างองค์กร

ข้อ	ด้านโครงสร้างองค์กร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	4.40	.772	การบริการดีมาก
2	ความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก	4.37	.780	การบริการดีมาก
3	ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ	4.42	.729	การบริการดีมาก
4	การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมายในการให้บริการที่เกิด	4.42	.702	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.40**	**.745**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.11 จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านโครงสร้างองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .745 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมายในการให้บริการที่เกิด ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .702 ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .729 จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .772 และความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.37, S.D. = .780 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ตารางที่ 4.12 สรุปผลรวมข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินโดยรวม

ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเข้าใจลูกค้า	4.13	.444	การบริการดี
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.87	.546	การบริการดี
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.05	.503	การบริการดี
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.23	.489	การบริการดีมาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	4.45	.626	การบริการดีมาก
ภาพรวม	**4.14**	**.521**	**การบริการดี**

จากตารางที่ 4.12 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.14, S.D. = .521 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่น ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.45, S.D. = .626 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.23, S.D. = .489 ด้านความเข้าใจลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.13, S.D. = .444 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.05, S.D. = .503 และด้านความน่าเชื่อถือ ให้ความคิดเห็นในระดับระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 3.87, S.D. = .546 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเข้าใจลูกค้า

ข้อ	ด้านความเข้าใจลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความเหมาะสมของจุดให้บริการ	4.44	.736	การบริการดีมาก
2	ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	4.33	.811	การบริการดีมาก
3	พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.99	.718	การบริการดี
4	พนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.69	.794	การบริการดี
	รวมรายด้าน	**4.11**	**.764**	**การบริการดี**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเข้าใจลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.11, S.D. = .764 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของจุดให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.44, S.D. = .736 ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.33, S.D. = .811 พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.99, S.D. = .718 และพนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.69, S.D. = .794 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความน่าเชื่อถือ

ข้อ	ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	โรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ	3.64	.848	การบริการดี
2	ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ	3.67	.794	การบริการดี
3	พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า	4.04	.681	การบริการดี
4	ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า	4.02	.630	การบริการดี
	รวมรายด้าน	**3.84**	**.738**	**การบริการดี**

จากตารางที่ 4.14 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.84, S.D. = .738 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.04, S.D. = .681 ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .630 ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.67, S.D. = .794 และโรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.64, S.D. = .848 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ข้อ	ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	พื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	3.66	.895	การบริการดี
2	การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม	4.06	.672	การบริการดี
3	ห้องน้ำรวมสำหรับบริการ สะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า	4.05	.683	การบริการดี
4	มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	4.34	.849	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.02**	**.774**	**การบริการดี**

จากตารางที่ 4.15 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .774 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.34, S.D. = .849 ห้องน้ำรวมสำหรับบริการ สะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.05, S.D. = .683 การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.06, S.D. = .672 และพื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.66, S.D. = .895 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ข้อ	ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า	4.42	.774	การบริการดีมาก
2	พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ	4.06	.600	การบริการดี
3	พนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน	4.02	.743	การบริการดี
4	พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม	4.39	.778	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.22**	**.723**	**การบริการดีมาก**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.22, S.D. = .723 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .774 พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .778 พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.06, S.D. = .600 และพนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .743 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการให้ความเชื่อมั่น

ข้อ	ด้านการให้ความเชื่อมั่น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	พนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน	4.40	.801	การบริการดีมาก
2	พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ	4.43	.813	การบริการดีมาก
3	ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน	4.54	.681	การบริการดีมาก
4	ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม	4.50	.787	การบริการดีมาก
	รวมรายด้าน	**4.46**	**.770**	**การบริการดีมาก**

จากตารางที่ 4.17 จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้านการให้ความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.46, S.D. = .770 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย$\bar{x}$ = 4.54, S.D. = .681 ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.50, S.D. = .787 พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.43, S.D. = .813 และพนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .801 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการศึกษาทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างมีส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน	เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t-test	Sig.
ด้านบุคลากร	ชาย	132	4.15	.550	-5.985	.017
	หญิง	168	4.59	.632	-6.085	
ด้านความพึงพอใจ	ชาย	132	4.09	.595	-7.071	.027
	หญิง	168	3.60	.629	-7.119	
ด้านกระบวนการบริการ	ชาย	132	4.09	.494	-7.534	.001
	หญิง	168	4.59	.620	-7.738	
ด้านเทคโนโลยี	ชาย	132	4.08	.610	-7.843	.036
	หญิง	168	4.62	.578	-7.792	
ด้านโครงสร้างองค์กร	ชาย	132	4.12	.475	-8.143	.001
	หญิง	168	4.62	.569	-8.322	
ภาพรวม	ชาย	132	4.11	.447	-8.237	.000
	หญิง	168	4.61	.560	-8.460	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกับ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของ**คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน** จำแนกตามอายุ

ประเด็นแหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านความเข้าใจลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	5.132	3	1.711	9.854	.000*
ภายในกลุ่ม	51.384	296	.174		
รวม	56.516	299			
ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	13.862	3	4.621	19.463	.000*
ภายในกลุ่ม	70.274	296	.237		
รวม	84.137	299			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	2.734	3	.911	3.864	.010*
ภายในกลุ่ม	69.803	296	.236		
รวม	72.537	299			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	14.682	3	4.894	25.436	.000*
ภายในกลุ่ม	56.952	296	.192		
รวม	71.634	299			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น					
ระหว่างกลุ่ม	37.618	3	12.359	50.124	.000*
ภายในกลุ่ม	74.049	296	.250		
รวม	111.697	299			
โดยรวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4.991	3	1.664	11.828	.000*
ภายในกลุ่ม	41.632	296	.141		
รวม	46.622	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน

เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน เป็นรายคู่ตามอายุ ดังตารางที่ 4.19 พบว่า

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้วยวิธี LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี	4.23	.564		.000*	.041*	
25-35ปี	3.92	.479			.017*	.000*
36-45 ปี	4.08	.350				.005*
46 ปีขึ้นไป	4.24	.203		.000*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35 ปี และอายุ 36-45 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน จำแนกตามอาชีพ

ประเด็นแหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านความเข้าใจลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	6.880	5	1.376	8.151	.000*
ภายในกลุ่ม	49.635	294	.169		
รวม	56.516	299			
ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	10.288	5	2.058	8.192	.000*
ภายในกลุ่ม	73.849	294	.251		
รวม	84.137	299			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3.991	5	2.784	14.181	.005*
ภายในกลุ่ม	68.545	294	.196		
รวม	72.537	299			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	13.919	5	2.784	14.181	.000*
ภายในกลุ่ม	57.715	294	.196		
รวม	71.634	299			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น					
ระหว่างกลุ่ม	32.720	5	6.544	24.371	.000*
ภายในกลุ่ม	78.946	294	.269		
รวม	111.697	299			
โดยรวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	5.801	5	1.160	8.356	.000*
ภายในกลุ่ม	40.821	294	.139		
รวม	46.622	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้วยวิธี LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	รับราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัท	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
รับราชการ	4.21	.254	-	.000*	.000*	.021*		
ธุรกิจส่วนตัว	3.93	.490		-		.000*		.007*
พนักงานบริษัท	3.96	.475	.000*		-	.000*		.023*
นักศึกษา	4.40	.489	.021	.000*	.000*	-	.004*	.011*
รัฐวิสาหกิจ	3.99	.319				.004*	-	
อื่นๆ	4.15	.390						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของ**คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน** จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ

ประเด็นแหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านความเข้าใจลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	4.029	2	2.012	11.400	.000*
ภายในกลุ่ม	52.486	297	.177		
รวม	56.516	299			
ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	.561	2	.280	.997	.370*
ภายในกลุ่ม	83.576	297	.281		
รวม	84.137	299			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3.863	2	1.931	8.353	.000*
ภายในกลุ่ม	68.674	297	.231		
รวม	72.537	299			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	7.894	2	3.947	18.391	.000*
ภายในกลุ่ม	63.740	297	.215		
รวม	71.634	299			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น					
ระหว่างกลุ่ม	33.857	2	16.929	64.617	.000*
ภายในกลุ่ม	77.809	297	.262		
รวม	111.697	299			
โดยรวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	5.857	2	2.928	21.336	.000*
ภายในกลุ่ม	40.765	297	.137		
รวม	46.622	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน

เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน เป็นรายคู่ตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ดังตารางที่ 4.23 พบว่า

ตารางที่4.24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้วยวิธี LSD จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	ใช้บริการห้องพัก	ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	ใช้บริการนวดสปา
ใช้บริการห้องพัก	4.22	.280	-	.000*	.000*
ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	3.95	.536		-	
ใช้บริการนวดสปา	3.88	.454	.000*		-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องพัก มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องพัก มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการนวดสปา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของ**คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน** จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการ

ประเด็นแหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านความเข้าใจลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	4.399	2	2.199	12.534	.000*
ภายในกลุ่ม	52.117	297	.175		
รวม	56.516	299			
ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	5.159	2	2.580	9.701	.000*
ภายในกลุ่ม	78.977	297	.266		
รวม	84.137	299			
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.298	2	.149	.613	.542*
ภายในกลุ่ม	72.238	297	.243		
รวม	72.537	299			
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า					
ระหว่างกลุ่ม	9.020	2	4.510	21.392	.000*
ภายในกลุ่ม	62.614	297	.211		
รวม	71.634	299			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น					
ระหว่างกลุ่ม	21.835	2	10.917	36.095	.000*
ภายในกลุ่ม	89.832	297	.302		
รวม	111.697	299			
โดยรวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	2.420	2	1.210	8.130	.000*
ภายในกลุ่ม	44.202	297	.149		
รวม	46.622	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน

เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน เป็นรายคู่ตามความถี่ในการเข้ารับบริการ ดังตารางที่ 4.26 พบว่า

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ด้วยวิธี LSD จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับบริการ

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง
1-3 ครั้ง	4.21	.312	-	.001*	.003*
4-6 ครั้ง	4.02	.507		-	
มากกว่า 6 ครั้ง	4.05	.404			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ1-3 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ 4-6 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ1-3 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการมากกว่า 6 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน

ปัจจัย	ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน	คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน
ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน		
Pearson Correlation	1	.567**
Sig. (2-tailed)		.000
N	300	300
คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน	.567**	1
Pearson Correlation	.000	
Sig. (2-tailed)	300	300
N		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (.567**)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน” มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ และคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยมีสมมติฐานคือ ปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินจำนวนโดยเฉลี่ย 1,200 คนต่อเดือน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของ Taro Yamane (1973) จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

5.1.สรุปผลการวิจัย

5.1.1.ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ตามลำดับ มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา 25-35 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็ร้อยละ 22.3 อายุ 36-45 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุด อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ มีอาชีพรับราชการ จำนวน 142 คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 15.3 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 42 คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพ อื่น ๆ จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 12.7 นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 อาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ มีความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปีมากที่สุด 1-3 ครั้ง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา 4-6 ครั้ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 มากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องพัก จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมา ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุด ใช้บริการนวดสปา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการ

จากข้อมูลปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.39, S.D. = .626 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.42, S.D. = .624 ด้านโครงสร้างองค์กร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.40, S.D. = .581 ด้านความพึงพอใจ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .658 ด้านเทคโนโลยี ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .652 และด้านกระบวนการบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .616 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.41, S.D. = .832 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.49, S.D. = .856 การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด และสุภาพ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.44, S.D. = .772 และความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.35, S.D. = .870ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .792 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .824 ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สุภาพ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.42, S.D. = .752 ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.39, S.D. = .739 และการให้บริการของพนักงาน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.34, S.D. = .856 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .747 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.40, S.D. = .708 ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.39, S.D. = .682 ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.37, S.D. = .814 และมีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 4.36, S.D. = .786 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .786 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.45, S.D. = .704 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .800 ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักและบริเวณรอบ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.38, S.D. = .738 และระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.34, S.D. = .903 ตามลำดับ

ด้านโครงสร้างองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .745 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมายในการให้บริการที่เกิด ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .702 ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .729 จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .772 และความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.37, S.D. = .780 ตามลำดับ

5.1.3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.14, S.D. = .521 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่น ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.45, S.D. = .626 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.23, S.D. = .489 ด้านความเข้าใจลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.13, S.D. = .444 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.05, S.D. = .503 และด้านความน่าเชื่อถือ ให้ความคิดเห็นในระดับระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.87, S.D. = .546 ตามลำดับ

ด้านความเข้าใจลูกค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.11, S.D. = .764 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของจุดให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.44, S.D. = .736 ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.33, S.D. = .811 พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.99, S.D. = .718 และพนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.69, S.D. = .794 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.84, S.D. = .738 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.04, S.D. = .681 ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .630 ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.67, S.D. = .794 และโรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.64, S.D. = .848 ตามลำดับ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .774 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.34, S.D. = .849 ห้องน้ำรวมสำหรับบริการ สะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.05, S.D. = .683 การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.06, S.D. = .672 และพื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 3.66, S.D. = .895 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.22, S.D. = .723 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.42, S.D. = .774 พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .778 พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.06, S.D. = .600 และพนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.02, S.D. = .743 ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.46, S.D. = .770 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย$\bar{x}$ = 4.54, S.D. = .681 ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.50, S.D. = .787 พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.43, S.D. = .813 และพนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ให้ความคิดเห็นในระดับการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ = 4.40, S.D. = .801 ตามลำดั

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.อภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างมีส่งผลต่อปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างมีส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกับ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35 ปี และอายุ 36-45 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการจำแนกตามอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้าน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันทุกด้านการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องพัก มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการห้องพัก มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการใช้บริการนวดสปา การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ1-3 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ 4-6 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการ1-3 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้ารับบริการมากกว่า 6 ครั้ง

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการบริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหินหิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง (.567**)

5.3.ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน ผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

5.3.1.1 การให้บริการมีความล่าช้าในช่วงที่ลูกค้าเข้าพร้อมกันจำนวนมาก การเช็คอินสามารถทำได้สองที่คือด้านแผนกต้อนรับด้านล่างและชั้น 8 แต่การเช็กเอ้าท์สามารถทำได้แค่ที่ชั้น 8 เท่านั้น ซึ่งหากไม่แจ้งลูกค้าให้ทราบล่วงหน้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดได้

5.3.1.2 การให้บริการในห้องอาหารมีความไม่ทั่วถึงบางครั้งจึงทำให้ลูกค้าต้องลุกขึ้นมาบริการตัวเอง ระบบลิฟต์ที่ต้องรอนานสำหรับบางชั้นส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่ประทับใจในการให้บริการของทางโรงแรมในภาพรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการให้บริการของโรงแรมอื่น ๆ ภายในอำเภอหัวหิน เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของการบริการเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆที่มีผลส่งต่อปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของโรงแรม เพื่อนำมาปรับปรุงในส่วนอื่นของการบริการให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรรณิการ์ รุจิวรโชติ. (2563). **การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ**. สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). **การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560**. สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). **คุณภาพการให้บริการของ เทศบาลนครนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชน.** วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ประภาพร สิงห์ทอง และทัตษภร ศรีสุข. (2564). **การศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษา : สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์.** คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2552). **Customer Super Service:การบริการให้ตรงใจ..ใคร ๆ ก็กลับมา.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:บริษัท พงษ์วรินการพิมพ์ จำกัด.

มนัสชญาน์ โรมินทร์. (2561) **คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มารับบริการ ที่แผนกส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลกระบี่นครินทร์ อินเตอร์เนชั่นแนล.** สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). **คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต.** สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พัชรมน เชื้อนาคะ. (2560). **คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลพระมงกฎเกล้า**. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิลาสินี จงกลพืช. (2563**). คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์ กรณีศึกษา : บริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด**. มหาวิทยลัยศิลปากร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

หัสยา อินทคง. (2560). **คุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคาและคุณลักษณะของร้านค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อารยา ลิมทวีสมเกียรติ. (2563). **คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาษาอังกฤษ

Barry,(1986) Berry, L. L. and Parasuraman, A. (1991). **Marketing Services: Competing Through Quality.** New York: The Free Press.

Chaphin. (1998) Chaplin, J. P. (1998). **Dictionary of Psychology.** New York: Reaquin Book.

Cullen,Rowena. (2001). **Perspectives on user satisfaction surveys.** Library Trends 49 (Spring) : 662-686

Goetsch & Davis (1997) Goetsch, David L. & Davis, Stanley B. (1977). **Quality management.** (3rd ed.). New Jersey : Prentice Hall.

Kotler, E. L. (2000). **A dictionary for accounts. Englewood Cliffs.** New Jersey

Lewis & Bloom (1983) Lewis, Mark and Parooj Bloom. (1983). **Organization Behavior.** New York : Mc Graw Hill.

Lovelock, C.H. (1996). **Service Marketing.** Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.

Max Waber (1996) Weber, M. (1966). **The Theory of Social and Economic Organization.** Trans. By A.M. Henderson and Talcott Person. (4th ed.). New York: The Free Press.

McComick. (1965) McCormick, E. J. & Daniel, L. R. (1965). **Industrial Psychology.** (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.

Milet, J.D. (1954). **Management in the publics service: The quest for effective performance.** New York: Mcgraw-Hill Book Compan.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1985). **A conceptual model of service quality and its implications for future research.** Journal of Marketing, 49(4), 41–51.

Parasuraman, A., Zeithaml, V . A., and Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. **Journal of Retailing, 67**, 420-450.

Pearson (1983) Bailey, J. E., & Pearson, S. W. (1983). **Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction.** Management science, 29, 530-545

Schmenner, Roger W. (1995). **Service operations management.** Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall.

Vavra Terry, G. (1992). **Aftermarketing : How to keep Customer for Life through Relation Marketing.** New York.

Weber, M. (1996). **The Theory of social and economic organization.** New York: the Free.

Yamane, Taro. (1973). **Statistic : Introduction Analysis.** 2nd ed. New York : Harper and Row.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าและนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษาเท่านั้น คำตอบหรือการแสดงความคิดเห็นของท่านจะเป็นความลับ ผู้ศึกษาขอความกรุณาท่านกรอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยความเป็นอิสระและความเป็นจริงตาม คำตอบและความคิดเห็นของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ ☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง

2.อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2. 25-35 ปี ☐ 3. 36-45 ปี ☐ 4. 46ปีขึ้นไป

3.อาชีพ ☐ 1.รับราชการ ☐ 2.ธุรกิจส่วนตัว ☐ 3.พนักงานบริษัท

☐ 4.นักศึกษา ☐ 5.รัฐวิสาหกิจ ☐ 6.อื่นๆ

4.ข้อมูลการใช้บริการในศูนย์บริการ

4.1 ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี

☐ 1. 1-3 ครั้ง ☐ 2. 4-6 ครั้ง ☐ 3.มากกว่า 6 ครั้ง

4.2 วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ

☐ 1.ใช้บริการห้องพัก

☐ 2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม

☐ 3.ใช้บริการนวดสปา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

โปรดระบุเครื่องหมาย V/ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยแบ่งระดับการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ ความคิดเห็นมากที่สุด = 5 , ความคิดเห็นมาก = 4 , ความคิดเห็นปานกลาง = 3 , ความคิดเห็นน้อย = 2 , ความคิดเห็นน้อยที่สุด = 1

ปัจจัยการบริการ	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร					
1.การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน					
2.การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด และสุภาพ					
3.ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ					
4.การให้คำแนะนำบริการในโรงแรมของพนักงาน					
ด้านความพึงพอใจ					
1.มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆในการให้บริการลูกค้า					
2.ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ					
3.การให้บริการของพนักงาน					
4.ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
ด้านกระบวนการบริการ					
1.ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ					
2.ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน					
3.การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน					
4.มีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก					
ด้านเทคโนโลยี					
1.ระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า					
2.สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักและบริเวณรอบ					
4.การใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร					
ด้านโครงสร้างองค์กร					
1.จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า					
2.ความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก					
3. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ					
4.การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมายในการให้บริการที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อลูกค้า					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยแบ่งระดับการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ คุณภาพการให้บริการมากที่สุด = 5 ,คุณภาพการให้บริการมาก = 4, คุณภาพการให้บริการปานกลาง = 3 , คุณภาพการให้บริการน้อย =2 , คุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด = 1

คุณภาพการให้บริการ	**ความคิดเห็น**				
	5	4	3	2	1
ความเข้าใจลูกค้า					
1.ความเหมาะสมของจุดให้บริการ					
2. ความสะดวกสบายในการใช้บริการ					
3.พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า					
4.พนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง					
ความน่าเชื่อถือ					
1.โรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ					
2. ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า					
4.ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า					
ความเป็นรูปธรรมของบริการ					
1. พื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ					
2. การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม					
3.ห้องน้ำรวมสำหรับบริการ สะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า					
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย					
การตอบสนองต่อลูกค้า					
1.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า					
2.พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ					
3.พนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน					
4.พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม					
การให้ความเชื่อมั่น					
1.พนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน					
2.พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ					
3.ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน					
4.ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม					

ส่วนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ จดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ

1. ดร.บิวณิชา พุทธเกิด อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร
2. ดร.กิตติ แก้วเขียว อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร
3. อาจารย์ภรณ์ไพลิน คุณวุฒิ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดย นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง รหัสนักศึกษา 62205036 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน

2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

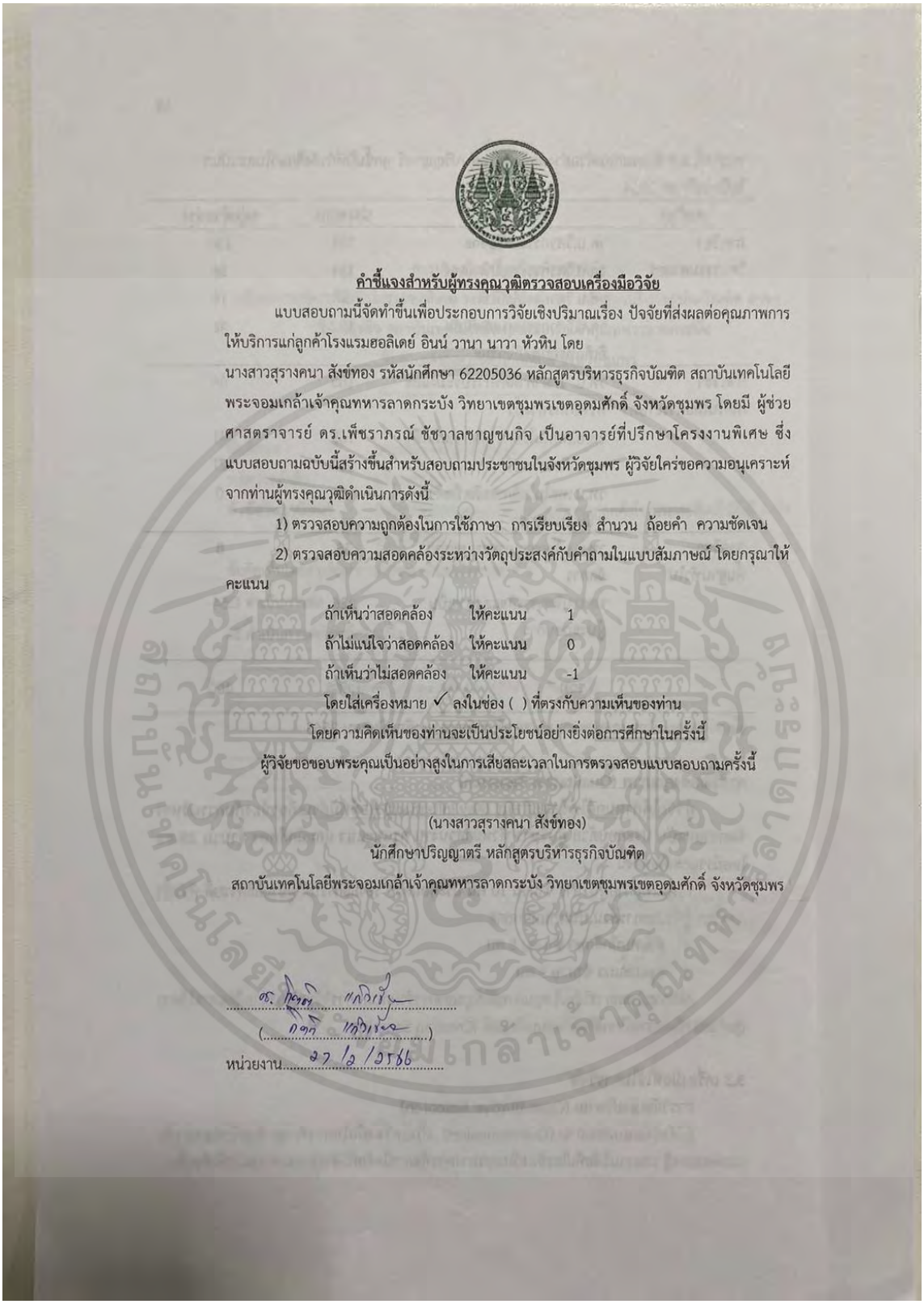
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

Beac B.

(ดร.ปวณิชา พุทธเกิด)

หน่วยงาน สจล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดย

นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง รหัสนักศึกษา 62205036 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน

2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....

(.....)

หน่วยงาน.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน โดย นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง รหัสนักศึกษา 62205036 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน

2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

อรสิโพลิน คุณอุดม

(อ. อรสิโพลิน คุณอุดม)

หน่วยงาน สจล. ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาโครงงานพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....

นักศึกษา นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง

รหัสประจำตัว 62205036

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

☐ ดำเนินการต่อ

☑ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....

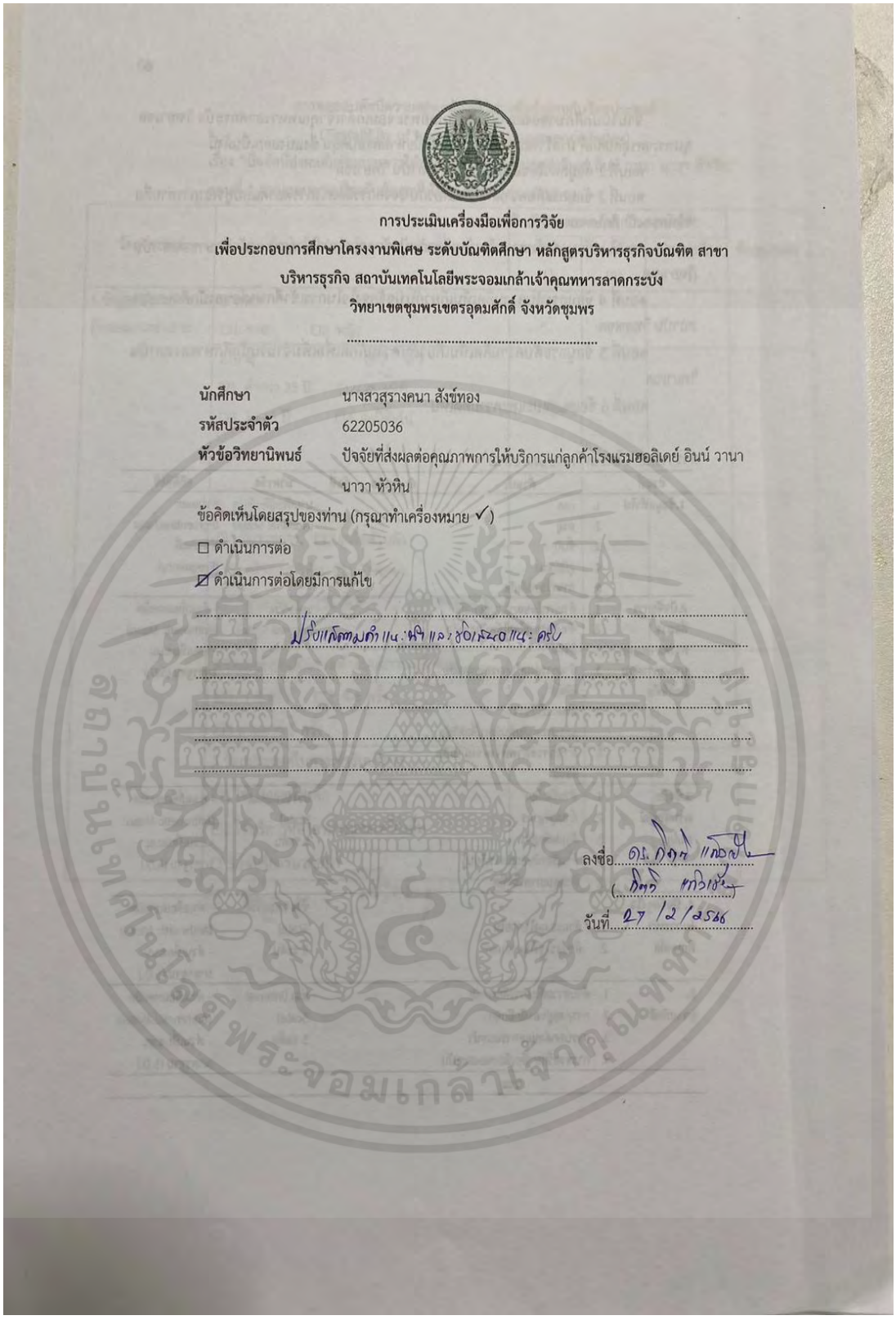
.....

ลงชื่อ.....

(ดร. ปิวณิรา พุทธเกิด)

วันที่ 21/4/66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาโครงงานพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....

นักศึกษา นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง

รหัสประจำตัว 62205036

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

☐ ดำเนินการต่อ

☑ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

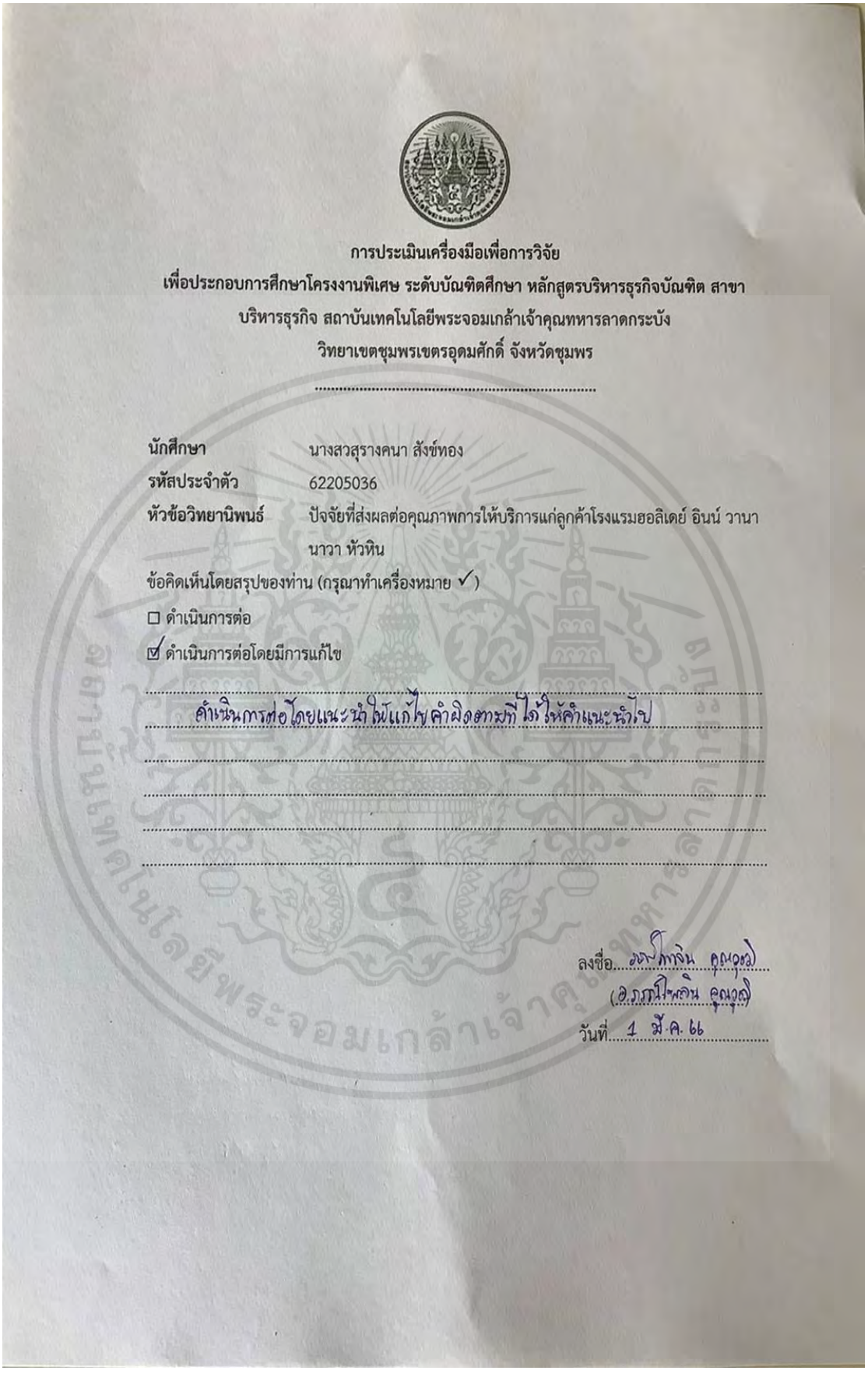
ปรับแก้ตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะครับ

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่ 27/2/2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาโครงงานพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....

นักศึกษา นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง
รหัสประจำตัว 62205036
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

☐ ดำเนินการต่อ
☑ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....
ดำเนินการต่อโดยแนะนำให้แก้ไขคำผิดตามที่ได้ให้คำแนะนำไป
.....
.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ.....
(อ.ภาวินี คุณวุฒิ)
วันที่ 1 มี.ค. 66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.
ค่าคุณภาพของเครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน”

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	1	1	1	1
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25.35 ปี ☐ 36-45 ปี ☐ 46ปีขึ้นไป	1	1	1	1
3. อาชีพ ☐ รับราชการ ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานบริษัท ☐ นักศึกษา ☐ รัฐวิสาหกิจ ☐ อื่น ๆ	1	1	1	1
4.ข้อมูลความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี ☐ 1-3 ครั้ง ☐ 4-6 ครั้ง ☐ มากกว่า 6 ครั้ง	1	1	1	1
5.วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ ☐ ใช้บริการห้องพัก ☐ ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม ☐ ใช้บริการนวดสปา	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการปัจจัยการบริการ

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ด้านบุคลากร				
1. การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน	1	1	1	1
2. การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด และสุภาพ	1	1	1	1
3. ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ	1	1	1	1
4. การให้คำแนะนำบริการในโรงแรมของพนักงาน	1	1	1	1
ด้านความพึงพอใจ				
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้า	1	1	1	1
6. ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ	1	1	1	1
7. การให้บริการของพนักงาน	1	1	1	1
8. ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	1	1	1	1
ด้านกระบวนการบริการ				
9. ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน	1	1	1	1
11.การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน	1	1	1	1
12.มีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก	1	1	1	1
ด้านเทคโนโลยี				
13.ระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า	1	1	1	1
14.สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	1	1	1	1
15.ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักและบริเวณรอบ	1	1	1	1
16.การใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	1	1	1	1
ด้านโครงสร้างองค์กร				
17.จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	1	1	1	1
18.ความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก	1	1	1	1
19. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ	1	1	1	1
20.การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมายในการให้บริการที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อลูกค้า	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ด้านคุณภาพสินค้า				
1.ความเหมาะสมของจุดให้บริการ	1	1	1	1
2. ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	1	1	1	1
3.พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	1	1	1	1
4.พนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง	1	1	1	1
ความน่าเชื่อถือ				
5.โรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ	1	1	1	1
6. ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ	1	1	1	1
7.พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า	1	1	1	1
8.ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า	1	1	1	1
ความเป็นรูปธรรมของบริการ				
9. พื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	1	1	1	1
10. การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม	1	1	1	1
11.ห้องน้ำรวมสำหรับบริการ สะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า	1	1	1	1
12.มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

ข้อมูล	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
การตอบสนองต่อลูกค้า				
13.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า	1	1	1	1
14.พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ	1	1	1	1
15.พนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน	1	1	1	1
16.พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม	1	1	1	1
การให้ความเชื่อมั่น				
17.พนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน	1	1	1	1
18.พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ	1	1	1	1
19.ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน	1	1	1	1
20.ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านความเชื่อมั่น

เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ วานา นาวา หัวหิน”

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

Reliability statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง.
ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ร้อยละ

Statistics

		เพศ	อายุ	อาชีพ	ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ
N	Valid	300	300	300	300	300
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

1.เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	132	44.0	44.0	44.0
	หญิง	168	56.0	56.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. ต่ำกว่า 25 ปี	43	14.3	14.3	14.3
	2. 25-35 ปี	67	22.3	22.3	36.7
	3. 36-45 ปี	66	22.0	22.0	58.7
	4. 46ปีขึ้นไป	124	41.3	41.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

3.อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.รับราชการ	142	47.3	47.3	47.3
	2.ธุรกิจส่วนตัว	46	15.3	15.3	62.7
	3.พนักงานบริษัท	42	14.0	14.0	76.7
	4.นักศึกษา	22	7.3	7.3	84.0
	5.รัฐวิสาหกิจ	10	3.3	3.3	87.3
	6.อื่นๆ	38	12.7	12.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. 1-3 ครั้ง	163	54.3	54.3	54.3
	2. 4-6 ครั้ง	68	22.7	22.7	77.0
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	69	23.0	23.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

5.วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.ใช้บริการห้องพัก	203	67.7	67.7	67.7
	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	66	22.0	22.0	89.7
	3.ใช้บริการนวดสปา	31	10.3	10.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงพรรณนา

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1.การให้ความต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน	300	1	5	4.49	.856
2.การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด และสุภาพ	300	1	5	4.44	.772
3.ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	300	1	5	4.35	.870
4.การให้คำแนะนำบริการในโรงแรมของพนักงาน	300	1	5	4.37	.830
1.มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆในการให้บริการลูกค้า	300	1	5	4.38	.824
2.ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ	300	1	5	4.39	.739
3.การให้บริการของพนักงาน	300	1	5	4.34	.856
4.ความเอาใจใส่ และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	300	1	5	4.42	.752
1.ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	300	1	5	4.37	.814
2.ขั้นตอนการเรียกใช้บริการไม่ซับซ้อน	300	3	5	4.39	.682

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.การแสดงรายละเอียดการให้บริการแต่ละแผนกอย่างชัดเจน	300	1	5	4.40	.708
4.มีความเหมาะสมของระยะเวลาเปิด-ปิดทำการของแต่ละแผนก	300	1	5	4.36	.786
1.ระบบการบันทึกข้อมูลของลูกค้า	300	1	5	4.34	.903
2.สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	300	1	5	4.39	.800
3.ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักและบริเวณรอบ	300	1	5	4.38	.738
4.การใช้สื่อโฆษณาช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	300	1	5	4.45	.704
1.จำนวนของพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	300	1	5	4.40	.772
2.ความเหมาะสมในการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละแผนก	300	1	5	4.37	.780
3. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อสังคมในทางที่ดี	300	1	5	4.42	.729
4.การทำงานร่วมกันอย่างสามัคคีเพื่อจุดมุ่งหมาย	300	1	5	4.42	.702
1.ความเหมาะสมของจุดให้บริการ	300	1	5	4.44	.736

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	300	1	5	4.33	.811
3.พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	300	1	5	3.99	.718
4.พนักงานมีการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างถูกต้อง	300	1	5	3.69	.794
1.โรงแรมมีมาตรฐานในการให้บริการ	300	1	5	3.64	.848
2. ความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ	300	1	5	3.67	.794
3.พนักงานสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า	300	1	5	4.04	.681
4.ความปลอดภัยในการรักษาทรัพย์สินของลูกค้า	300	1	5	4.02	.630
1. พื้นที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	300	1	5	3.66	.895
2. การตกแต่งสถานที่สำหรับต้อนรับลูกค้ามีความสวยงาม	300	1	5	4.06	.672
3.ห้องน้ำรวมสำหรับบริการสะอาดและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า	300	1	5	4.05	.683
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	300	1	5	4.34	.849

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการต้อนรับและให้บริการต่อลูกค้า	300	1	5	4.42	.774
2.พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการบริการ	300	1	5	4.06	.600
3.พนักงานชี้แจงรายละเอียดการให้บริการได้ชัดเจน	300	1	5	4.02	.743
4.พนักงานใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม	300	1	5	4.39	.778
1.พนักงานแจ้งรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างครบถ้วน	300	1	5	4.40	.801
2.พนักงานแต่ละแผนกมีทักษะในการให้บริการอย่างชำนาญ	300	1	5	4.43	.813
3.ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์มีการแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจนครบถ้วน	300	2	5	4.54	.681
4.ลูกค้ามีความมั่นใจในมาตรฐานบริการของโรงแรม	300	1	5	4.50	.787
Valid N (listwise)	300				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

T-Test

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ด้านบุคลากร	ชาย	132	4.1818	.55093	.04795
	หญิง	168	4.5982	.63283	.04882
ด้านความพึงพอใจ	ชาย	132	4.0985	.59559	.05184
	หญิง	168	4.6042	.62950	.04857
ด้านการบริการ	ชาย	132	4.0985	.49497	.04308
	หญิง	168	4.5967	.62022	.04785
ด้านเทคโนโลยี	ชาย	132	4.0871	.61080	.05316
	หญิง	168	4.6280	.57842	.04463
ด้านโครงสร้างองค์กร	ชาย	132	4.1212	.47503	.04135
	หญิง	168	4.6235	.56995	.04397
รวมปัจจัยบริการ	ชาย	132	4.1174	.44790	.03898
	หญิง	168	4.6101	.56084	.04327

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
ด้านบุคลากร	Equal variances assumed	298	.000	-.41640
	Equal variances not assumed	294.839	.000	-.41640
ด้านความพึงพอใจ	Equal variances assumed	298	.000	-.50568
	Equal variances not assumed	287.900	.000	-.50568
ด้านการบริการ	Equal variances assumed	298	.000	-.49824
	Equal variances not assumed	297.921	.000	-.49824
ด้านเทคโนโลยี	Equal variances assumed	298	.000	-.54085
	Equal variances not assumed	273.955	.000	-.54085
ด้านโครงสร้างองค์กร	Equal variances assumed	298	.000	-.50230
	Equal variances not assumed	296.941	.000	-.50230

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมปัจจัยบริการ	Equal variances assumed	298	.000	-.49269
	Equal variances not assumed	297.914	.000	-.49269

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
ด้านบุคลากร	Equal variances assumed	.06958	-.55332	-.27947
	Equal variances not assumed	.06843	-.55108	-.28172
ด้านความพึงพอใจ	Equal variances assumed	.07151	-.64641	-.36495
	Equal variances not assumed	.07104	-.64550	-.36587
ด้านการบริการ	Equal variances assumed	.06613	-.62838	-.36810
	Equal variances not assumed	.06439	-.62495	-.37153
ด้านเทคโนโลยี	Equal variances assumed	.06896	-.67656	-.40515

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Equal variances not assumed	.06941	-.67750	-.40421
ด้านโครงสร้างองค์กร	Equal variances assumed	.06168	-.62369	-.38091
	Equal variances not assumed	.06036	-.62108	-.38352
รวมปัจจัยบริการ	Equal variances assumed	.05981	-.61040	-.37499
	Equal variances not assumed	.05824	-.60731	-.37808

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	43	4.3698	.42972	.06553	4.2375	4.5020
2. 25-35 ปี	67	3.9313	.44990	.05496	3.8216	4.0411
3. 36-45 ปี	66	4.0083	.35987	.04430	3.9199	4.0968
4. 46ปีขึ้นไป	124	4.8560	.36696	.03295	4.7908	4.9213
Total	300	4.3933	.56884	.03284	4.3287	4.4580

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	Minimum	Maximum
1. ต่ำกว่า 25 ปี	3.20	5.00
2. 25-35 ปี	2.90	4.90
3. 36-45 ปี	3.25	5.00
4. 46ปีขึ้นไป	3.35	5.00
Total	2.90	5.00

ANOVA

รวมปัจจัยบริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	50.656	3	16.885	108.428	.000
Within Groups	46.096	296	.156		
Total	96.752	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval
					Lower Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	2. 25-35 ปี	.43842*	.07711	.000	.2867
	3. 36-45 ปี	.36143*	.07734	.000	.2092
	4. 46ปีขึ้นไป	-.48628*	.06984	.000	-.6237
2. 25-35 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.43842*	.07711	.000	-.5902
	3. 36-45 ปี	-.07699	.06844	.262	-.2117
	4. 46ปีขึ้นไป	-.92471*	.05983	.000	-1.0425
3. 36-45 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.36143*	.07734	.000	-.5136
	2. 25-35 ปี	.07699	.06844	.262	-.0577
	4. 46ปีขึ้นไป	-.84772*	.06013	.000	-.9660
4. 46ปีขึ้นไป	1. ต่ำกว่า 25 ปี	.48628*	.06984	.000	.3488
	2. 25-35 ปี	.92471*	.05983	.000	.8069
	3. 36-45 ปี	.84772*	.06013	.000	.7294

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	95% Confidence Interval Upper Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	2. 25-35 ปี	.5902
	3. 36-45 ปี	.5136
	4. 46ปีขึ้นไป	-.3488
2. 25-35 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.2867
	3. 36-45 ปี	.0577
	4. 46ปีขึ้นไป	-.8069
3. 36-45 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.2092
	2. 25-35 ปี	.2117
	4. 46ปีขึ้นไป	-.7294
4. 46ปีขึ้นไป	1. ต่ำกว่า 25 ปี	.6237
	2. 25-35 ปี	1.0425
	3. 36-45 ปี	.9660

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
1.รับราชการ	142	4.7817	.39259	.03295	4.7166	4.8468
2.ธุรกิจส่วนตัว	46	3.9652	.48920	.07213	3.8199	4.1105
3.พนักงานบริษัท	42	3.9452	.48474	.07480	3.7942	4.0963
4.นักศึกษา	22	4.4023	.51141	.10903	4.1755	4.6290
5.รัฐวิสาหกิจ	10	3.9600	.44460	.14059	3.6420	4.2780
6.อื่นๆ	38	4.0645	.28826	.04676	3.9697	4.1592
Total	300	4.3933	.56884	.03284	4.3287	4.4580

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	Minimum	Maximum
1.รับราชการ	3.50	5.00
2.ธุรกิจส่วนตัว	3.30	5.00
3.พนักงานบริษัท	2.90	4.90
4.นักศึกษา	3.20	5.00
5.รัฐวิสาหกิจ	3.35	4.80
6.อื่นๆ	3.30	5.00
Total	2.90	5.00

ANOVA

รวมปัจจัยบริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	44.270	5	8.854	49.600	.000
Within Groups	52.482	294	.179		
Total	96.752	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound
1.รับราชการ	2.ธุรกิจส่วนตัว	.81647*	.07168	.000	.6754
	3.พนักงานบริษัท	.83645*	.07421	.000	.6904
	4.นักศึกษา	.37942*	.09680	.000	.1889
	5.รัฐวิสาหกิจ	.82169*	.13823	.000	.5496
	6.อื่นๆ	.71722*	.07717	.000	.5653
2.ธุรกิจส่วนตัว	1.รับราชการ	-.81647*	.07168	.000	-.9575
	3.พนักงานบริษัท	.01998	.09017	.825	-.1575
	4.นักศึกษา	-.43706*	.10952	.000	-.6526
	5.รัฐวิสาหกิจ	.00522	.14742	.972	-.2849
	6.อื่นๆ	-.09926	.09262	.285	-.2815
3.พนักงานบริษัท	1.รับราชการ	-.83645*	.07421	.000	-.9825
	2.ธุรกิจส่วนตัว	-.01998	.09017	.825	-.1974
	4.นักศึกษา	-.45703*	.11119	.000	-.6759

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	5.รัฐวิสาหกิจ	-.01476	.14866	.921	-.3073
	6.อื่นๆ	-.11924	.09459	.208	-.3054
4.นักศึกษา	1.รับราชการ	-.37942*	.09680	.000	-.5699
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.43706*	.10952	.000	.2215
	3.พนักงานบริษัท	.45703*	.11119	.000	.2382
	5.รัฐวิสาหกิจ	.44227*	.16114	.006	.1251
	6.อื่นๆ	.33780*	.11319	.003	.1150
5.รัฐวิสาหกิจ	1.รับราชการ	-.82169*	.13823	.000	-1.0937
	2.ธุรกิจส่วนตัว	-.00522	.14742	.972	-.2953
	3.พนักงานบริษัท	.01476	.14866	.921	-.2778
	4.นักศึกษา	-.44227*	.16114	.006	-.7594
	6.อื่นๆ	-.10447	.15016	.487	-.4000
6.อื่นๆ	1.รับราชการ	-.71722*	.07717	.000	-.8691
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.09926	.09262	.285	-.0830
	3.พนักงานบริษัท	.11924	.09459	.208	-.0669
	4.นักศึกษา	-.33780*	.11319	.003	-.5606
	5.รัฐวิสาหกิจ	.10447	.15016	.487	-.1911

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	95% Confidence Interval
		Upper Bound
1.รับราชการ	2.ธุรกิจส่วนตัว	.9575
	3.พนักงานบริษัท	.9825
	4.นักศึกษา	.5699
	5.รัฐวิสาหกิจ	1.0937
	6.อื่นๆ	.8691
2.ธุรกิจส่วนตัว	1.รับราชการ	-.6754
	3.พนักงานบริษัท	.1974
	4.นักศึกษา	-.2215
	5.รัฐวิสาหกิจ	.2953
	6.อื่นๆ	.0830
3.พนักงานบริษัท	1.รับราชการ	-.6904
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.1575
	4.นักศึกษา	-.2382
	5.รัฐวิสาหกิจ	.2778
	6.อื่นๆ	.0669
4.นักศึกษา	1.รับราชการ	-.1889
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.6526
	3.พนักงานบริษัท	.6759

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	5.รัฐวิสาหกิจ	.7594
	6.อื่นๆ	.5606
5.รัฐวิสาหกิจ	1.รับราชการ	-.5496
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.2849
	3.พนักงานบริษัท	.3073
	4.นักศึกษา	-.1251
	6.อื่นๆ	.1911
6.อื่นๆ	1.รับราชการ	-.5653
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.2815
	3.พนักงานบริษัท	.3054
	4.นักศึกษา	-.1150
	5.รัฐวิสาหกิจ	.4000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
1. 1-3 ครั้ง	163	4.7012	.48135	.03770	4.6268	4.7757
2. 4-6 ครั้ง	68	4.0140	.46351	.05621	3.9018	4.1262
3.มากกว่า 6 ครั้ง	69	4.0399	.40152	.04834	3.9434	4.1363
Total	300	4.3933	.56884	.03284	4.3287	4.4580

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	Minimum	Maximum
1. 1-3 ครั้ง	3.20	5.00
2. 4-6 ครั้ง	2.90	5.00
3.มากกว่า 6 ครั้ง	3.30	5.00
Total	2.90	5.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA

รวมปัจจัยบริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	33.860	2	16.930	79.950	.000
Within Groups	62.892	297	.212		
Total	96.752	299			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	(J) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
1. 1-3 ครั้ง	2. 4-6 ครั้ง	.68726*	.06643	.000
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	.66137*	.06609	.000
2. 4-6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.68726*	.06643	.000
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	-.02588	.07863	.742
3.มากกว่า 6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.66137*	.06609	.000
	2. 4-6 ครั้ง	.02588	.07863	.742

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	(J) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
1. 1-3 ครั้ง	2. 4-6 ครั้ง	.5565	.8180
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	.5313	.7914
2. 4-6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.8180	-.5565
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	-.1806	.1289
3.มากกว่า 6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.7914	-.5313
	2. 4-6 ครั้ง	-.1289	.1806

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean
					Lower Bound
1.ใช้บริการห้องพัก	203	4.5958	.48361	.03394	4.5289
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	66	3.9833	.49500	.06093	3.8616
3.ใช้บริการนวดสปา	31	3.9403	.50997	.09159	3.7533
Total	300	4.3933	.56884	.03284	4.3287

Descriptives

รวมปัจจัยบริการ

	95% Confidence Interval for Mean		
	Upper Bound	Minimum	Maximum
1.ใช้บริการห้องพัก	4.6627	3.20	5.00
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	4.1050	3.30	5.00
3.ใช้บริการนวดสปา	4.1274	2.90	5.00
Total	4.4580	2.90	5.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA

รวมปัจจัยบริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	25.779	2	12.889	53.939	.000
Within Groups	70.973	297	.239		
Total	96.752	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	(J) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
1.ใช้บริการห้องพัก	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	.61248*	.06927	.000
	3.ใช้บริการนวดสปา	.65549*	.09426	.000
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	1.ใช้บริการห้องพัก	-.61248*	.06927	.000
	3.ใช้บริการนวดสปา	.04301	.10644	.686
3.ใช้บริการนวดสปา	1.ใช้บริการห้องพัก	-.65549*	.09426	.000
	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	-.04301	.10644	.686

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมปัจจัยบริการ

LSD

(I) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	(J) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
1.ใช้บริการห้องพัก	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	.4762	.7488
	3.ใช้บริการนวดสปา	.4700	.8410

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	1.ใช้บริการห้องพัก	-.7488	-.4762
	3.ใช้บริการนวดสปา	-.1665	.2525
3.ใช้บริการนวดสปา	1.ใช้บริการห้องพัก	-.8410	-.4700
	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	-.2525	.1665

T-Test

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
คุณภาพสินค้า	ชาย	132	4.0208	.50667	.04410
	หญิง	168	4.1845	.35381	.02730
ความน่าเชื่อถือ	ชาย	132	3.9981	.58242	.05069
	หญิง	168	3.7217	.45157	.03484
ความเป็นรูปธรรม	ชาย	132	4.0303	.63908	.05562
	หญิง	168	4.0238	.33757	.02604
การตอบสนองต่อลูกค้า	ชาย	132	4.0852	.51766	.04506
	หญิง	168	4.3289	.43871	.03385
การให้ความเชื่อมั่น	ชาย	132	4.2405	.57410	.04997
	หญิง	168	4.6443	.58133	.04485
รวมความคิดเห็น	ชาย	132	4.0750	.47745	.04156
	หญิง	168	4.1807	.30890	.02383

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means
		F	Sig.	t
คุณภาพสินค้า	Equal variances assumed	13.421	.000	-3.290
	Equal variances not assumed			-3.156
ความน่าเชื่อถือ	Equal variances assumed	1.853	.174	4.630
	Equal variances not assumed			4.493
ความเป็นรูปธรรม	Equal variances assumed	38.216	.000	.113
	Equal variances not assumed			.106
การตอบสนองต่อลูกค้า	Equal variances assumed	3.218	.074	-4.410
	Equal variances not assumed			-4.323
การให้ความเชื่อมั่น	Equal variances assumed	.003	.956	-6.005
	Equal variances not assumed			-6.014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมความคิดเห็น	Equal variances assumed	30.385	.000	-2.317
	Equal variances not assumed			-2.205

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
คุณภาพสินค้า	Equal variances assumed	298	.001	-.16369
	Equal variances not assumed	224.730	.002	-.16369
ความน่าเชื่อถือ	Equal variances assumed	298	.000	.27638
	Equal variances not assumed	241.679	.000	.27638
ความเป็นรูปธรรม	Equal variances assumed	298	.910	.00649
	Equal variances not assumed	187.655	.916	.00649
การตอบสนองต่อลูกค้า	Equal variances assumed	298	.000	-.24364
	Equal variances not assumed	256.499	.000	-.24364

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้ความเชื่อมั่น	Equal variances assumed	298	.000	-.40381
	Equal variances not assumed	283.012	.000	-.40381
รวมความคิดเห็น	Equal variances assumed	298	.021	-.10565
	Equal variances not assumed	213.243	.028	-.10565

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
คุณภาพสินค้า	Equal variances assumed	.04976	-.26161	-.06577
	Equal variances not assumed	.05186	-.26589	-.06149
ความน่าเชื่อถือ	Equal variances assumed	.05969	.15891	.39385
	Equal variances not assumed	.06151	.15521	.39755
ความเป็นรูปธรรม	Equal variances assumed	.05738	-.10643	.11942
	Equal variances not assumed	.06142	-.11467	.12766

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตอบสนองต่อลูกค้า	Equal variances assumed	.05525	-.35237	-.13491
	Equal variances not assumed	.05635	-.35462	-.13267
การให้ความเชื่อมั่น	Equal variances assumed	.06725	-.53615	-.27148
	Equal variances not assumed	.06714	-.53598	-.27165
รวมความคิดเห็น	Equal variances assumed	.04560	-.19539	-.01592
	Equal variances not assumed	.04791	-.20008	-.01123

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	43	4.2314	.56432	.08606	4.0577	4.4051
2. 25-35 ปี	67	3.9246	.47961	.05859	3.8076	4.0416
3. 36-45 ปี	66	4.0803	.35037	.04313	3.9942	4.1664
4. 46ปีขึ้นไป	124	4.2423	.20353	.01828	4.2062	4.2785
Total	300	4.1342	.39488	.02280	4.0893	4.1790

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	Minimum	Maximum
1. ต่ำกว่า 25 ปี	2.90	5.00
2. 25-35 ปี	2.80	5.00
3. 36-45 ปี	3.35	5.00
4. 46ปีขึ้นไป	3.30	5.00
Total	2.80	5.00

ANOVA

รวมความคิดเห็น

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.991	3	1.664	11.828	.000
Within Groups	41.632	296	.141		
Total	46.622	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval
					Lower Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	2. 25-35 ปี	.30677*	.07328	.000	.1626
	3. 36-45 ปี	.15109*	.07350	.041	.0064
	4. 46ปีขึ้นไป	-.01094	.06637	.869	-.1416
2. 25-35 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.30677*	.07328	.000	-.4510
	3. 36-45 ปี	-.15568*	.06504	.017	-.2837
	4. 46ปีขึ้นไป	-.31771*	.05686	.000	-.4296
3. 36-45 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.15109*	.07350	.041	-.2957
	2. 25-35 ปี	.15568*	.06504	.017	.0277
	4. 46ปีขึ้นไป	-.16204*	.05714	.005	-.2745
4. 46ปีขึ้นไป	1. ต่ำกว่า 25 ปี	.01094	.06637	.869	-.1197
	2. 25-35 ปี	.31771*	.05686	.000	.2058
	3. 36-45 ปี	.16204*	.05714	.005	.0496

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	95% Confidence Interval
		Upper Bound
1. ต่ำกว่า 25 ปี	2. 25-35 ปี	.4510
	3. 36-45 ปี	.2957
	4. 46ปีขึ้นไป	.1197
2. 25-35 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.1626
	3. 36-45 ปี	-.0277
	4. 46ปีขึ้นไป	-.2058
3. 36-45 ปี	1. ต่ำกว่า 25 ปี	-.0064
	2. 25-35 ปี	.2837
	4. 46ปีขึ้นไป	-.0496
4. 46ปีขึ้นไป	1. ต่ำกว่า 25 ปี	.1416
	2. 25-35 ปี	.4296
	3. 36-45 ปี	.2745

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean			
					Lower Bound	Upper Bound		
1.รับราชการ	142	4.2116	.25451	.02136	4.1694	4.2538		
2.ธุรกิจส่วนตัว	46	3.9337	.49058	.07233	3.7880	4.0794		
3.พนักงานบริษัท	42	3.9631	.47589	.07343	3.8148	4.1114		
4.นักศึกษา	22	4.4091	.48908	.10427	4.1922	4.6259		
5.รัฐวิสาหกิจ	10	3.9950	.31924	.10095	3.7666	4.2234		
6.อื่นๆ	38	4.1539	.39015	.06329	4.0257	4.2822		
Total	300	4.1342	.39488	.02280	4.0893	4.1790		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	Minimum	Maximum
1.รับราชการ	2.90	5.00
2.ธุรกิจส่วนตัว	2.80	5.00
3.พนักงานบริษัท	3.35	5.00
4.นักศึกษา	3.20	5.00
5.รัฐวิสาหกิจ	3.60	4.70
6.อื่นๆ	3.05	5.00
Total	2.80	5.00

ANOVA

รวมความคิดเห็น

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.801	5	1.160	8.356	.000
Within Groups	40.821	294	.139		
Total	46.622	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	
1.รับราชการ	2.ธุรกิจส่วนตัว	.27792*	.06322	.000	.1535	
	3.พนักงานบริษัท	.24852*	.06545	.000	.1197	
	4.นักศึกษา	-.19747*	.08538	.021	-.3655	
	5.รัฐวิสาหกิจ	.21662	.12191	.077	-.0233	
	6.อื่นๆ	.05767	.06806	.397	-.0763	
2.ธุรกิจส่วนตัว	1.รับราชการ	-.27792*	.06322	.000	-.4023	
	3.พนักงานบริษัท	-.02940	.07953	.712	-.1859	
	4.นักศึกษา	-.47540*	.09659	.000	-.6655	
	5.รัฐวิสาหกิจ	-.06130	.13001	.638	-.3172	
	6.อื่นๆ	-.22025*	.08168	.007	-.3810	
3.พนักงานบริษัท	1.รับราชการ	-.24852*	.06545	.000	-.3773	
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.02940	.07953	.712	-.1271	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	4.นักศึกษา	-.44600*	.09807	.000	-.6390	
	5.รัฐวิสาหกิจ	-.03190	.13111	.808	-.2899	
	6.อื่นๆ	-.19085*	.08343	.023	-.3550	
4.นักศึกษา	1.รับราชการ	.19747*	.08538	.021	.0294	
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.47540*	.09659	.000	.2853	
	3.พนักงานบริษัท	.44600*	.09807	.000	.2530	
	5.รัฐวิสาหกิจ	.41409*	.14211	.004	.1344	
	6.อื่นๆ	.25514*	.09983	.011	.0587	
5.รัฐวิสาหกิจ	1.รับราชการ	-.21662	.12191	.077	-.4566	
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.06130	.13001	.638	-.1946	
	3.พนักงานบริษัท	.03190	.13111	.808	-.2261	
	4.นักศึกษา	-.41409*	.14211	.004	-.6938	
	6.อื่นๆ	-.15895	.13243	.231	-.4196	
6.อื่นๆ	1.รับราชการ	-.05767	.06806	.397	-.1916	
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.22025*	.08168	.007	.0595	
	3.พนักงานบริษัท	.19085*	.08343	.023	.0267	
	4.นักศึกษา	-.25514*	.09983	.011	-.4516	
	5.รัฐวิสาหกิจ	.15895	.13243	.231	-.1017	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	95% Confidence Interval
		Upper Bound
1.รับราชการ	2.ธุรกิจส่วนตัว	.4023
	3.พนักงานบริษัท	.3773
	4.นักศึกษา	-.0294
	5.รัฐวิสาหกิจ	.4566
	6.อื่นๆ	.1916
2.ธุรกิจส่วนตัว	1.รับราชการ	-.1535
	3.พนักงานบริษัท	.1271
	4.นักศึกษา	-.2853
	5.รัฐวิสาหกิจ	.1946
	6.อื่นๆ	-.0595
3.พนักงานบริษัท	1.รับราชการ	-.1197
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.1859
	4.นักศึกษา	-.2530
	5.รัฐวิสาหกิจ	.2261
	6.อื่นๆ	-.0267
4.นักศึกษา	1.รับราชการ	.3655
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.6655
	3.พนักงานบริษัท	.6390

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	5.รัฐวิสาหกิจ	.6938
	6.อื่นๆ	.4516
5.รัฐวิสาหกิจ	1.รับราชการ	.0233
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.3172
	3.พนักงานบริษัท	.2899
	4.นักศึกษา	-.1344
	6.อื่นๆ	.1017
6.อื่นๆ	1.รับราชการ	.0763
	2.ธุรกิจส่วนตัว	.3810
	3.พนักงานบริษัท	.3550
	4.นักศึกษา	-.0587
	5.รัฐวิสาหกิจ	.4196

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
1. 1-3 ครั้ง	163	4.2160	.31278	.02450	4.1676	4.2643
2. 4-6 ครั้ง	68	4.0213	.50714	.06150	3.8986	4.1441
3.มากกว่า 6 ครั้ง	69	4.0522	.40443	.04869	3.9550	4.1493
Total	300	4.1342	.39488	.02280	4.0893	4.1790

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	Minimum	Maximum
1. 1-3 ครั้ง	3.05	5.00
2. 4-6 ครั้ง	2.80	5.00
3.มากกว่า 6 ครั้ง	2.90	5.00
Total	2.80	5.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA

รวมความคิดเห็น

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.420	2	1.210	8.130	.000
Within Groups	44.202	297	.149		
Total	46.622	299			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	(J) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
1. 1-3 ครั้ง	2. 4-6 ครั้ง	.19463*	.05569	.001
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	.16378*	.05541	.003
2. 4-6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.19463*	.05569	.001
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	-.03085	.06592	.640
3.มากกว่า 6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.16378*	.05541	.003
	2. 4-6 ครั้ง	.03085	.06592	.640

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	(J) ความถี่ในการเข้ารับบริการเฉลี่ยต่อปี	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
1. 1-3 ครั้ง	2. 4-6 ครั้ง	.0850	.3042
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	.0547	.2728
2. 4-6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.3042	-.0850
	3.มากกว่า 6 ครั้ง	-.1606	.0989
3.มากกว่า 6 ครั้ง	1. 1-3 ครั้ง	-.2728	-.0547
	2. 4-6 ครั้ง	-.0989	.1606

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean
					Lower Bound
1.ใช้บริการห้องพัก	203	4.2298	.28009	.01966	4.1910
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	66	3.9576	.53682	.06608	3.8256
3.ใช้บริการนวดสปา	31	3.8839	.45413	.08156	3.7173
Total	300	4.1342	.39488	.02280	4.0893

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

รวมความคิดเห็น

	95% Confidence Interval for Mean		
	Upper Bound	Minimum	Maximum
1.ใช้บริการห้องพัก	4.2686	2.90	5.00
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	4.0895	2.80	5.00
3.ใช้บริการนวดสปา	4.0504	3.30	5.00
Total	4.1790	2.80	5.00

ANOVA

รวมความคิดเห็น

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.857	2	2.928	21.336	.000
Within Groups	40.765	297	.137		
Total	46.622	299			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	(J) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
1.ใช้บริการห้องพัก	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	.27223*	.05250	.000
	3.ใช้บริการนวดสปา	.34593*	.07144	.000
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	1.ใช้บริการห้องพัก	-.27223*	.05250	.000
	3.ใช้บริการนวดสปา	.07370	.08067	.362
3.ใช้บริการนวดสปา	1.ใช้บริการห้องพัก	-.34593*	.07144	.000
	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	-.07370	.08067	.362

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: รวมความคิดเห็น

LSD

(I) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	(J) วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
1.ใช้บริการห้องพัก	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	.1689	.3755
	3.ใช้บริการนวดสปา	.2053	.4865
2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	1.ใช้บริการห้องพัก	-.3755	-.1689
	3.ใช้บริการนวดสปา	-.0850	.2325
3.ใช้บริการนวดสปา	1.ใช้บริการห้องพัก	-.4865	-.2053
	2.ใช้บริการห้องอาหารและเครื่องดื่ม	-.2325	.0850

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
รวมปัจจัยบริการ	4.3933	.56884	300
รวมความคิดเห็น	4.1342	.39488	300

Correlations

		รวมปัจจัยบริการ	รวมความคิดเห็น
รวมปัจจัยบริการ	Pearson Correlation	1	.567**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	300	300
รวมความคิดเห็น	Pearson Correlation	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	300	300

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติย่อผู้ศึกษา

ประวัติย่อผู้ศึกษา

ชื่อ – ชื่อสกุล	นางสาวสุรางคนา สังข์ทอง
วัน เดือน ปีเกิด	12 กันยายน 2541
เบอร์โทร	093 - 1514998
สถานที่เกิด	อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	8/264 ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2560 จบการศึกษามัธยมตอนปลาย โรงเรียนวังไกลกังวล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้