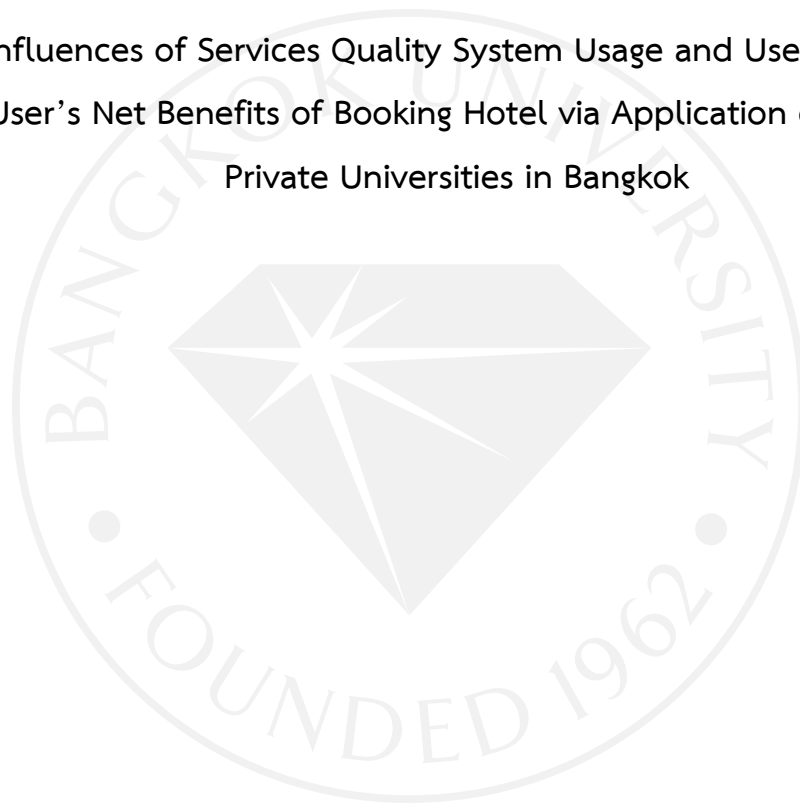


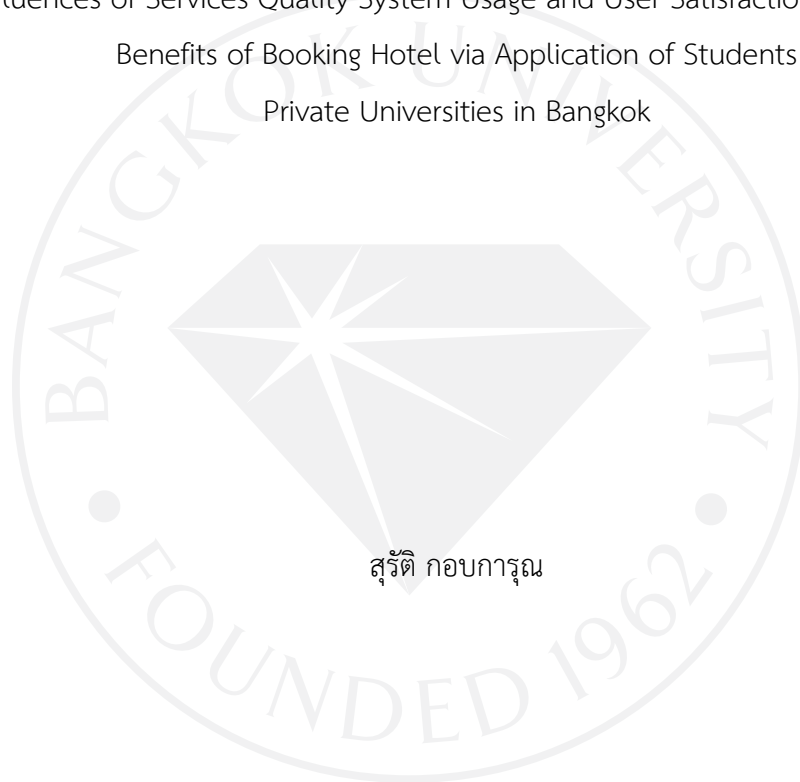
อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุทธิ  
ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

The Influences of Services Quality System Usage and User Satisfaction  
on User's Net Benefits of Booking Hotel via Application of Students  
Private Universities in Bangkok



อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุทธิ  
ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

The Influences of Services Quality System Usage and User Satisfaction on User's Net  
Benefits of Booking Hotel via Application of Students  
Private Universities in Bangkok



สุรดี กอบการุณ

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2557



© 2558

สุรดี กอบการุณ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง อธิปไตยของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน  
แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย สุรติ กอบการุณ


ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 กันยายน 2558

สุรติ กอบการณ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กันยายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร (79 หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์

### บทคัดย่อ

การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกในครั้งนี้นี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 403 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ในการทดสอบสมมติฐาน โดยได้กำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 343 คน มีอายุ 21–30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท และเคยใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมอยู่ในระดับสูง และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ยิ่งไปกว่านั้นคุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, การใช้งาน, ความพึงพอใจ, ประโยชน์ของผู้ใช้งาน,  
แอปพลิเคชันการจองโรงแรม, นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน



Korbkarun, S. M.B.A., September 2015, Graduate School, Bangkok University.

The Influences of Services Quality System Usage and User Satisfaction on User's Net Benefits of Booking Hotel via Application of Students Private Universities in Bangkok (79 pp.)

Advisor: Sutthipat Assawavichairoj, Ph.D.

## ABSTRACT

This research study of services quality system usage and user satisfaction on user's net benefits of booking hotel via application of students private universities in Bangkok aims to 1) study the effect of system usage on booking Hotel via application; 2) the effect of user satisfaction on booking hotel via application; 3) the effect on user's net benefits of booking hotel via application.

A sample of 403 was selected by convenience sampling from students private universities in Bangkok area that book hotel via application. The data was analyzed using amount, percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and simple regression analysis. The hypothesis testing was significance at the level of 0.05. The results of the study found that most of the respondents were 343 females, aged between 21-30 years old, single, graduated with bachelor degrees, earned an average monthly salary between 15,001-30,000 baht, and used the booking hotel via application.

The respondents perceived the high level of service quality, system usage, satisfaction, user's net benefits of booking hotel via application. And according to the hypothesis testing, it was found that service quality of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy have positively impacts on booking hotel via application, system usage user satisfaction and user's net benefits of booking hotel via application. Moreover services quality, using application for booking hotel, and system usage user satisfaction have positively impacts for user's net benefits.

*Keywords: Services Quality, System Usage, User Satisfaction, User's Net Benefits, Booking Hotel via Application, Students Private Universities*

### กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดีเพราะได้รับความเมตตา ดูแล ให้คำแนะนำอย่างมีคุณค่า และใกล้ชิดจาก ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ ที่ได้สละเวลามารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ถ่ายทอดวิชา ความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้ผู้วิจัยเกิดความเข้าใจถึงแนวทางในการค้นคว้าอิสระนี้ จนทำให้ การค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของ ท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของแต่ละท่าน และขอขอบพระคุณทุกท่านเป็น อย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

หากรายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุรติ กอบการุณ





## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptant Model: TAM)	7
2.2 โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLene	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ	12
2.4 ความสำคัญกับการใช้งานแอปพลิเคชัน	15
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	15
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	17
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	20
2.9 สมมติฐานของการวิจัย	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ	24
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	25
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	28
3.6 วิธีการเก็บข้อมูล	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.7 วิธีการทางสถิติ	30
3.8 เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน ในการจองโรงแรม	35
4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	40
4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชัน ในการจองโรงแรม	41
4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุทธิที่ได้รับของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม	42
4.6 การทดสอบสมมติฐาน	43
4.7 การสรุปการทดสอบสมมติฐาน	50
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	53
5.2 การอภิปรายผล	57
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้	61
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย	71
ประวัติผู้เขียน	
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-test) (n = 40)	29
ตารางที่ 3.2: ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง (n = 403)	30
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ	33
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ	34
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	34
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	35
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)	36
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)	37
ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับประกัน (Assurance)	38
ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)	39
ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	40
ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	41
ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน	42
ตารางที่ 4.14: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ เป็นรายบุคคล และการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	43
ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	46
ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	47
ตารางที่ 4.18: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณของคุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	49
ตารางที่ 4.19: ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	50



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ส่วนแบ่งทางการตลาด Mobile Application ในประเทศไทย	2
ภาพที่ 1.2: ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้บริการจองห้องพัก	3
ภาพที่ 1.3: จำนวนการจองห้องพักผ่านมือถือ	3
ภาพที่ 1.4: พฤติกรรมการสัมผัสหน้าจอมือถือเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน แยกตามเพศและอาชีพ	4
ภาพที่ 2.1: แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี	9
ภาพที่ 2.2: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี 2	10
ภาพที่ 2.3: โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLene	11
ภาพที่ 2.4: โมเดลกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Conceptual Model of Service Quality)	14
ภาพที่ 2.5: กรอบแนวคิดในการวิจัย	20

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

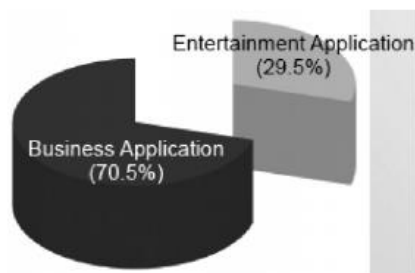
ปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญของผู้บริโภคในประเทศไทย ทั้งนี้ยังเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมต่อกันไปทั่วทุกมุมของโลก ประกอบกับอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วจนทำให้ธุรกิจหลาย ๆ ธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในยุคนี้เป็นยุคของเทคโนโลยี 4G เป็นยุคที่สามารถเชื่อมโยงและส่งข้อมูลการสื่อสารระบบไร้สายด้วยอัตราความเร็วสูงชนิดพิเศษจนทำให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมายและยังเป็นสิ่งที่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนทำให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็วในสมาชิก AEC (“มายรั่ม ประเทศไทย”, 2558)

จากรายงานของสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนและจำนวนผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับก่อนหน้านี้ เช่นเดียวกับยอดผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในประเทศไทยในช่วงไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 โดยพบว่าจากจำนวนประชากรของประเทศไทย (Population) 67.9 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ (Mobile Internet Users) จำนวน 44.6 ล้านคน ขณะที่ไอทีซี ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยตลาดด้านเทคโนโลยีรายใหญ่ของโลก กล่าวถึงตลาดสมาร์ทโฟนของไทยว่าใหญ่เป็นอันดับ 2 ในภูมิภาคอาเซียน (บริษัท มายรั่ม (ประเทศไทย) จำกัด, 2558)

Mobile Application จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่มีคุณภาพและสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับสินค้าและบริการของคุณได้เป็นอย่างดี สำหรับในภาคธุรกิจแล้ว Mobile Application สามารถถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการได้ เช่น Application ทำธุรกรรมทางการเงิน, Application สำหรับธุรกิจสังหาริมทรัพย์, Application สำหรับพนักงานขาย, Application เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, Application คำนวณภาษี, Application สำหรับข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กร หรือแม้แต่การเล่นเกมซึ่งมีทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ด้วยอัตราการขยายตัวด้านการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ทำให้บริษัทชั้นนำด้านโทรศัพท์มือถือหลายบริษัทได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด ประโยชน์ของ Mobile Application นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้งาน เพราะฉะนั้นเทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการและรองรับการใช้งานสำหรับทุกคนแล้วก็ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนแล้วว่าการใช้เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นให้เหมาะสมเกิดและรองรับงาน

ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมามากมายต่างกำลังให้ความสนใจและใช้งานสิ่งที่เรียกว่า “แอปพลิเคชัน” หรือ “แอป” กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภครสามารถกระทำการบางอย่างได้ตามความต้องการ แอปพลิเคชันสำหรับใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและโน้ตบุ๊กนั้นเรียกว่า “เดสก์ทอป แอปพลิเคชัน (Desktop Applications)” ส่วนแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องอุปกรณ์พกพาทั้งหลาย เรียกว่า “โมบายล์ แอปพลิเคชัน (Mobile Applications)” เมื่อผู้บริโภคใช้แอปพลิเคชันมันจะทำงานอยู่ภายใต้ระบบปฏิบัติการตลอดเวลาจนกว่าเราจะทำการปิดมันไป ภายในเวลาเดียวกันอาจมีหลายแอปพลิเคชันที่กำลังทำงานพร้อมกันในระบบปฏิบัติการจะเรียกระบบการทำงานนี้ว่า “Multitasking” (วคิน เพิ่มทรัพย์ และวิโรจน์ ชัยมูล, 2548)

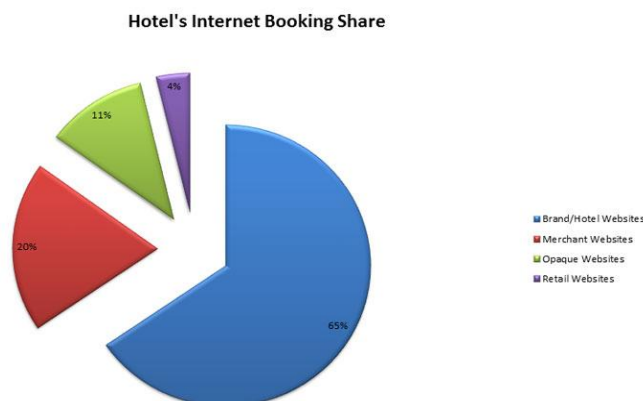
ภาพที่ 1.1: ส่วนแบ่งทางการตลาด Mobile Application ในประเทศไทย



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2553). รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2553 (Internet User Profile of Thailand 2010). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

เปรียบเทียบสัดส่วนตลาด Mobile Application ในประเทศไทย โดยที่มูลค่าการตลาด Mobile Application ในประเทศไทยจะมาจากแอปพลิเคชันในกลุ่มธุรกิจ (Business Application) โดยมีส่วนแบ่งถึง 70.5% ในขณะที่กลุ่มบันเทิงมีมูลค่าทางตลาดเพียง 29.5% เท่านั้น (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553)

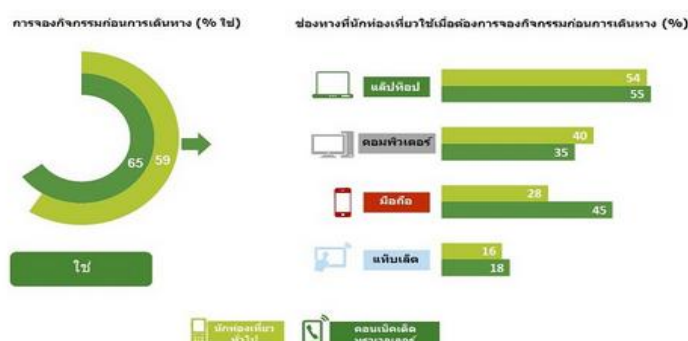
ภาพที่ 1.2: ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้บริการจองห้องพัก



ที่มา: บลูเฮ้าส์ เน็ทเวิร์ค. (2556). ที่มาการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต. สืบค้นจาก [http://www.bluehouseenterprise.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=335:sources-of-internet-hotel-booking&Itemid=321](http://www.bluehouseenterprise.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=335:sources-of-internet-hotel-booking&Itemid=321).

จากการศึกษาพบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้บริการจองห้องพักและบริการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากถึงปีละ 148.3 ล้านคน และมีมูลค่าสูงถึง 162.4 พันล้านบาทหรือร้อยละ 57% ของการจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์

ภาพที่ 1.3: จำนวนการจองห้องพักผ่านมือถือ



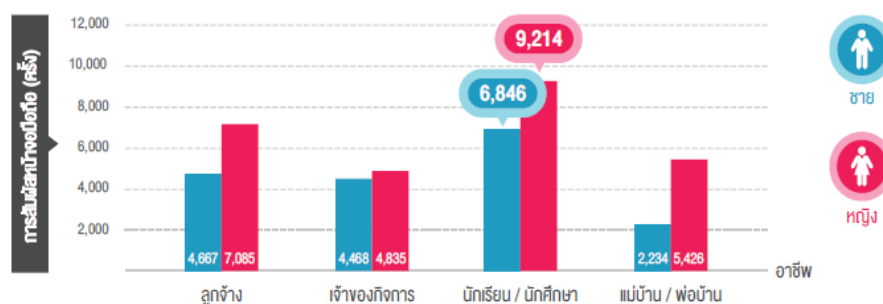
ที่มา: ผลสำรวจ “ทริปบาโรมิเตอร์ คอนเน็คเต็ด ทราเวลเลอร์” เผย นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการจองการเดินทางผ่านสมาร์ทโฟนเป็น 2 เท่า. (2558). สืบค้นจาก <http://www.brandbuffet.in.th/2015/07/tripbarometer-survey/>.



การจ้องห้องพักผ่านสมาร์ทโฟนเป็นที่นิยมมากขึ้น ซึ่งผลสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้แอปพลิเคชันบนมือถือในการจองห้องพักมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าต่อปี โดย 4% ของผู้ตอบแบบสอบถามทริปปาโรมิเตอร์นั้นทำการจองที่พักรถผ่านช่องทางมือถือในปี 2557 และเพิ่มขึ้นเป็น 8% นอกจากนี้ ผลสำรวจยังเผยว่านักท่องเที่ยวที่ทำการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือคือกลุ่มลูกค้าที่ใช้แอปพลิเคชันเป็นประจำ โดย 1 ใน 4 หรือ 24% ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ยอมรับว่าจองห้องพักด้วยวิธีนี้เป็นประจำ

จากการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ได้คาดการณ์ว่าจะมีเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ประมาณ 513,000–527,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1–10.0 จากปี 2557 โดยเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 344,000–353,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9–7.6 จากปี 2557 และเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวคนไทยประมาณ 169,000–174,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9–15.2 จากปี 2557 ทั้งนี้ การเติบโตของเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ดังกล่าวบางส่วนยังเป็นผลมาจากการฟื้นตัวจากปี 2557 ที่เม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมหดตัวลงร้อยละ 2.6 ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองและภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา

ภาพที่ 1.4: พฤติกรรมการสัมผัสหน้าจอมือถือเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน แยกตามเพศและอาชีพ



ที่มา: บริษัท มายรัม (ประเทศไทย) จำกัด. (2558). แอปพลิเคชัน Digital Life Survey. สืบค้นจาก [http://www.mirum.co.th/paper/download/DigitalLifeSurveybyMirum\\_whitepaper.pdf](http://www.mirum.co.th/paper/download/DigitalLifeSurveybyMirum_whitepaper.pdf).

จากการศึกษาผลการสำรวจแอปพลิเคชัน Digital Life Survey ของ บริษัท มายรัม (ประเทศไทย) จำกัด โดยให้คำจำกัดความ บุคคลในกลุ่ม Single C คือ กลุ่มคนโสด อายุ 19–45 ปี ที่ใช้ชีวิตอยู่ในช่วงที่สังคมมีการเปลี่ยนแปลง ทันทการรับมือกับการปฏิวัติเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต

มีไลฟ์สไตล์แบบดิจิทัล ไลฟ์สไตล์นิยมการสื่อสารออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนตามแบบฉบับ  
กลุ่ม Generation C หรือ GEN-C

โดยจากอาชีพที่มีพฤติกรรมสัมผัสหน้าจอเฉลี่ยสูงที่สุดคือ กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา เฉลี่ย  
8,083 ครั้ง/ คน/ วัน รองลงมา คือ กลุ่มลูกจ้าง เฉลี่ย 6,246 ครั้ง/ คน/ วัน กลุ่มที่สัมผัสหน้าจอเฉลี่ย  
น้อยที่สุด คือ กลุ่มเจ้าของกิจการ เฉลี่ย 4,599 ครั้ง/ คน/ วัน

จากสภาพการณ์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์และพฤติกรรมการจองห้องพักรับรองเป็นสาเหตุจูงใจ  
ให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ  
ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนใน  
กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางการศึกษาการให้บริการจองโรงแรมของ  
ผู้ใช้งานผ่านแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจและก่อให้เกิดประโยชน์สุขจากการใช้งาน  
แอปพลิเคชัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ได้แก่  
คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็วใน  
การตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง  
โรงแรม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือและไว้วางใจ  
ความรวดเร็วในการตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง  
โรงแรม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือและไว้วางใจ  
ความรวดเร็วในการตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล การใช้งาน  
แอปพลิเคชัน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

วิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุข  
ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร”  
มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้ โดยศึกษาจากประชากรที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนใน  
กรุงเทพมหานครซึ่งทำการสำรวจและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์ เพื่อก่อให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานตลอดจนเกิดประโยชน์สุขแก่ผู้ใช้งานต่อไป

1.4.2 เป็นแนวทางให้กับผู้ออกแบบแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อเพิ่มพูนการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้บริการ

#### 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

**คุณภาพการให้บริการ** หมายถึง การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก (Kotler, 1997)

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ทศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ (อรรถพร คำคม, 2546, หน้า 29)

**ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน** หมายถึง ประสิทธิภาพที่ผู้ใช้งานผ่านแอปพลิเคชันได้รับอย่างสูงสุดจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม (DeLone & McLean, 2003)

**แอปพลิเคชัน** หมายถึง โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการจองโรงแรมโดยการจองผ่านอินเทอร์เน็ต (Comer, 2008)

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptant Model: TAM)
- 2.2 โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLene
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.4 ความสำคัญกับการใช้งานแอปพลิเคชัน
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี
- 2.9 สมมติฐานของการวิจัย

### 2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptant Model: TAM)

#### นิยามและความหมาย

ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และปรัชญนันท์ นิลสุข (2548) ได้อธิบายการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นไม่ได้หากผู้ใช้งานปิดกั้น เช่น เทคโนโลยีไม่มีประโยชน์ ไม่มีความเข้าใจในเทคโนโลยี ไม่เกิดการรับรู้ ไม่เคยทดลองใช้งาน และไม่คุ้นชินกับเทคโนโลยี

ไพบูลย์ สุทธสุภา (2541) กล่าวว่า การยอมรับ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้จนทำให้เกิดความรู้จัก เข้าใจ ทักษะ และความชำนาญ และในที่สุดมีการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมหนึ่งไปสู่อีกพฤติกรรมหนึ่งหรือพฤติกรรมเดิมไปสู่พฤติกรรมใหม่

Rogers (2003) ได้เสนอคำใหม่ที่มีความเหมาะสมมากกว่าการยอมรับเทคโนโลยี คือ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม โดยความรู้ถูกแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความรู้ว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่ (2) ความรู้เกี่ยวกับ

การใช้งานนวัตกรรมนั้น และ (3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรมนั้นรวมถึง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม

2) **ขั้นความรู้สึกรับรู้ (Persuasion Stage)** เป็นขั้นที่บุคคลจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ นวัตกรรมนั้น หลังจากศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นแล้ว

3) **ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage)** เป็นการตัดสินใจระหว่างการยอมรับหรือไม่ยอมรับ ที่จะทดลองนวัตกรรมนั้น

4) **ขั้นสนับสนุน (Implementation Stage)** เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากขั้นตัดสินใจ ซึ่งบุคคลจะพิจารณาว่า (1) จะใช้นวัตกรรมต่อ หรือ (2) หยุดใช้นวัตกรรม

5) **ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage)** ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยัน การตัดสินใจ หากพบข้อขัดแย้งบางอย่างอาจทำให้เปลี่ยนความตั้งใจจากการยอมรับนวัตกรรม เป็นไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือจากเดิมไม่ยอมรับนวัตกรรมเปลี่ยนเป็นยอมรับนวัตกรรม

สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปใน ทางบวกต่อเทคโนโลยีอันเกิดจากการที่บุคคลเกิดกระบวนการเรียนรู้ การแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม และตัดสินใจเลือกใช้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น ๆ

### **แนวคิดและทฤษฎี**

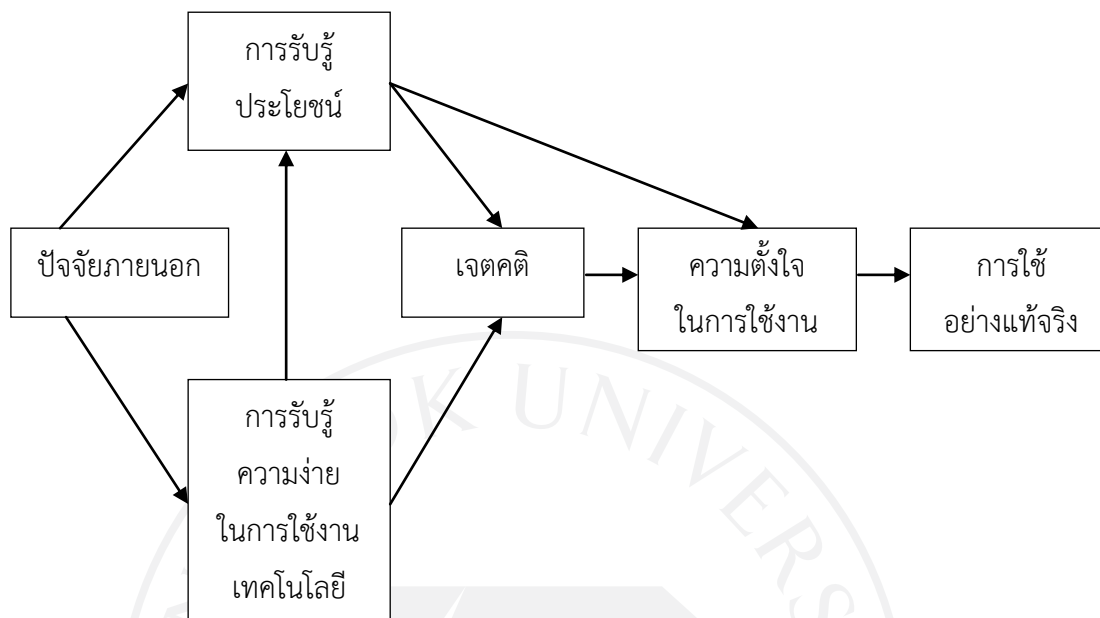
ได้พัฒนาแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM) โดย กล่าวว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ประกอบไปด้วย

1) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)

2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU)

แบบจำลองยอมรับเทคโนโลยีเป็นแบบจำลองที่ถูกพัฒนาจากแนวความคิดมาจากทฤษฎี การกระทำที่มีเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมที่มีแบบแผน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสาขาระบบสารสนเทศ โดยการยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นเกิดจากความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่งมีพื้นฐานสำคัญมาจากการรับรู้ ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Davis 1989)

ภาพที่ 2.1: แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี



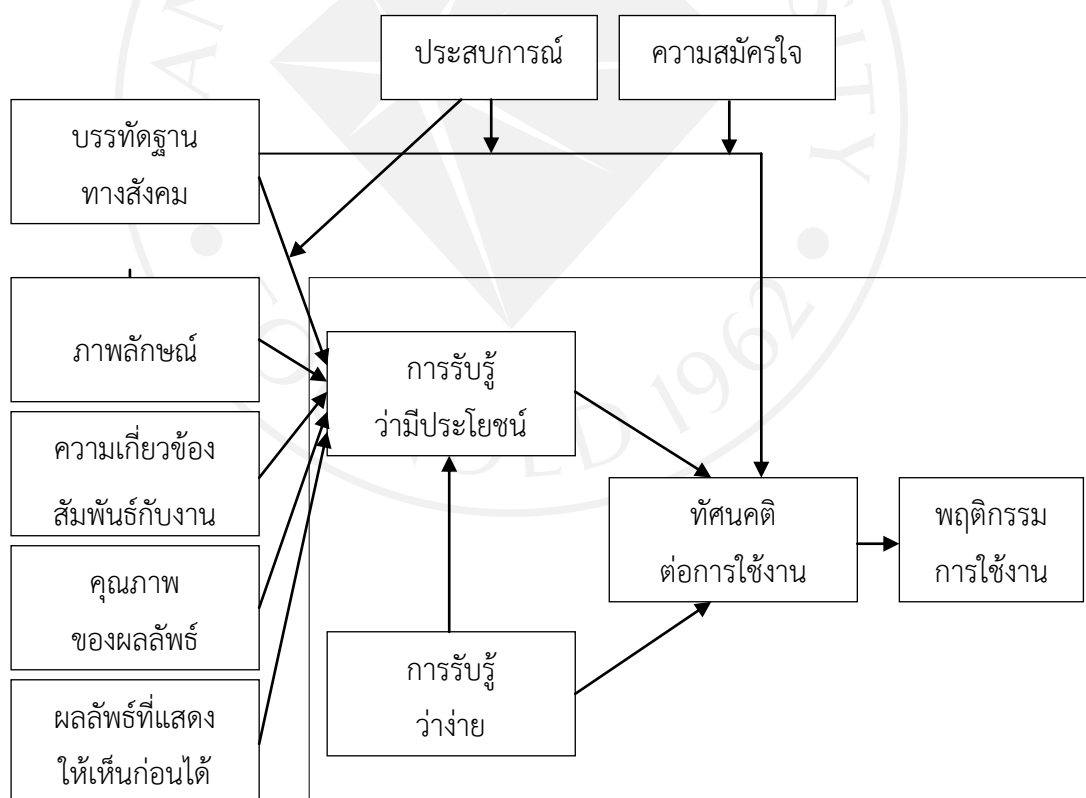
ที่มา: Davis, F. (1989). Perceived usefulness: Perceived ease of use, and end user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318–339.

จากภาพที่ 2.1 อธิบายได้ว่า การรับรู้มีประโยชน์ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี โดยการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยในการทำนายเจตคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) กล่าวคือ เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ นอกจากนั้นเจตคติและการรับรู้ประโยชน์ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intentions to Use) และปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานจะก่อให้เกิดการใช้อย่างแท้จริงในที่สุด

Venkatesh และ Davis (2000) ได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2) เพื่อให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 ได้ปรับปรุงตัวแปรภายนอกและปัจจัยเกิดก่อน (Antecedents) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และมีความทันสมัยมากขึ้น จากการวิจัยพบว่า กระบวนการของอิทธิพลจากสังคม ได้แก่ (1) บรรทัดฐานของสังคม (2) ความสมัครใจ (3) ภาพลักษณ์ (4) กระบวนการใช้ปัญญาคือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน คุณภาพของผลลัพธ์ ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ นอกจากนี้ ทฤษฎีการยอมรับ

เทคโนโลยี 2 ได้นำเสนอแนวคิดใหม่ว่า บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบของการแสดงพฤติกรรมของบุคคลเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความตั้งใจที่จะใช้งาน และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และภาพลักษณ์ในทางบวกสำหรับผลกระทบของตัวแปรเสริม/ตัวผันแปร อันได้แก่ ประสบการณ์และความสมัครใจเกิดควบคู่ และมีความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมและความตั้งใจที่จะใช้งาน นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่เกิดก่อน ซึ่งได้แก่ (1) ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน (2) คุณภาพของผลลัพธ์ และ (3) ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศในทางบวก นอกจากนี้ยังพบว่า ภายใต้เงื่อนไขการใช้งานโดยบังคับและผู้ใช้งานมีประสบการณ์จำกัด บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานในทางบวก

ภาพที่ 2.2: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี 2



ที่มา: Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.

## 2.2 โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean

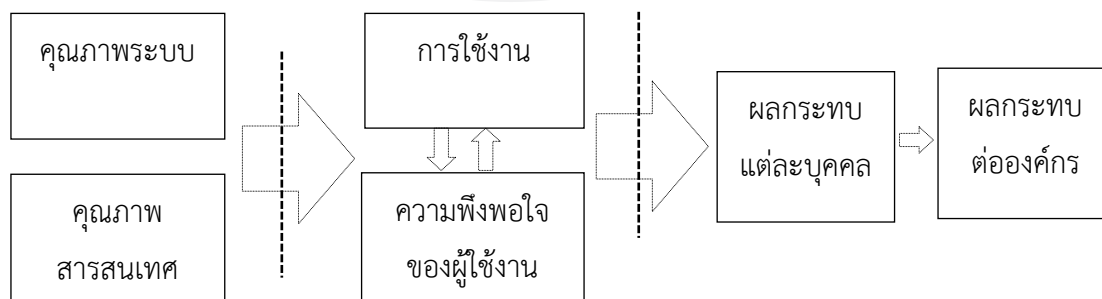
### แนวคิดและทฤษฎี

DeLone และ McLean (1992) ได้พัฒนาโมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศ แบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) คือ การประเมินระบบสารสนเทศและกระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศ
- 2) ด้านคุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คือ การวัดคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศ (Output)
- 3) ด้านการใช้งาน (Use) คือ การประเมินการใช้งานข้อมูลจากระบบสารสนเทศ
- 4) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) คือ การวัดความพึงพอใจหรือการตอบสนองของผู้ใช้งานต่อข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศ
- 5) ด้านผลกระทบแต่ละบุคคล (Individual Impact) คือ การวัดผลกระทบของสารสนเทศต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ
- 6) ด้านผลกระทบต่อองค์การ (Organizational Impact) คือ การวัดผลกระทบของสารสนเทศต่อผลงานขององค์การ (DeLone & McLean, 1992)

ดังแสดงในภาพที่ 2.2 ในงานวิจัยนี้วัดความสำเร็จในด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพสารสนเทศ และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เนื่องจากระบบที่มีคุณภาพและสารสนเทศที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานระบบสารสนเทศปฏิบัติงาน และหากผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการนำระบบมาใช้

ภาพที่ 2.3: โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean



ที่มา: DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.



## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

### นิยามและความหมาย

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2543) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ ความสอดคล้องกันระหว่างความต้องการของผู้รับบริการกับระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อันจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ

Crosby (1979) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ Service Quality นั้นเป็นแนวคิดที่ยึดถือการดำเนินงานโดยปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ตลอดจนผู้ให้บริการสามารถทราบความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้รับบริการ

Parasuraman, Berry และ Zeithaml (1990) กล่าวว่า การวัดคุณภาพการให้บริการสามารถวัดได้โดยวัดจากช่องว่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริง กับความคาดหวังในการรับบริการบนพื้นฐานของ 5 ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 สิ่งที่มีสัมผัสได้ (Tangible) คือ ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก บุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร

ปัจจัยที่ 2 ความเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) คือ ความสามารถที่จะให้บริการตามคำมั่นบนพื้นฐานความถูกต้อง

ปัจจัยที่ 3 ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) คือ การช่วยเหลือและให้บริการด้วยความรวดเร็ว

ปัจจัยที่ 4 การรับประกัน (Assurance) คือ การให้ความรู้ ความสุภาพของพนักงาน และความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

ปัจจัยที่ 5 การเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) คือ การดูแลผู้รับบริการขององค์การด้วยความทั่วถึงเฉพาะราย

Schmenner (1995) ได้ให้นิยามคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเกิดจากระดับการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยระดับความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น โดย (1) หากการรับรู้ถึงระดับคุณภาพการให้บริการที่ได้รับมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการนั้นในเชิงลบ และ (2) ตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ถึงระดับคุณภาพการให้บริการที่ได้รับมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังที่คาดว่าจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในทางบวก

Wisher และ Corney (2001) กล่าวว่า แนวทางในการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่สำคัญคือ การวิเคราะห์ SERVQUAL โดยนักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่าคุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการให้บริการ

Zineldin (1996) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระดับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านคุณภาพภายหลังจากผู้รับบริการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และเกิดความต้องการที่จะใช้บริการตลอดจนทำการประเมินและเลือกใช้บริการในที่สุด

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นความสามารถในการตอบสนองการบริการแก่ผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจหรือไม่นั้นจะพิจารณาเปรียบเทียบจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) การบริการที่คาดหวัง และ (2) ประสบการณ์การใช้บริการที่รับรู้จริง

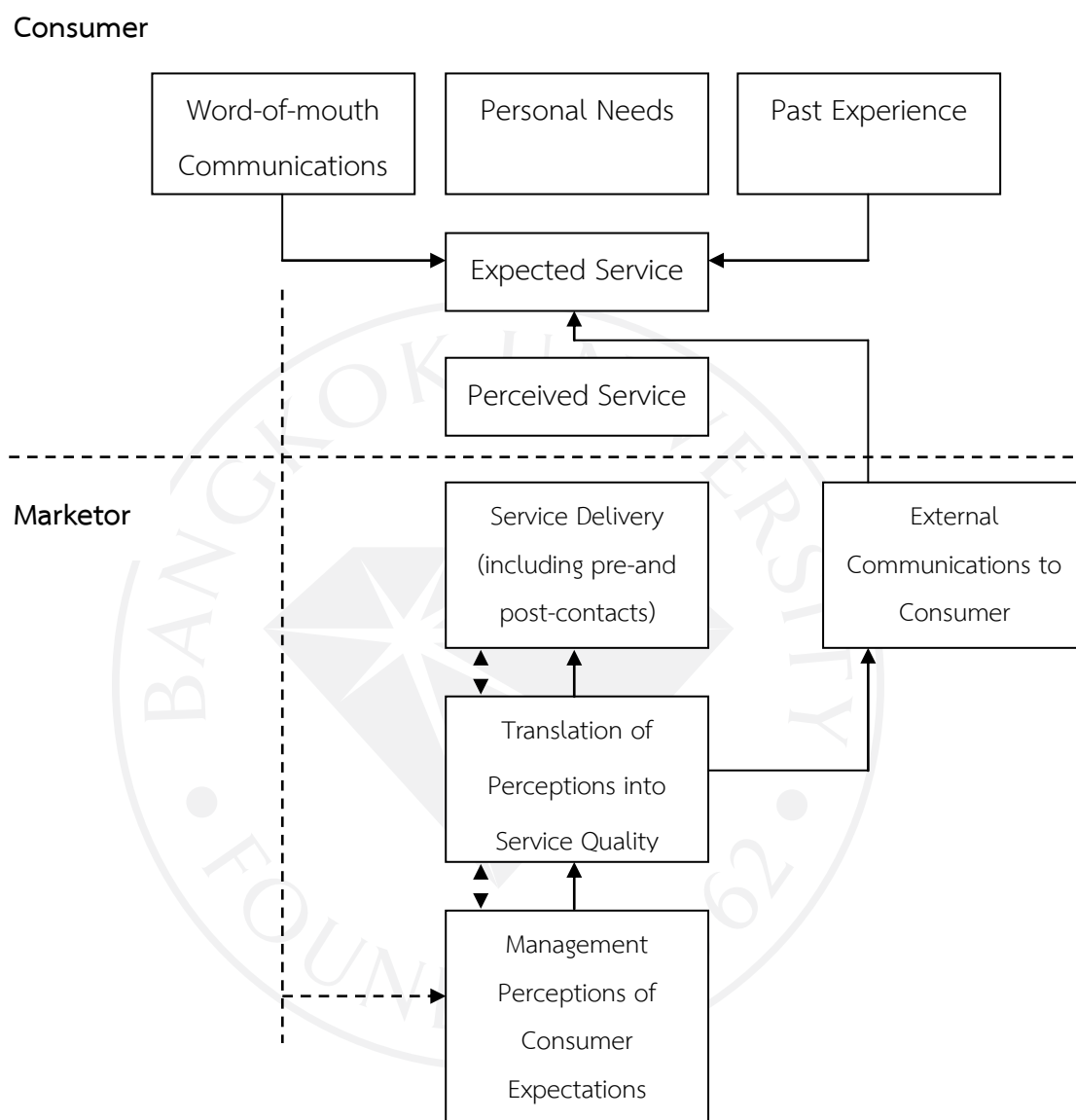
### **แนวคิดและทฤษฎี**

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ได้พัฒนาแนวคิดรูปแบบคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Gaps Model) ที่ช่วยในการวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบคุณภาพการให้บริการไม่ประสบความสำเร็จอันเกิดจากช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

- 1) ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ของผู้ให้บริการ
- 2) ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารและการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ
- 3) ช่องว่างระหว่างการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการให้บริการและการให้บริการจริง
- 4) ช่องว่างระหว่างการให้บริการจริงและการติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับบริการ
- 5) ช่องว่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริงและความคาดหวังในการรับบริการ

ทฤษฎีความคาดหวังของผู้รับบริการ หากสามารถลดช่องว่างที่ 5 ได้นั้นจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในที่สุด ซึ่งตามหลักทฤษฎีความคาดหวังของผู้รับบริการส่วนใหญ่จะเกิดจาก 3 ปัจจัย คือ (1) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) (2) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communications) และ (3) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) เป็นสำคัญ (Parasuraman et al., 1988)

ภาพที่ 2.4: โมเดลกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Conceptual Model of Service Quality)



ที่มา: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 14-40.

## 2.4 ความสำคัญกับการใช้งานแอปพลิเคชัน

ปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามากระทบในชีวิตประจำวันมากขึ้นทำให้เกิดการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ นักพัฒนาโปรแกรมได้คิดค้นแอปพลิเคชันต่าง ๆ ขึ้นมาจะเห็นได้จากปัจจุบันที่มีผู้ใช้งานนิยมใช้งานผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองของผู้ใช้งานที่มีความต้องการหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ก็เกิดจากที่มีผู้ประกอบการได้ผลิตอุปกรณ์ใหม่ที่มีฟังก์ชันที่ทันสมัยส่งผลทำให้ผู้ใช้งานในประเทศไทยนิยมใช้งานมากขึ้น

แอปพลิเคชันที่ผู้ใช้นิยมใช้กันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันสามารถแบ่งรูปแบบของการพัฒนาได้ 3 รูปแบบ คือ Native Application, Hybrid Application และ Web Application

1) Native Application คือ แอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัย Library หรือ SDK ของแพลตฟอร์ม (Platform) นั้น ๆ และจะต้องพัฒนาด้วยภาษาของแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น แอนดรอยด์ (Android) ใช้ภาษาจาวา (Java) วินโดวส์โฟน (Windows Phone) ใช้ภาษาซีชาร์ป (C#) และ ไอโอเอส (iOS) ใช้ภาษาอ็อบเจกต์ซี (Object-C) เป็นต้น

2) Hybrid Application คือ แอปพลิเคชันที่พัฒนาโดยอาศัยเฟรมเวิร์ค (Framework) ซึ่งจะใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งเป็นตัวกลางสำหรับการพัฒนา แล้วเฟรมเวิร์คก็จะทำการแปลงภาษานั้น ๆ ให้แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้

3) Web Application คือ แอปพลิเคชันที่แสดงหน้าเว็บผ่านตัว Application แทนการเข้าเบราว์เซอร์ (Browser) ซึ่งการใช้งานแอปพลิเคชันจะต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา และอาจจะไม่สามารถใช้ทรัพยากรบางอย่างของระบบได้ ทั้งนี้ข้อดีของการพัฒนาแอปพลิเคชันแบบนี้ก็คือใช้เวลาในการพัฒนาได้รวดเร็ว (“การพัฒนา Mobile Application”, 2557)

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

### นิยามและความหมาย

กิติมา ปรีดีติลล (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งจูงใจต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบุคคลว่ามีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าบุคคลมีความคาดหวังมากและได้รับการตอบสนองมากจะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่หากบุคคลมีความคาดหวังมากแต่ได้รับการตอบสนองน้อยจะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจนั่นเอง

สง่า ภูณรงค์ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับผลลัพธ์หรือความสำเร็จตามความคาดหวัง

Delone และ McLean (2003) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นกุญแจสำคัญในการวัดความสำเร็จของระบบคอมพิวเตอร์

Doll และ Torkzadeh (1988) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) ว่า เป็นเรื่องทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบปฏิบัติการที่ใช้บนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง ทัศนคติทางบวกของผู้ใช้งานเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความคาดหวัง หรือได้รับการตอบสนองโดยระดับความคาดหวังมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ หากระดับความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริงจะทำให้ผู้ใช้งานไม่พอใจ แต่หากระดับความคาดหวังต่ำกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริงจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในที่สุด

### **แนวคิดและทฤษฎี**

ทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 2 ทฤษฎี ได้แก่ (1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ และ (2) ทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

#### **1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)**

กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด โดยทฤษฎีมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการความสำคัญ คือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ (Maslow 1970)

#### **2) ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์**

ตั้งสมมติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม โดยพบว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูดออกมา มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุและผล และมีพฤติกรรม

หลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก (Freud, 1953)

ในบางวรรณกรรมมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน จากการศึกษาวรรณกรรมพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขต่อผู้ใช้งาน (Torkzadeh & Doll, 1999; Yoon, Guimaraes & O'Neai, 1995) เช่น การปรับปรุงผลงาน (McGill, Hobbs & Klobas, 2003) การเพิ่มผลงาน และประสิทธิภาพของงาน (Igarria & Tan, 1997; McGill et al., 2003; Rai, Lang & Welker, 2002) ตลอดจนช่วยในการตัดสินใจต่าง ๆ (Vlahos, Ferratt & Knoepfle, 2004)

## 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

### นิยามและความหมาย

DeLone และ McLean (1992) กล่าวว่า ประโยชน์สุขของผู้ใช้งานเปรียบเสมือนความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลสารสนเทศ โดยประโยชน์ดังกล่าวต้องมีผลกระทบต่อผู้ใช้งานมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป จึงเรียกว่าประโยชน์สุข

Petter, DeLone และ McLean (2008) กล่าวว่า ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน คือ ระบบข้อมูลสารสนเทศที่สร้างความสำเร็จให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร อุตสาหกรรม และประเทศ

Seddon (1997) ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อมั่นว่าการใช้ระบบสารสนเทศจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของงานเพิ่มขึ้น

สรุปได้ว่า ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน หมายถึง ประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลสารสนเทศต่อผู้ใช้งาน และก่อให้เกิดประสิทธิภาพของงานเพิ่มขึ้นในที่สุด

### แนวคิดและทฤษฎี

ประโยชน์สุขเป็นเครื่องมือที่นักวิจัยใช้ในการศึกษาผลกระทบจากการใช้งานระบบใดระบบหนึ่ง ซึ่งผลกระทบสามารถแสดงออกมาได้ทั้งทางบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการประเมินระบบจากบุคคล หรือองค์กร (DeLone & McLean, 2003)

Torkzadeh และ Doll (1999) แบ่งประโยชน์สุขที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านความสามารถในการผลิต กล่าวคือ ระบบช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับปรุงคุณภาพผลลัพธ์ของงานต่อหน่วยเวลาของผู้ใช้งาน
- 2) ด้านนวัตกรรม หรือการคิดค้น กล่าวคือ ระบบช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและทดลองความคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน
- 3) ด้านความพึงพอใจ กล่าวคือ ระบบช่วยให้ผู้ใช้งานสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจในที่สุด

4) ด้านการควบคุมบริหารจัดการ กล่าวคือ ระบบช่วยให้กระบวนการทำงานเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่ถูกควบคุมไว้

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Dong, Cheng และ Wu (2014) ศึกษาเรื่อง การบริการของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล (Digital Content): กรณีเฟซบุ๊กในประเทศไทย การศึกษานี้ได้พัฒนาโมเดลระบบสารสนเทศของดีลอนและแมคลีน (DeLone & McLean) ที่ได้ถูกปรับปรุงแล้วในปี 2003 เพื่อตรวจสอบผลกระทบของคุณลักษณะของเทคโนโลยีเว็บไซต์ (Website Technology Characteristics) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ (User Satisfaction) ประโยชน์ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Benefits of Social Interaction) และการใช้งานเว็บไซต์ซ้ำ (Continuance Usage) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย ตัวอย่างจำนวน 346 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพสารสนเทศในมิติความสมบูรณ์ ความถูกต้อง รูปแบบ และความทันเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

Baraka, Baraka และ El-Gamily (2013) ศึกษาการประเมินผลสำเร็จของศูนย์บริการทางโทรศัพท์: การตรวจสอบโมเดลของ DeLone และ McLean (1992) สำหรับระบบสารสนเทศ ประชากรที่ศึกษา คือ บริษัท Call Center 20 บริษัท โดยเลือกบริษัทธุรกิจขนาดกลางที่มีคู่สาย 80-100 คู่สาย (ไม่ระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่าง) ใช้สถิติวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (2) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (3) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (4) การใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (5) ประโยชน์สุขุมมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (6) คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (7) คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขุม (8) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขุม (9) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขุม (10) การใช้งานมีอิทธิพลทางลบต่อประโยชน์สุขุม และ (11) ความพึงพอใจของผู้รับบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขุม

Choi, Rho, Park, Kim, Kwon และ Choi (2013) ศึกษาโมเดลความสำเร็จต่อระบบ CRM ในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ใช้งานระบบ CRM ใน 13 ประเทศในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 245 คน ใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ (2) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (3) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพล



ทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ (4) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (5) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (6) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

Lee และ Yu (2012) ศึกษาเรื่องโมเดลแห่งความสำเร็จระบบสารสนเทศการบริหารโครงการในงานก่อสร้าง ประชากร คือ ผู้อำนวยการโครงการก่อสร้างในประเทศเกาหลีใต้ จำนวนตัวอย่าง 253 คน ใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ และ (2) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

Vladimirov (2012) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเว็บไซต์นายหน้าท่องเที่ยว ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ เว็บไซต์นายหน้าท่องเที่ยวประเทศบัลแกเรีย ตัวอย่างจำนวน 249 เว็บไซต์ จากทั้งหมด 2,441 บริษัท ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพสารสนเทศในมิติเนื้อหา ความสมบูรณ์ และความถูกต้อง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

Wang และ Chao-Yu (2011) การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับของการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้งานเครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5 G ในประเทศไต้หวัน ตัวอย่างจำนวน 426 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพสารสนเทศในมิติเนื้อหา ความสมบูรณ์ ความถูกต้องรูปแบบ และความทันเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานใช้งานเครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5 G (2) คุณภาพสารสนเทศในมิติเนื้อหา ความสมบูรณ์ ความถูกต้อง รูปแบบ และความทันเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5 G (3) การใช้งานเครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5 G มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ และ (4) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5 G มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ

Pai และ Huang (2011) ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับเพื่อแนะนำระบบสารสนเทศการดูแลสุขภาพ ประชากร คือ เจ้าหน้าที่พยาบาลประจำศูนย์การดูแลสุขภาพสุขภาพที่ใช้งานระบบสารสนเทศ ตัวอย่างจำนวน 366 คน ใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศ (2) คุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศ (3) คุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศ (4) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศ (5) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศ (6) การรับรู้



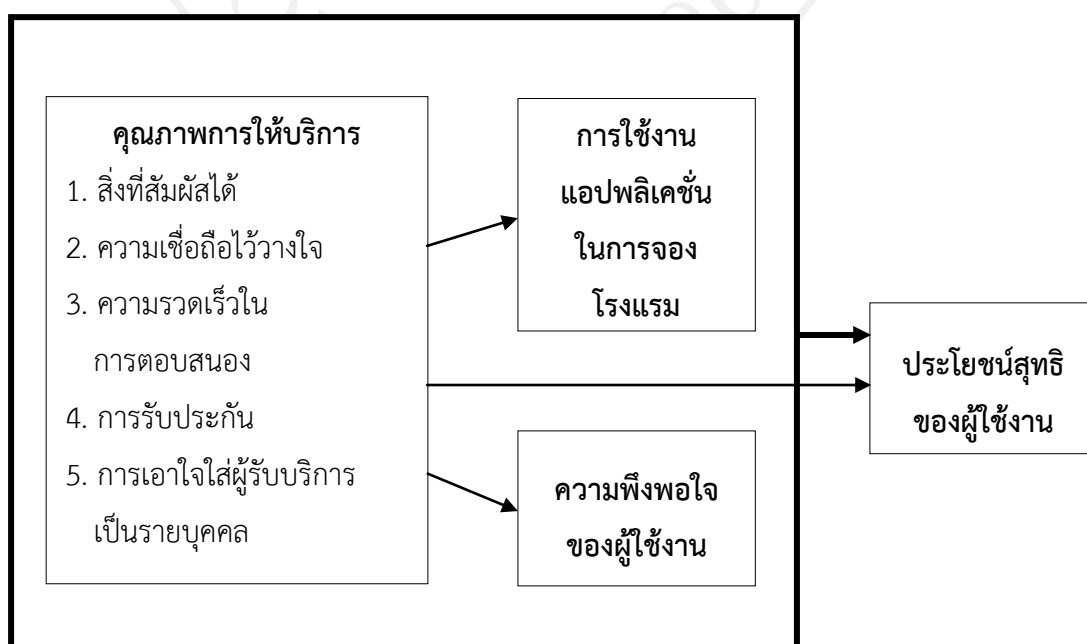
ประโยชน์ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบสารสนเทศ และ  
(7) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ  
สารสนเทศ

วรรณะ พูนทองชัย (2556) เรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจใน  
การใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารขาออก กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารชาวไทยและ  
ชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้  
คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสาร  
ขาออก ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารขาออกที่ใช้บริการท่าอากาศยาน  
สุวรรณภูมิในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และ  
ด้านความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์ในระดับที่สูงมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ  
โดยรวม

## 2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

การศึกษาการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ  
ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน  
ในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดดังนี้

ภาพที่ 2.5: กรอบแนวคิดในการวิจัย



จากกรอบแนวความคิดในการวิจัยซึ่งได้ศึกษาตามโมเดลกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Conceptual Model of Service Quality) ของ Parasuraman และคณะ (1988) โดยได้ศึกษาแนวคิดรูปแบบการให้บริการที่ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบคุณภาพในการบริการสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

- 1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม มีความสัมพันธ์กัน
- 2) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน
- 3) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน
- 4) คุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน

ซึ่งจากแนวความคิดในการวิจัยในข้างต้น ทำให้ได้กรอบแนวความคิดใหม่ที่สอดคล้องกับโมเดลกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Conceptual Model of Service Quality) ของ Parasuraman และคณะ (1988) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ก่อให้เกิดงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

## 2.9 สมมติฐานของการวิจัย

2.9.1 คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.1.1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.1.3 ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.1.4 ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.1.5 ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

2.9.2 คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

2.9.2.1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

- 2.9.2.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.9.2.3 ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.9.2.4 ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.9.2.5 ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.9.3 คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.3.1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.3.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.3.3 ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.3.4 ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.3.5 ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน
- 2.9.4 คุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ได้กำหนดวิธีตามหลักการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.6 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.7 วิธีการทางสถิติ
- 3.8 เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ

#### 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งออกเป็นมหาวิทยาลัยละ 31 คน จาก 13 มหาวิทยาลัยเอกชน รวมทั้งสิ้น 403 คน

#### 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนที่ใช้งาน แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่ นักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งก่อนที่จะทำการแจกแบบสอบถามได้ซักถามผู้ตอบแบบสอบถามก่อนในเรื่อง ของเคยใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ก่อนที่จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ โดยมีทั้งหมด 13 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัย รัตนบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยสยาม, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ, มหาวิทยาลัยเกริก, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, มหาวิทยาลัย

เกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ Cochran (1953) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
- P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม ซึ่งสามารถนำค่าสถิติในอดีตมาใช้แทน
- Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%), Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่าเท่ากับ 2.58 (มั่นใจ 99%)
- d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้จากการแทนค่ากลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน ผู้วิจัยจึงขอกำหนดเป็น 400 คน

### 3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ประสบการณ์ทั้งหมดที่ถูกประเมินผลจากผู้ใช้งานที่เข้ารับบริการ ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ (Tangible) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)

1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ เช่น สภาพความสมบูรณ์ของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การต้อนรับของเจ้าหน้าที่ และเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ เป็นต้น ปรับใช้จาก Parasuraman และคณะ (1988)

2) ความเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความน่าเชื่อถือด้านประสิทธิภาพและการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการอย่างถูกต้องทุกครั้งตามข้อตกลง เช่น การรับฟังปัญหาของผู้ใช้งานด้วยความเข้าใจ การให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และการแก้ไขปัญหาในเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น ปรับใช้จาก Parasuraman และคณะ (1988)

3) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การให้บริการด้วยความพร้อม ความตั้งใจ และทันต่อความต้องการ เช่น การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และการให้คำปรึกษาในทันที เป็นต้น ปรับใช้จาก Parasuraman และคณะ (1988)

4) การรับประกัน (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถ ความสุภาพ และมีจริยธรรม ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ประทับใจจาก Parasuraman และคณะ (1988)

5) การเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy) หมายถึง ความเห็นอกเห็นใจและความต้องการที่จะเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้งานเป็นรายบุคคล เช่น การเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล เป็นต้น ประทับใจจาก Parasuraman และคณะ (1988)

6) การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม หมายถึง ระดับและลักษณะที่ผู้ใช้งานใช้ความสามารถของระบบ ความถี่ในการใช้งาน และผลกระทบของการใช้งาน ประทับใจจาก Petter และคณะ (2008)

7) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อการให้บริการของแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ประทับใจจาก DeLone และ McLean (2003)

8) ประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อมั่นว่าการใช้ระบบสารสนเทศ จะส่งผลให้ประสิทธิภาพของงานเพิ่มขึ้น ประทับใจจาก Seddon (1997)

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00–1.49	ระดับต่ำมาก
1.50–2.49	ระดับต่ำ
2.50–3.49	ระดับปานกลาง
3.50–4.49	ระดับสูง
4.50–5.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 3 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00–1.49	ระดับต่ำมาก
1.50–2.49	ระดับต่ำ
2.50–3.49	ระดับปานกลาง

3.50–4.49 ระดับสูง

4.50–5.00 ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 4 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00–1.49	ระดับต่ำมาก
1.50–2.49	ระดับต่ำ
2.50–3.49	ระดับปานกลาง
3.50–4.49	ระดับสูง
4.50–5.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 5 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน ในระดับต่ำ



3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์  
 สุทธิของผู้ใช้งาน ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์  
 สุทธิของผู้ใช้งาน ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อประโยชน์  
 สุทธิของผู้ใช้งาน ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ (บุญชม  
 ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00–1.49	ระดับต่ำมาก
1.50–2.49	ระดับต่ำ
2.50–3.49	ระดับปานกลาง
3.50–4.49	ระดับสูง
4.50–5.00	ระดับสูงมาก

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือได้ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ (1) การตรวจสอบ  
 ความตรง (Validity) ประกอบด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ  
 (2) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีดังนี้

#### การตรวจสอบความตรง (Validity)

เพื่อให้เกิดความแม่นยำของเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือสิ่งที่เครื่องมือควรจะ  
 วัดและคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่มีความตรงสูงสามารถบอกถึงสภาพที่แท้จริง และพยากรณ์ได้  
 ถูกต้องแม่นยำ (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, หน้า 166) แบบสอบถามจึงต้องได้รับการตรวจสอบ  
 ความถูกต้องในด้านภาษาในเชิงเนื้อหา

#### ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ความตรงเชิงเนื้อหา หมายถึง คุณภาพของเครื่องมือวัดที่สร้างขึ้นมีความถูกต้องตรงตาม  
 เนื้อเรื่องที่ต้องการวัดหรือวัดได้ครอบคลุมเนื้อเรื่องทั้งหมด (วัลลภ ลำพวย, 2549, หน้า 115) เป็น  
 ความตรงที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ตรวจสอบเนื้อหาของเครื่องมือว่าเนื้อหาของข้อคำถามวัดได้ตรง  
 ตามเนื้อหาของตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่ ความตรงชนิดนี้นิยมใช้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ  
 ตรวจสอบโดยการพิจารณาจากนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ และตารางแสดงประเด็นหลัก  
 และประเด็นย่อย หรือพฤติกรรมบ่งชี้ควบคู่กับข้อคำถามว่าเครื่องมือที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์

ครอบคลุมเนื้อเรื่องทั้งหมดหรือไม่ (สุวิมล ติรภานันท์, 2546, หน้า 137–138)

### การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

Bingham (1937 อ้างใน Wainer & Braun, 1988, p. 214) นิยามว่าเป็น สหสัมพันธ์อย่างง่ายของคะแนนแบบสอบที่สร้างขึ้นกับแบบทดสอบอื่น ๆ เมื่อนำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบว่ามีความเที่ยงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยหาจากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นวิธีที่ถูกใช้ในการวัดค่าความเที่ยงอย่างกว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง จะต้องมามีค่าในระดับ 0.70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item–Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2005)

ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-test) ( $n = 40$ )

มิติหรือตัวแปร	จำนวนตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	5	TAN	0.737
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	5	REL	0.750
ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง	5	RES	0.857
ด้านการรับประกัน	5	ASS	0.725
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	5	EMP	0.853
การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	5	MAK	0.886
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	5	FAS	0.734
ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	5	BEN	0.843

จากตารางที่ 3.1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทดสอบด้วยสถิติ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามแต่ละประเด็น อยู่ระหว่างค่า 0.7–1.00 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า Cronbach's Alpha ในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่างเกณฑ์ที่กำหนด (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) และค่า Corrected Item–Total Correlation ในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่างเกณฑ์ที่กำหนด (Field, 2005)

ตารางที่ 3.2: ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง  
( $n = 403$ )

มิติหรือตัวแปร	จำนวนตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	5	TAN	0.804
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	5	REL	0.754
ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง	5	RES	0.827
ด้านการรับประกัน	5	ASS	0.789
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	5	EMP	0.840
การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	5	MAK	0.862
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	5	FAS	0.807
ประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน	5	BEN	0.823

จากตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทดสอบด้วยสถิติ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามแต่ละประเด็นอยู่ระหว่างค่า 0.7–1.00 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 ตัวอย่าง พบว่า Cronbach's Alpha ในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่างเกณฑ์ที่กำหนด (Hair et al., 2010) และค่า Corrected Item–Total Correlation ในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่างเกณฑ์ที่กำหนด (Field, 2005)

### 3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ใช้ออปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ในการแจกแบบสอบถามเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 รวมเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน

### 3.7 วิธีการทางสถิติ

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การบรรยายโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสถิติที่ใช้เป็นค่าจำนวนและค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยและ

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อการใช้ออปพลิเคชันในการจองโรงแรมของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุขของผู้ใช้งานอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานครสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

### 3.8 เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ

3.8.1 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้านคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานอปพลิเคชันในการจองโรงแรม จะทำการ ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-4 โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

3.8.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพล ได้แก่ ตัวแปร ด้านคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานอปพลิเคชันในการจองโรงแรม สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ที่ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1-4

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ทั้งหมด 13 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยสยาม, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, มหาวิทยาลัยเกริก, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยสามารถเก็บได้จำนวน 403 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น 7 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุขที่ได้รับของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 4.6 การทดสอบสมมติฐาน
- 4.7 การสรุปการทดสอบสมมติฐาน

#### สัญลักษณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากการนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อการนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

$n$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนดิบ
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\beta$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
$R^2$	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์

Adjust R <sup>2</sup>	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณที่ปรับแล้ว
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
S.E.	แทน	ความคาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์
F	แทน	ค่าคำนวณจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน
Sig	แทน	ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significant Value)
VIF	แทน	ค่าที่คำนวณได้จากส่วนกลับของค่า Tolerance วัด Multicollinearity

(ไม่ควรเกิน 4 หรือ 5)

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	14.89
หญิง	343	85.11
รวม	403	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.11 และเป็นเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.89

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	109	27.05
21-30	293	72.70
31-40	1	0.25
รวม	403	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่มีอายุ 21–30 ปี มากที่สุด จำนวน 293 คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคืออายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.05 และต่ำสุดอายุ 31–40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	403	100.00
รวม	403	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นคนโสด จำนวน 403 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	378	93.8
ปริญญาโท	25	6.2
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 และรองลงมามีระดับการศึกษาโท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	184	45.7
15,001–30,000 บาท	185	45.9
30,001–50,000 บาท	29	7.2
50,001–100,000 บาท	5	1.2
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–50,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001–100,000 บาท มีน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

#### 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีรูปแบบที่ทันสมัย	4.13	0.836	สูง
คุณภาพของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมรับส่งข้อมูลได้ดี	4.11	0.803	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีเนื้อหาครบถ้วน	3.90	0.801	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมหลังการติดตั้งใช้งานได้ดี	3.87	0.829	สูง
โดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.77	0.858	สูง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.858 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับแอปพลิเคชัน



เพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีรูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคุณภาพของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมรับส่งข้อมูลได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีเนื้อหาครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมหลังการติดตั้งใช้งานได้ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.87

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมผ่านระบบมีความถูกต้อง	3.79	0.782	สูง
เมื่อท่านเกิดปัญหาทางแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาโดยสร้างความมั่นใจให้ท่าน	3.81	0.753	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมให้บริการที่ไว้วางใจได้	3.62	0.827	สูง
ท่านมีความมั่นใจใช้แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ	3.60	0.847	สูง
โดยภาพรวมท่านใช้แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมปฏิบัติงานได้อย่างมีความมั่นใจ	3.77	0.804	สูง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.804 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม สามารถแก้ไขปัญหาโดยสร้างความมั่นใจให้ท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมผ่านระบบมีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เรื่องของท่านมีความมั่นใจใช้แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมให้บริการที่ไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.62

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)

ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์ในเวลาที่ยอมรับได้	4.03	0.727	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.96	0.809	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที	3.82	0.826	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว	3.85	0.805	สูง
โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.95	0.812	สูง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.812 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่านักศึกษาเห็นด้วยกับแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์ในเวลาที่ยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และเรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.82

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับประกัน (Assurance)

ด้านการรับประกัน (Assurance)	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่เปิดเผยข้อมูลของท่าน	3.79	0.763	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่ทำให้ข้อมูลของท่านเกิดความผิดพลาด	3.75	0.772	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมโดยไร้ความกังวลและความกลัว	3.71	0.846	สูง
ท่านมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.73	0.846	สูง
โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นระบบที่มีความไว้วางใจได้	3.71	0.838	สูง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านการรับประกัน (Assurance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.838 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่เปิดเผยข้อมูลของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่ทำให้ข้อมูลของท่านเกิดความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เรื่องของท่านมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการใช้งาน แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และเรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมโดยไร้ความกังวลและความกลัว มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.71

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน	3.52	0.835	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมตอบรับข้อบกพร่อง ในการให้บริการ	3.40	0.865	ปานกลาง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเอาใจใส่ท่าน อย่างมาก	3.27	0.954	ปานกลาง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถให้ข้อมูล ของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันได้ดี	3.32	0.954	ปานกลาง
โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม เป็นแอปพลิเคชันเอาใจใส่ผู้รับบริการ	3.28	0.914	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.914 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมตอบรับข้อบกพร่องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถให้ข้อมูลของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และเรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเอาใจใส่ท่านอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.27

### 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

ระดับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	Mean	SD	แปลผล
ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นประจำ	3.62	0.974	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมทำให้ท่านมีความสะดวกสบายต่อการจองโรงแรมของท่าน	3.73	0.952	สูง
ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างหลากหลาย	3.80	0.844	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีประโยชน์ต่อท่าน	3.67	0.921	สูง
ท่านตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้	3.65	1.002	สูง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.844 รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมทำให้ท่านมีความสะดวกสบายต่อการจองโรงแรมของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีประโยชน์ต่อท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เรื่องของท่านตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และเรื่องท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.62

#### 4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชัน	Mean	SD	แปลผล
ท่านพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำแพคเกจการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.76	0.790	สูง
ท่านพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำเมื่อเกิดเหตุขัดข้องและตอบข้อสงสัยตรงประเด็นในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.76	0.756	สูง
ท่านพึงพอใจต่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.55	0.843	สูง
ท่านพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.56	0.839	สูง
โดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อระบบแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.72	0.811	สูง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.72 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.811 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า นักศึกษาพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำแพคเกจการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมและพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง และตอบข้อสงสัยตรงประเด็นในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.76 เท่ากัน รองลงมาพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 3.56 และพึงพอใจต่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.55

#### 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุทธิที่ได้รับของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน	Mean	SD	แปลผล
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยลดระยะเวลาในการเลือกจองโรงแรมของท่าน	3.85	0.853	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น	3.82	0.840	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านง่ายขึ้น	3.88	0.783	สูง
แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านสะดวกสบายเพิ่มขึ้น	3.85	0.814	สูง
โดยภาพรวมแล้วท่านได้ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	3.80	0.858	สูง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.80 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.858 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านง่ายขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยลดระยะเวลาในการเลือกจองโรงแรม และแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านสะดวกสบายเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.85 เท่ากัน และแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเท่ากับ 3.82

#### 4.6 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Enter ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

โดยกำหนดให้

TAN = ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

RAL = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

RES = ด้านความรวดเร็ว

ASS = ด้านการรับประกัน

EMP = ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

MAK = การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

FAS = ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

BEN = ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

Total\_TRRAE = คุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน)

ตารางที่ 4.14: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล และการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

	TAN	RAL	RES	ASS	EMP	MAK	FAS	BEN
TAN	1	0.171**	0.515**	0.462**	0.247**	0.496**	0.422**	0.403**
RAL	0.171**	1	0.227**	0.210**	0.135**	0.226**	0.267**	0.234**
RES	0.515**	0.227**	1	0.659**	0.309**	0.468**	0.473**	0.484**
ASS	0.462**	0.210**	0.659**	1	0.387**	0.493**	0.483**	0.461**
EMP	0.247**	0.135**	0.309**	0.387**	1	0.459**	0.525**	0.392**
MAK	0.496**	0.226**	0.468**	0.493**	0.459**	1	0.660**	0.654**
FAS	0.422**	0.267**	0.473**	0.483**	0.525**	0.660**	1	0.661**
BEN	0.403**	0.234**	0.484**	0.461**	0.392**	0.654**	0.661**	1

\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล และการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมด้วยวิธีสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยเมื่อทดสอบที่ค่านัยสำคัญ 0.05 พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีความสัมพันธ์กับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับคือ ด้านความรวดเร็ว มีค่า  $r = 0.484$  ด้านการรับประกัน มีค่า  $r = 0.461$  ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่า  $r = 0.403$  ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีค่า  $r = 0.392$  และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า  $r = 0.234$

ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ตัวแปร	การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม					
	B	S.E.	$\beta$	T	Sig.	VIF
ค่าคงที่	-	0.268	-	-	0.167	-
	0.371			1.385		
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.341	0.056	0.279	6.129	0.000*	1.420
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	0.107	0.052	0.081	2.050	0.041*	1.066
ด้านความรวดเร็ว	0.136	0.066	0.110	2.043	0.042*	1.989
ด้านการรับประกัน	0.208	0.067	0.166	3.096	0.002*	1.955
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	0.300	0.045	0.281	6.732	0.000*	1.191
R = 0.647, R <sup>2</sup> = 0.419, Adjust R <sup>2</sup> = 0.412, F = 57.286, p < 0.05*						

การทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยที่ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มากที่สุด มีค่า  $\beta = 0.281$ ,  $t = 6.732$  และ  $\text{Sig.} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานรองลงมา ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่า  $\beta = 0.279$ ,  $t = 6.129$  และ  $\text{Sig.} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านการรับประกัน มีค่า  $\beta = 0.166$ ,  $t = 3.096$  และ  $\text{Sig.} = 0.002$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านความรวดเร็ว มีค่า  $\beta = 0.110$ ,  $t = 2.043$  และ  $\text{Sig.} = 0.042$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ น้อยสุด มีค่า  $\beta = 0.081$ ,  $t = 2.050$  และ  $\text{Sig.} = 0.041$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว ( $\text{Adjust } R^2$ ) เท่ากับ 0.412 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของคุณภาพ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 41.2 ที่เหลืออีกร้อยละ 58.8 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ๆ

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.066–1.989 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, p. 590)

ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ  
ของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ตัวแปร	ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน					
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.	VIF
ค่าคงที่	0.350	0.213	-	1.644	0.101	-
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.164	0.044	0.167	3.715	0.000*	1.420
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	0.134	0.042	0.126	3.232	0.001*	1.066
ด้านความรวดเร็ว	0.155	0.053	0.156	2.937	0.004*	1.989
ด้านการรับประกัน	0.137	0.053	0.135	2.561	0.011*	1.955
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	0.315	0.035	0.366	8.902	0.000*	1.191

R = 0.660, R<sup>2</sup> = 0.436, Adjust R<sup>2</sup> = 0.428, F = 61.267, p < 0.05\*

การทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของ  
ผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว  
ด้านการรับประกันและ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยที่ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ  
เป็นรายบุคคลมากที่สุด มีค่า  $\beta = 0.366$ ,  $t = 8.902$  และ Sig. = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ  
นัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่า  $\beta = 0.167$ ,  $t = 3.715$  และ Sig. = 0.000 ซึ่งมีค่า  
น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านความรวดเร็ว มีค่า  $\beta = 0.156$ ,  $t = 2.937$  และ Sig. = 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านการรับประกัน มีค่า  $\beta = 0.135$ ,  $t = 2.561$  และ Sig. = 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ น้อยสุด มีค่า  $\beta = 0.126$ ,  $t = 3.232$  และ Sig. = 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjust  $R^2$ ) เท่ากับ 0.428 แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของคุณภาพ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 57.2 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ๆ

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.066–1.989 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2013, p. 590)

ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

ตัวแปร	ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน					
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.	VIF
ค่าคงที่	0.694	0.240	–	2.889	0.004*	–
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.157	0.050	0.153	3.148	0.002*	1.420
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	0.110	0.047	0.098	2.336	0.020*	1.066
ด้านความรวดเร็ว	0.234	0.060	0.225	3.919	0.000*	1.989
ด้านการรับประกัน	0.146	0.060	0.138	2.419	0.016*	1.955
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	0.196	0.040	0.218	4.903	0.000*	1.191
R = 0.585, $R^2 = 0.342$ , Adjust $R^2 = 0.334$ , F = 41.297, $p < 0.05^*$						

การทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยที่ด้านความรวดเร็วมากที่สุด มีค่า  $\beta = 0.225$ ,  $t = 3.919$  และ  $\text{Sig.} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีค่า  $\beta = 0.218$ ,  $t = 4.903$  และ  $\text{Sig.} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่า  $\beta = 0.153$ ,  $t = 3.148$  และ  $\text{Sig.} = 0.002$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

รองลงมา ด้านการรับประกัน มีค่า  $\beta = 0.138$ ,  $t = 2.419$  และ  $\text{Sig.} = 0.016$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ น้อยสุด มีค่า  $\beta = 0.098$ ,  $t = 2.336$  และ  $\text{Sig.} = 0.020$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjust  $R^2$ ) เท่ากับ 0.528 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของคุณภาพ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 47.2 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ๆ

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.066–1.989 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2013, p. 590)

ตารางที่ 4.18: ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ  
ของคุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

ตัวแปร	ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน					
	B	S.E.	$\beta$	T	Sig.	VIF
ค่าคงที่	0.647	0.195	-	3.318	0.001*	-
คุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน)	0.222	0.072	0.148	3.083	0.002*	1.962
การใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม	0.278	0.041	0.330	6.756	0.000*	2.040
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	0.364	0.052	0.348	7.038	0.000*	2.084

R = 0.729, R<sup>2</sup> = 0.436, Adjust R<sup>2</sup> = 0.528, F = 309.535, p < 0.05\*

การทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ (5ด้าน), การใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง  
โรงแรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน)  
การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุข  
ของผู้ใช้งาน พบว่า คุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.05 คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีค่ามากที่สุด คือ  
 $\beta = 0.348$ ,  $t = 7.038$  และ  $\text{Sig} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  
สมมติฐาน

รองลงมา คือ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม มีค่า  $\beta = 0.330$ ,  $t = 6.756$  และ  
 $\text{Sig} = 0.000$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

และคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ  
ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล น้อยสุด  
 $\beta = 0.148$ ,  $t = 3.083$  และ  $\text{Sig} = 0.002$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  
สมมติฐาน

โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjust R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.528 แสดงให้เห็นว่า  
อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน) การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและ

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ส่งผลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 47.2 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ๆ

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.962–2.084 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2013, p. 590)

#### 4.7 การสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” โดยมีผลสรุปการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.19: ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 1</b>	คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	
	1.1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	ยอมรับ
	1.2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวก ต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	ยอมรับ
	1.3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพล ทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม	ยอมรับ
	1.4) ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	ยอมรับ
	1.5) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ในการจองโรงแรม	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2	คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	
	2.1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	2.2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	2.3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพล ทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	2.4) ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	2.5) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้งาน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3	คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อ ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	
	3.1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อ ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	3.2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวก ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	3.3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพล ทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	3.4) ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อ ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	ยอมรับ
	3.5) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของ ผู้ใช้งาน	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4	คุณภาพการให้บริการ, การใช้งานแอปพลิเคชัน ในการจองโรงแรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน	ยอมรับ



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ในวิธีวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 การอภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษสามารถแบ่งการสรุปผลออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

- 5.1.1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 5.1.2 ด้านระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 5.1.3 ด้านระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 5.1.4 ด้านระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม
- 5.1.5 ด้านประโยชน์สุขที่ได้รับของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.11 มีอายุระหว่าง 21–30 ปี โดยมีจำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 72.70 มีสถานภาพโสด จำนวน 403 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9

ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมจะแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)
- 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)
- 3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)
- 4) ด้านการรับประกัน (Assurance)
- 5) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูงแต่เมื่อพิจารณาด้านด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีรูปแบบที่ทันสมัย รองลงมาคุณภาพของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมรับส่งข้อมูลได้ดี และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านสิ่งที่สัมผัสได้น้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมหลังการติดตั้งใช้งานได้ดี

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อพิจารณาด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม สามารถแก้ไขปัญหาโดยสร้างความมั่นใจให้ท่าน รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมผ่านระบบมีความถูกต้อง และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านความเชื่อถือไว้วางใจน้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมให้บริการที่ไว้วางใจได้

ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูงแต่เมื่อพิจารณาด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลเร็วในเวลาที่ยอมรับได้ รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลเร็วในระยะเวลาที่เหมาะสม และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านความรวดเร็วในการตอบสนองน้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลอย่างทันท่วงที

ด้านการรับประกัน (Assurance) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูงแต่เมื่อพิจารณาด้านการรับประกัน ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่เปิดเผยข้อมูลของท่าน รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่ทำให้ข้อมูลของท่านเกิดความผิดพลาด และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านการรับประกันน้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมโดยได้รับความกังวลและความกลัว

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูงแต่เมื่อพิจารณาด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบคำถาม ข้อสงสัย ได้อย่างชัดเจน รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมตอบรับข้อบกพร่องในการให้บริการ และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลน้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเอาใจใส่ท่านอย่างมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ

ความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างหลากหลาย รองลงมา แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมทำให้ท่านมีความสะดวกสบายต่อการจองโรงแรมของท่าน และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมน้อยที่สุดในเรื่องของท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นประจำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ พึงพอใจต่อการให้คำแนะนำแพคเกจการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมและพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง และตอบข้อสงสัยตรงประเด็นในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมน้อยที่สุดในเรื่องของพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านง่ายขึ้น รองลงมาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยลดระยะเวลาในการเลือกจองโรงแรม และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมน้อยที่สุดในเรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น

### การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม คือ คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็วในการตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Beta แสดงสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.281$  ด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.279$  ด้านการรับประกันมีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.166$  ด้านความรวดเร็วมีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.110$  และด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.081$

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**วัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม คือ คุณภาพการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Beta แสดงสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในรูปคะแนนมาตรฐาน คือด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.167$  ด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.126$  ด้านความรวดเร็วมีค่าสัมประสิทธิ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.156$  ด้านการรับประกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.135$  และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.366$

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**วัตถุประสงค์ที่ 3** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม คือ คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ ความเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็วในการตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล และปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ในการจองโรงแรม คือ คุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน) การใช้งานแอปพลิเคชัน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Beta แสดงสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวใน รูปแบบมาตรฐาน คือ ด้านความรวดเร็วมีค่าสัมประสิทธิ์ที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันโดย มีค่า  $\beta = 0.225$  ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.218$  ด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.153$  อิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า  $\beta = 0.138$  และด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.098$  ด้านการรับประกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Beta แสดงสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวใน รูปแบบมาตรฐาน คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 ด้าน) มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันโดย มีค่า  $\beta = 0.148$  ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันมีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.330$  และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีค่าสัมประสิทธิ์ที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน มีค่า  $\beta = 0.348$

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลของข้อค้นพบต่าง ๆ ที่ได้จากผลการวิจัยการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปราย

ผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ทำการศึกษาภายใต้พื้นฐานทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM) และโมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLene (1992) โดยมาจากแหล่งค้นคว้างานวิจัย ได้แก่ IEEE และ Emerald ทำให้เกิดอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยอิทธิพลดังต่อไปนี้

คุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Sharma, Al-Shihi และ Govindaluri (2013) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ดูแล และพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมมีความพยายามในการทำความเข้าใจและยอมรับในแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยฝึกฝน ทดลองใช้งาน และพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม อย่างเป็นประจำจะส่งผลให้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ แก่ผู้ใช้งานด้วยความรวดเร็ว เป็นเหตุทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรวดเร็วจากการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเช่นกัน กล่าวคือ หากแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม สามารถแสดงผลการค้นหาโรงแรม โปรโมชันต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้งานจะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความต้องการในการสืบค้นหาโรงแรม ดูรายละเอียดโรงแรม จองโรงแรม ตรวจสอบรายการจองเพิ่มมากขึ้น ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านความรวดเร็วในการตอบสนองที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Helgesen, Havold และ Nettet (2010); Lee, Kim, Ko และ Sagas (2011) และ Kim และ Lee (2011) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมให้ความสนใจผู้ใช้งาน เมื่อผู้ใช้งานต้องรอคอยการแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานได้รับคำอธิบายและวิธีการแก้ไขปัญหายอย่างเฉพาะเจาะจงทำให้ผู้ใช้งานเกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมอย่างต่อเนื่อง มากไปกว่านั้นหากบผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเข้าใจความต้องการเฉพาะอย่างของผู้ใช้งานได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ใช้งานมีความต้องการที่จะจองโรงแรม ดูรายละเอียดโรงแรม จองโปรโมชัน ตรวจสอบรายการจอง และสามารถอธิบายวิธีการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมแก่ผู้ใช้งานได้อย่างชัดเจนจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการใช้งานระบบอย่างเป็นประจำและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง



โรงแรมรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่เพิ่มมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee และ Yu (2012); Wang และ Chao-Yu (2011) และ Dong และ คณะ (2014) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ ผู้ใช้งานจะเห็นได้จากสิ่งที่สัมผัสได้ เช่น หากแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่ให้บริการมีความพร้อมที่จะให้บริการ นั้น หมายถึง ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมจะต้องมีการตรวจสอบและเตรียมความพร้อมในการให้บริการในทุก ๆ เวลาอันจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่ให้บริการ ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการในด้านการรับประกันมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Choi และคณะ (2013) และ Dong และคณะ (2014) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมมีการให้บริการของแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ตลอดจนเกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมในทุก ๆ สถานที่ และท้ายที่สุดเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยภาพรวม ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านการรับประกันที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim และ Lee (2011) และ Lee และคณะ (2011) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมให้ความสนใจต่อผู้ใช้งานเป็นรายบุคคลในกรณีที่ผู้ใช้งานเกิดปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมหรือเกิดเหตุขัดข้องเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในตัวแอปพลิเคชันที่ให้บริการ มากไปกว่านั้น หากสามารถแสดงออกให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงความเป็นห่วง ใฝ่ใจ และกระตือรือร้นที่จะทำให้เกิดเหตุการณ์หรือปัญหาดังกล่าวผ่านพ้นลุล่วงไปได้ด้วยดี ตลอดจนผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณได้รับการเอาใจใส่อย่างเป็นกรณีพิเศษจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งหากมีการจัดเตรียมช่องทางให้ผู้ใช้งานได้เสนอแนะถึงปัญหาหรือข้อคิดเห็นต่าง ๆ เช่น ปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่คลุมเครือไม่ชัดเจนจนเป็นเหตุให้ไม่สามารถใช้งานได้ หรือ



ข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการเพิ่มเติมสารสนเทศเรื่องใหม่ ๆ เป็นต้น และนำข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นต่าง ๆ ไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลที่มากขึ้นก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจโดยภาพรวมเพิ่มมากขึ้น

การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jen และ Chao (2008); Pai และ Huang (2011) และ Urbach, Smolnik และ Riempp (2010) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ ปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมอย่างเป็นประจักษ์นั้นย่อมเกิดจากคุณภาพการให้บริการในด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยหากผู้ดูแลมีความพร้อมในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ทั้งในเรื่องการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม การตอบสนองการร้องขอของผู้ใช้งานในเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว เหมาะสม จะทำให้ผู้ใช้งานสามารถสืบค้นโรงแรมได้ด้วยตนเองและรวดเร็วยิ่งขึ้น ประกอบกับหากแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมสามารถใช้งานได้อย่างเฉพาะรายบุคคลในการสืบค้นโรงแรม ดูรายละเอียดโรงแรม จองโรงแรม ตรวจสอบรายการจอง ตรวจสอบค่าโรงแรม และแสดงผลลัพธ์การเรียกใช้งานดังกล่าวได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้งานจะส่งผลให้ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบาย และมีประสิทธิภาพในการสืบค้นเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนช่วยลดเวลาในการสืบค้นหรือทำรายการอื่น ๆ ให้สั้นลง ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานรับรู้ถึงระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผู้ใช้งานได้รับบรรเทาประโยชน์หรือประโยชน์สุขที่ตนเองเพิ่มมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ McGill และคณะ (2003); Igbaria และ Tan (1997) และ Rai และคณะ (2002) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone และ McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ดูแล และพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม มีการเตรียมความพร้อมในคุณภาพการให้บริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลในเรื่องต่าง ๆ เช่น หากแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ประกอบกับมีคำแนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่เข้าใจง่าย มีการออกแบบที่เหมาะสมชัดเจน จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ตลอดจนเกิดความพึงพอใจต่อคำแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ทั้งนี้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมมีความพร้อม ความสามารถในการให้บริการ ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของผู้ใช้งานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งการแสดงผลซึ่งความเห็นอก เห็นใจเมื่อผู้ใช้งานเกิดปัญหาหรือ

ข้อสงสัยต่าง ๆ และเข้าใจในความต้องการเฉพาะอย่างของผู้ใช้งานเป็นรายบุคคลได้จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจจากการให้บริการ และเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม เมื่อผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจและยอมรับในคุณภาพการให้บริการ ส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถทำการสืบทอดโรงแรมได้ด้วยตนเองง่ายขึ้นและสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนหากผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบที่หลากหลายแล้วนั้นจะส่งผลให้ผู้ใช้งานประหยัดเวลาและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นจนก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้สรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมรับรู้ถึงความพึงพอใจของตนเองที่เพิ่มมากขึ้นก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ของผู้ใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากผลการวิจัยผู้วิจัยเสนอแนะให้กับโรงแรมในประเทศไทย ในการพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยส่งเสริมและมุ่งเน้นด้านคุณภาพการให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งานที่มากขึ้น ดังต่อไปนี้

5.3.1 จากผลการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมหลังการติดตั้งใช้งานได้ดี จากผลในข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ การออกแบบหลังการติดตั้งการใช้งานให้ผู้ใช้งานสัมผัสได้ถึงควมมีเสถียรภาพของแอปพลิเคชัน เช่น หลังจากติดตั้งแอปพลิเคชันควรมี Pop up หรือกล่องแสดงความคิดเห็นหลังการติดตั้ง เพื่อให้ทราบข้อดีและข้อบกพร่องของแอปพลิเคชัน

5.3.2 จากผลการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ เรื่องของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมให้บริการที่ไว้วางใจได้ จากผลในข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ การสร้างแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม ให้มีความน่าเชื่อถือ โดยมีการกำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม เกิดความมั่นใจในการใช้งาน เช่น มีการยืนยันรหัสผ่าน อีเมล, SMS, โทรศัพท์ หรือลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อเป็นการยืนยันตัวบุคคลที่แน่นอน

5.3.3 จากผลการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ เรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลพร้อมอย่างทันท่วงที

จากผลในข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ ควรเลือก Server ของโปรแกรมของแม่ข่ายที่มีความเสถียรภาพในการตอบสนองที่สูง เพื่อการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ในการใช้งานแอปพลิเคชันที่ใช้ในการจองโรงแรม เช่น มีการสำรอง Server ข้อมูล หลาย ๆ ที่เพื่อ เป็นการลดความเสี่ยงจากการล่มของโปรแกรม

5.3.4 จากผลการศึกษาคูณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม ด้านการรับประกัน (Assurance) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ เรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมโดยไร้ความกังวลและความกลัว จากผลในข้างต้นที่ผู้ดูแล และพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ ความมีจริยธรรมของบุคลากรที่มี ส่วนดูแลและพัฒนาในการใช้งาน โดยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตาม มาตรฐาน เช่น ทางโรงแรมจะต้องออกข้อตกลงการชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดจากความผิดพลาดจากตัว แอปพลิเคชันที่ทางโรงแรมได้จัดทำขึ้น เพื่อสร้างการรับประกันให้แก่ผู้ใช้งาน

5.3.5 จากผลการศึกษาคูณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ ความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ เรื่องแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเอาใจใส่ท่านอย่างมาก จากผล ในข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ การเพิ่มช่องทาง ส่วนบุคคลเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานข้อสงสัยเป็นการส่วนตัว เช่น การส่งอีเมล หรือเพื่อใช้เป็นช่องทาง สร้างการเข้าถึงผู้ใช้งานเป็นรายบุคคล

5.3.6 จากผลการศึกษาคูณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม ด้านระดับการใช้งาน แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ ความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ เรื่องท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นประจำ จากผล ในข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ การทำการตลาด แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยมีการสื่อสารให้ผู้ใช้งานเข้ามาใช้งานที่บ่อยครั้งขึ้น เช่น ล็อกอิน ในแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมแล้วจะได้แต้มลดราคาในการจองโรงแรม เป็นต้น

5.3.7 จากผลการศึกษาคูณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจอง โรงแรม ด้านระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ เรื่องพึงพอใจต่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม จากผลใน ข้างต้นที่ผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ การวิเคราะห์ การทำ ความเข้าใจ โครงสร้างของแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ให้มีขั้นตอนที่ง่าย สะดวก รวดเร็วต่อ การใช้งาน เช่น เมื่อกรอกข้อมูลสมัครสมาชิกเสร็จสิ้น ระบบจะต้องส่งกล่องโต้ตอบ (Popup Message) กลับมายังผู้ใช้งานทันที เป็นต้น

5.3.8 จากผลการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ด้านเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด คือ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น จากผลในข้างต้นผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรคำนึงถึงคือ ผู้ใช้งานจะต้องมีความเชื่อมั่นว่าการใช้ระบบสารสนเทศจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของงานเพิ่มขึ้น เช่น การออกแบบหน้าอินเตอร์เฟซของแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ความเหมาะสมหรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นของระบบอีพชัณที่มีหลายแบบ เพื่อความรวดเร็วและประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งาน

5.3.9 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม โดยการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการระดับมาก จากผลในข้างต้นผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ควรปรับปรุงในประเด็นที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ เป็นรายบุคคลจะส่งผลให้การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเพิ่มขึ้น เช่น

5.3.10 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการระดับมาก จากผลในข้างต้นผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรปรับปรุงในประเด็นที่เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลจะส่งผลให้การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเพิ่มขึ้น

5.3.11 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน โดยประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการระดับมาก จากผลในข้างต้นผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรปรับปรุงในประเด็นที่เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล จะส่งผลให้การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมเพิ่มขึ้น

5.3.12 จากผลการทดสอบสมมติฐานว่าคุณภาพการให้บริการ, การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการระดับมาก จากผลในข้างต้นผู้ดูแลและพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมควรปรับปรุงในประเด็นที่เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ซึ่งประเด็นดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ การปรับปรุงในประเด็นกล่าวจะทำให้

คุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงแนะนำข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุง ในการทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

5.4.1 การวิจัยนี้มีการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถาม เพราะฉะนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะดำเนินการเก็บโดยใช้วิธีอื่น ๆ เพื่อความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เนื่องจากจะสามารถเก็บข้อมูลเชิงลึก ทำให้เกิดประโยชน์ในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.4.2 ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการวิจัยคุณภาพระบบและคุณภาพสารสนเทศเพิ่มเติมตามกรอบแนวคิดทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean (2003) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ให้ครบถ้วนทุกด้านที่นอกจากคุณภาพการให้บริการ

5.4.3 ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆ หรือกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมในสภาพเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมซึ่งจะมีความแตกต่างกัน

5.4.4 ควรมีการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมในด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาด้านการให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### บรรณานุกรม

- กิติมา ปรีดีดีล. (2529). *ทฤษฎีการบริหารองค์การ*. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.
- บริษัท มายรัม (ประเทศไทย) จำกัด. (2558). *แอปพลิเคชัน Digital Life Survey*. สืบค้นจาก [http://www.mirum.co.th/paper/download/DigitalLifeSurveybyMirum\\_whitepaper.pdf](http://www.mirum.co.th/paper/download/DigitalLifeSurveybyMirum_whitepaper.pdf).
- บลูเฮ้าส์ เน็ตเวิร์ค. (2556). *ที่มาของการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต*. สืบค้นจาก [http://www.bluehouseenterprise.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=335:sources-of-internet-hotel-booking&Itemid=321](http://www.bluehouseenterprise.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=335:sources-of-internet-hotel-booking&Itemid=321).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปราวีณา สุวรรณรัฐโชติ และปรัชญนันท์ นิลสุข. (2548). *การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี*. สืบค้นจาก <http://www.kroobannok.com/144>.
- ผลสำรวจ “ทริปบาร์โอมิเตอร์ คอนเน็คเต็ท ทราเวลเลอร์” เผย นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการจองการเดินทางผ่านสมาร์ทโฟนเป็น 2 เท่า. (2558). สืบค้นจาก <http://www.brandbuffet.in.th/2015/07/tripbarometer-survey/>.
- ไพบุลย์ สุทรสุภา. (2541). *การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของเทคโนโลยีการปลูกข้าวญี่ปุ่นของเกษตรกรไทยในภาคเหนือของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มายรัม ประเทศไทย เผยนวัตกรรมการตลาดวิจัยชีวิตยุคดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน Digital Life Survey. (2558). สืบค้นจาก <http://thaimarketing.in.th/2015/08/27/mirum-digital-life-survey/>.
- วรรณนะ พุนทองชัย. (2556). *การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารขาออก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วศิน เพิ่มทรัพย์ และวิโรจน์ ชัยมูล. (2548). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: โปรวีชั่น.
- วัลลภ ลำพาย. (2549). *เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ 1* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *คาดปี' 58 โรงแรมฟื้นตัวโต 7.1-10.0% แต่ยังคงจับตาภาวนักท่องเที่ยวรัสเซียและยุโรปชะลอตัว รวมถึงการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่รุนแรง*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33593>.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2553). *รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2553 (Internet User Profile of Thailand 2010)*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สง่า ภูณรงค์. (2540). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาธิการอำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการในเขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยเชียงใหม่*.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2546). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2548). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถพร คำคม. (2546). *การให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- การพัฒนา Mobile Application*. (2557). สืบค้นจาก [www.itnews4.com/Mobile\\_app\\_type.html](http://www.itnews4.com/Mobile_app_type.html).
- Baraka, H. A., Baraka, H. A., & El-Gamily, I. H. (2013). Assessing call centers' success: A validation of the DeLone and McLean model for information system. *Egyptian Informatics Journal*, 14(2), 99-108.
- Choi, W., Rho, M. J., Park, J., Kim, K. J., Kwon, Y. D., & Choi, I. Y. (2013). Information system success model for customer relationship management system in health promotion centers. *Healthcare Informatics Research*, 19(2), 110-120.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York: Wiley.
- Comer, D. E. (2008). *Computer networks and internets* (5<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free: The art of making quality certain*. New York: New American Library.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness: Perceived ease of use, and end user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318–339.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Information System*, 19(4), 9–30.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259–274.
- Dong, T. P., Cheng, N. C., & Wu, Y. C. J. (2014). A study of the social networking website service in digital content industries: The Facebook case in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, 30, 708–714.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2<sup>nd</sup> ed.). Thousand Okes, CA: Sage.
- Freud, S. (1953). *The interpretation of dreams Sigmund Freud (1900)* (3<sup>rd</sup> ed.). Retrieved from <http://psychclassics.yorku.ca/Freud/Dreams/dreams.pdf>.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Helgesen, O., Havold, J. I., & Nettet, E. (2010). Impacts of store and chain images on The quality–satisfaction–loyalty process in petrol retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(2), 109–118.
- Igbaria, M., & Tan, M. (1997). The consequences of information technology acceptance on subsequent individual performance. *Information & Management*, 32, 113–121.



- Jen, W., & Chao, C. (2008). Measuring mobile patient safety information system success: An empirical study. *International Journal of Medical Informatics*, 77, 689–697.
- Kim, Y. K., & Lee, H. R. (2011). Customer satisfaction using low cost carriers. *Tourism Management*, 32(2), 235–243.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implement, and control* (9<sup>th</sup> ed.). New York: Prentice–Hall.
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., & Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14, 54–63.
- Lee, S. K., & Yu, J. H. (2012). Success model of project management information system in construction. *Automation in Construction*, 25, 82–93.
- McGill, T., Hobbs, V., & Klobas, J. (2003). User–developed applications and information systems success: A test of DeLone and McLean’s model. *Information Resources Management Journal*, 16, 24–45.
- Pai, F. Y., & Huang, K. I. (2011). Applying the technology acceptance model to the introduction of healthcare information systems. *Technological Forecasting and Social Change*, 78, 650–660.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 14–40.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. London: Collier Macmillan.
- Petter, S., DeLone, W., McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17(3), 236–263.
- Rai, A., Lang, S. S., & Welker, R. B. (2002). Assessing the validity of IS success models: An empirical test and theoretical analysis. *Information Systems Research*, 13, 50–69.

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovation* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Free.
- Schmenner, R. W. (1995). *Service operations management*. London: Prentice Hall.
- Seddon, P. B. (1997). A specification and extension of the DeLone and McLean model of IS success. *Information System Research*, 8(3), 240–253.
- Sharma, S. K., Al-Shihi, H., & Govindaluri, S. M. (2013). Exploring quality of e-Government services in Oman. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 6(2), 87–100.
- Torkzadeh, G., & Doll, W. J. (1999). The development of a tool for measuring the perceived impact of information technology on work. *Omega, International Journal of Management Science*, 27, 327–339.
- Urbach, N., Smolnik, S., & Riempp, G. (2010). An empirical investigation of employee portal success. *Journal of Strategic Information System*, 19, 184–206.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Vladimirov, Z. (2012). Customer satisfaction with the Bulgarian tour operators and tour agencies' websites. *Tourism Management Perspectives*, 4, 176–184.
- Vlahos, G. E., Ferratt, T. W., & Knoepfle, G. (2004). The use of computer-based information systems by German managers to support decision making. *Information Management*, 41(6), 763–779.
- Wainer, H., & Braun, H. I. (1988). *Test validity*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Wang, E. H. H., & Chao-Yu, C. (2011). System quality, user satisfaction, and perceived net benefits of mobile broadband services. In 8<sup>th</sup> *Asia-Pacific Regional ITS Conference*. Taipei: International Telecommunications Society.
- Wisher, J. D., & Corney, W. J. (2001). Comparing practices for capturing bank customer feedback—internet versus traditional banking. *Benchmarking: An International Journal*, 8(3), 240–250.
- Yoon, Y., Guimaraes, T., & O'Neai, Q. (1995). Exploring the factors associated with expert system success. *MIS Quarterly*, 19(1), 83–106.
- Zineldin, M. (1996). Bank strategy portioning and some determinants of bank selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14(6), 12–22.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9<sup>th</sup> ed.). Singapore: Cengage Learning.







## แบบสอบถาม

### เรื่อง

**อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุขที่ได้รับของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

นายสุรติ กอบการุณ

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด  
เพียงคำตอบเดียว

#### 1. เพศ

ชาย

หญิง

#### 2. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

61 ปีขึ้นไป

#### 3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

#### 4. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

อนุปริญญา/ ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

#### 5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

15,001-30,000 บาท

30,001-50,000 บาท

50,001-100,000 บาท

100,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม**

**คำชี้แจง** ท่านคิดว่าการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

*ท่านมีความเห็นว่า...*

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ				
<b>สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)</b>					
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีรูปแบบที่ทันสมัย	5	4	3	2	1
2. คุณภาพของแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมรับส่งข้อมูลได้ดี	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีเนื้อหาครบถ้วน	5	4	3	2	1
4. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมหลังการติดตั้งใช้งานได้ดี	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
<b>ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)</b>					
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมผ่านระบบมีความถูกต้อง	5	4	3	2	1
2. เมื่อท่านเกิดปัญหาทางแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาโดยสร้างความมั่นใจให้ท่าน	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมให้บริการที่ไว้วางใจได้	5	4	3	2	1
4. ท่านมีความมั่นใจใช้แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมท่านใช้แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมปฏิบัติงานได้อย่างมีความมั่นใจ	5	4	3	2	1
<b>ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)</b>					
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลทันทีในเวลาที่ยอมรับได้	5	4	3	2	1

**ท่านมีความเห็นว่า...**

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันในการจองโรงแรม	ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
2. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที	5	4	3	2	1
4. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมแสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
<b>การรับประกัน (Assurance)</b>					
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่เปิดเผยข้อมูลของท่าน	5	4	3	2	1
2. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมไม่ทำให้ข้อมูลของท่านเกิดความผิดพลาด	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมโดยไร้ความกังวลและความกลัว	5	4	3	2	1
4. ท่านมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการใช้งาน แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นระบบที่มีความไว้วางใจได้	5	4	3	2	1
<b>การเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Empathy)</b>					
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
2. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมตอบรับข้อบกพร่องในการให้บริการ	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างมาก	5	4	3	2	1
4. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมสามารถให้ข้อมูลของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันได้ดี	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นแอปพลิเคชันเอาใจใส่ผู้รับบริการ	5	4	3	2	1



### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

**คำชี้แจง** ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำ

เครื่องหมาย  ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

**ท่านปฏิบัติดังต่อไปนี้...**

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

การใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมเป็นประจำ	5	4	3	2	1
2. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมทำให้ท่านมีความสะดวกสบายต่อการจองโรงแรมของท่าน	5	4	3	2	1
3. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมได้อย่างหลากหลาย	5	4	3	2	1
4. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมีประโยชน์ต่อท่าน	5	4	3	2	1
5. ท่านตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้	5	4	3	2	1

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

**คำชี้แจง** ท่านพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

**ท่านมีความเห็นว่า...**

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำแพคเกจการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1
2. ท่านพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำเมื่อเกิดเหตุขัดข้องและตอบข้อสงสัยตรงประเด็นในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1
3. ท่านพึงพอใจต่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1
4. ท่านพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อระบบ แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1

**ส่วนที่ 5** ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม

**คำชี้แจง** ท่านเห็นด้วยต่อข้อความเกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมมากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

**ท่านมีความเห็นว่า...**

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยลดระยะเวลาในการเลือกจองโรงแรมของท่าน	5	4	3	2	1
2. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น	5	4	3	2	1
3. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านง่ายขึ้น	5	4	3	2	1
4. แอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรมช่วยให้การเลือกจองโรงแรมของท่านสะดวกสบายเพิ่มขึ้น	5	4	3	2	1
5. โดยภาพรวมแล้วท่านได้ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในการจองโรงแรม	5	4	3	2	1

**\*\*\* ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ \*\*\***

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล

นายสุรติ กอบการุณ

อีเมล

note.mahidol@gmail.com

ประวัติการศึกษา

-ระดับปริญญาตรี การจัดการบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล ปีการศึกษา 2552-2555

-ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลาย

โรงเรียนอัสสัมชัญปทุมวัน ปีการศึกษา 2546-2551

การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

MUKA SCIENCE AND MANAGEMENT PROJECT

EXHIBITION 2013 เรื่อง ระบบสารสนเทศเพื่อ

การจัดการหอพักด้วยเครื่องมือทางธุรกิจยุคใหม่



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 6 เดือน มกราคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สุวิทย์ กอบมรณ อยู่บ้านเลขที่ 96/5  
ซอย หมู่ที่ 1 ถนน - ตำบล/แขวง บ้านแพ้ว  
อำเภอ/เขต บ้านแพ้ว จังหวัด สมุทรสาคร รหัสไปรษณีย์ 74120  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560204625  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ  
และประสิทธิผลของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชัน ในโครงการโรงแรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน  
ในกรุงเทพมหานคร


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นายสุรวิทย์ กอบกมล )

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร