

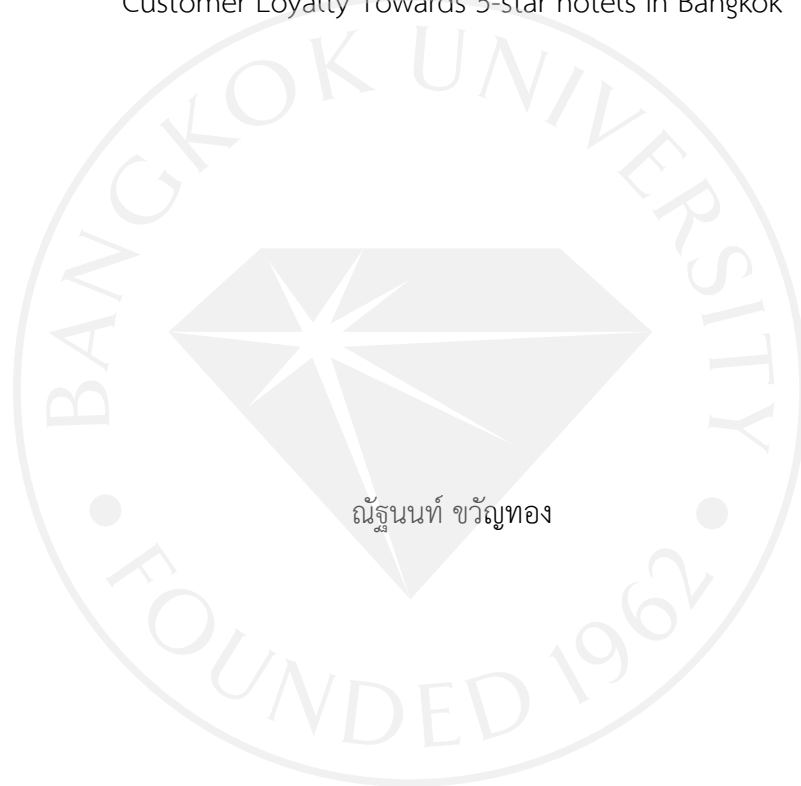
การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความ
จงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Personal Characteristics, Process and Service Quality
Affecting the Customer Loyalty Towards 5-star hotels in Bangkok



การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Personal Characteristics, Process and Service Quality Affecting the Customer Loyalty Towards 5-star hotels in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



© 2562

ณัฐนนท์ ขวัญทอง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้
เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ณัฐนนท์ ขวัญทอง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 มีนาคม 2562

ณัฐนันท์ ขวัญทอง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร (44 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อิทธิพลของปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการแบบแนวบนลงล่าง และแบบแนวบนมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: กระบวนการให้บริการ, คุณภาพการให้บริการ, ความจงรักภักดี, ผู้เข้าพัก, โรงแรม 5 ดาวในเขต กรุงเทพมหานคร

Kwanthong, N. M.B.A., March 2019, Graduate School, Bangkok University.

A Study of Personal Characteristics, Processes and Service Quality Affecting the Loyalty of 5-star hotels in Bangkok (44 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Suthinan Pomsuwam, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this independent study were (1) to investigate the different personal factors affecting the customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok, (2) to study the influence of service process factors on the customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok and (3) to study the influence of service quality factors on the customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok. A questionnaire was used as a research instrument. The sample was selected based on accidental sampling. Data were analyzed by using descriptive statistics and inferential statistics, t-test and F-test. The sample was 400 customers of 5-star hotels in Bangkok. The results of this study indicated that the respondents with different gender, age, educational level, occupation, marital status, average monthly income, frequency of using 5-star hotels had indifferent customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok. Top-down and horizontal service process factors influenced customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok. In addition, service quality factors influenced customer loyalty towards 5-star hotels in Bangkok with a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Processes, Service Quality, Loyalty, Guest, 5-star hotels in Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลนี้ฉบับนี้การวิจัยเฉพาะบุคคลฉบับนี้สำเร็จลุล่วงครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาเฉพาะบุคคลซึ่งท่านได้ให้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย ขอขอบคุณ สำหรับข้อแนะนำ ตลอดจนช่วยตรวจสอบให้คำปรึกษาในการสนับสนุนในทุกมิติตลอดการดำเนินงานวิจัย นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ ในคณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้ ที่เป็นกำลังใจ

ขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า เพื่อนำมาประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างสูงขอขอบคุณผู้ที่สละเวลามาตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดาและทุกคนในครอบครัว รวมถึงบุคคลหรือองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน และคอยช่วยเหลือให้กำลังใจ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจเสมอมา จนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

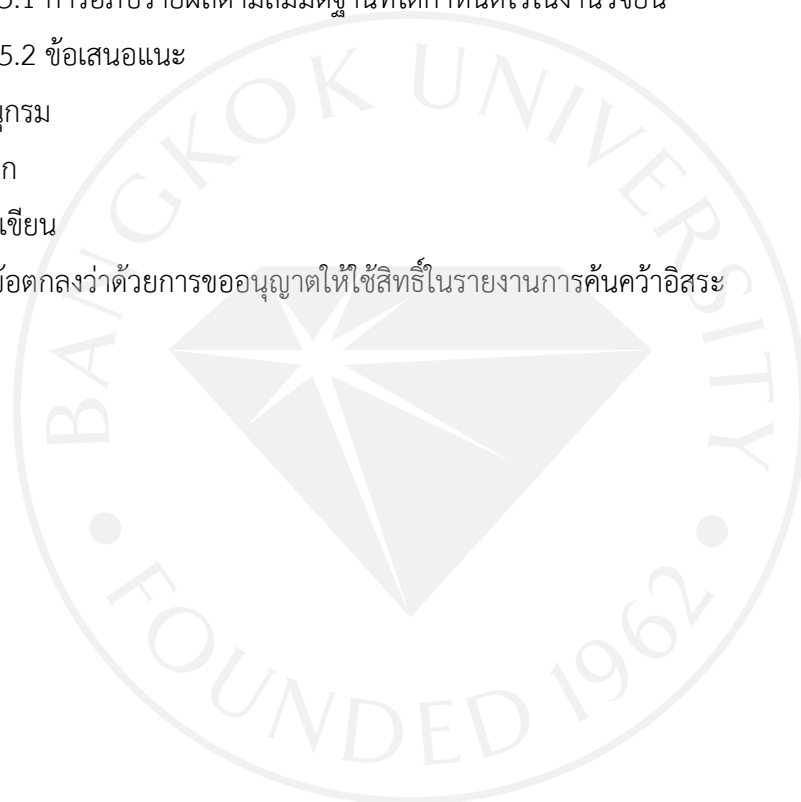
ณัฐนันท์ ขวัญทอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 การกำหนดกรอบแนวความคิดในงานวิจัย	3
1.5 สมมติฐานการวิจัย	5
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 5 ดาว	8
2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	10
2.3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ	11
2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	14
2.5 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความจงรักภักดี	15
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	17
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.4 สมมติฐานการวิจัย	20
3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	22
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	25
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 การอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัยนี้	29
5.2 ข้อเสนอแนะ	34
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก	37
ประวัติผู้เขียน	44
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงค่าครอนบาร์คแอลฟา	19
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดี	23
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี	24
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความจงรักภักดี	24
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานในการ เปรียบเทียบความแตกต่างความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ	25
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และ ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาว	26
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน และคุณภาพในการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์สัมพัทธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)	27
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis)	27

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิด

หน้า

4



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในการบริหารองค์กรเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในธุรกิจและบรรลุเป้าหมายที่องค์กรคาดหวังไว้นั้น นอกจากจะใช้กลยุทธ์ในทางธุรกิจในการบริหารและพัฒนาองค์กรเพื่อพาองค์กรไปสู่เป้าหมายแล้ว กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ก็เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างยิ่งอย่างหนึ่งที่จะนำพาและขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นประกอบกันด้วยปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันที่สูงและมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมาก ทั้งในเรื่องของนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบการสื่อสาร และอื่นๆ อีกมากมาย จึงทำให้องค์กรจะต้องมีการพัฒนาและเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร เพื่อให้องค์กรเข้มแข็งสามารถยืดหยัดต่อสู้กับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ และปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่จะสามารถนำพาให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ คือ ทรัพยากรบุคคล เมื่อองค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน และองค์กรสามารถทำให้บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน มีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และมอบคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีให้แก่บุคลากร ก็จะทำให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นที่จะพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จและไปสู่เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ (สมชาย หิรัญกิติ, 2542)

ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมก็คือ การให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มาจากหลากหลายแห่งทั่วโลก ต่างคาดหวังจากโรงแรมไม่ต่างกันคือ ความสะอาดสบาย การต้อนรับที่อบอุ่น และการบริการที่ตรงกับความต้องการ โรงแรมหลายแห่งจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมากมาย เพื่อคอยให้บริการกับแขกผู้มาเยือนนอกเหนือจากห้องพัก ทั้งนี้บริการทั้งหลายเหล่านั้น นอกจากจะสร้างความแตกต่างจากที่พักทั่วไปแล้ว ยังมีขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของแขกที่แตกต่างกันไปตามความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่มอีกด้วย หากแต่ว่าการให้บริการเสริมต่างๆ ไม่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากโรงแรมแต่ละแห่งสามารถจัดหาบริการต่างๆ ได้อย่างครบถ้วนไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมจึงต่างพยายามที่จะคิดค้นกลยุทธ์การตลาดออกมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด (ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมล เกียรติเรืองกมล, 2556)

โดยโรงแรมนั้นเป็นธุรกิจการให้บริการที่ต้องให้ความสำคัญต่อมาตรฐานคุณภาพของบริการโดยเฉพาะโรงแรมหรูที่มีมาตรฐานสากลในการให้บริการ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจเกิดได้จากการได้รับความ

ประทับใจจากการได้รับบริการที่ตรงหรือเหนือความคาดหวังไว้ ทั้งนี้ ปัจจัยภายนอกยังเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้แต่ส่งผลต่อการใช้บริการของโรงแรมดังกล่าวอีกด้วย โดยมีส่วนทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละบุคคล รวมถึงการนำกลยุทธ์ต่างๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ส่วนประสบการณ์ตลาดเพื่อการสร้างความแตกต่างด้านการตกแต่ง ด้านการให้บริการ เช่น บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การลงทะเบียนเข้าพักโดยไม่ผ่านแผนกต้อนรับด้านหน้า เป็นต้น ควบคู่กับกลยุทธ์ส่วนประสบการณ์ตลาดด้านการส่งเสริมการขาย โดยให้สิทธิพิเศษต่างๆ แก่สมาชิกบัตรวีไอพี และบัตรเครดิตหรือการจัดรายการทัวร์พิเศษ เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรม พร้อมทั้งเป็นการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมที่ได้มาตรฐานระดับสากล (ธัญพรนภัส แฝงสม, 2556)

ดังนั้น การที่โรงแรมจะดำเนินอยู่ได้และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจนั้น ขึ้นอยู่กับผลการประกอบการที่ดีหรือผลกำไร ซึ่งการแสวงหาผลกำไรของธุรกิจโรงแรมนั้นจะต้องอาศัยความสามารถของบุคลากรที่มีอยู่ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านการให้บริการ เป็นการสร้างองค์ความรู้ขององค์กรที่มีต่อลูกค้า เรียกว่า เป็นองค์ความรู้ที่มีให้เหนือกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วยกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่รวดเร็ว ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดของการให้บริการคือความสามารถของบุคลากรทุกคนที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างเหนียวแน่น และพยายามรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด เป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี (Loyalty) สุดท้ายลูกค้าเหล่านี้จะนำมาซึ่งรายได้ขององค์กร (ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมล เกียรติเรืองมลา, 2556)

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดี กรณีศึกษาผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีต่อความจงรักภักดี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการให้บริการ ที่มีต่อความจงรักภักดี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความจงรักภักดี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close -Ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และ

คุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดี กรณีศึกษาผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเนื่องจากกลุ่มประชากรมีไม่จำกัดจำนวน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะทำการสุ่มกลุ่ม ตัวอย่างในวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2559 จำนวน 400 คน

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะ ดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

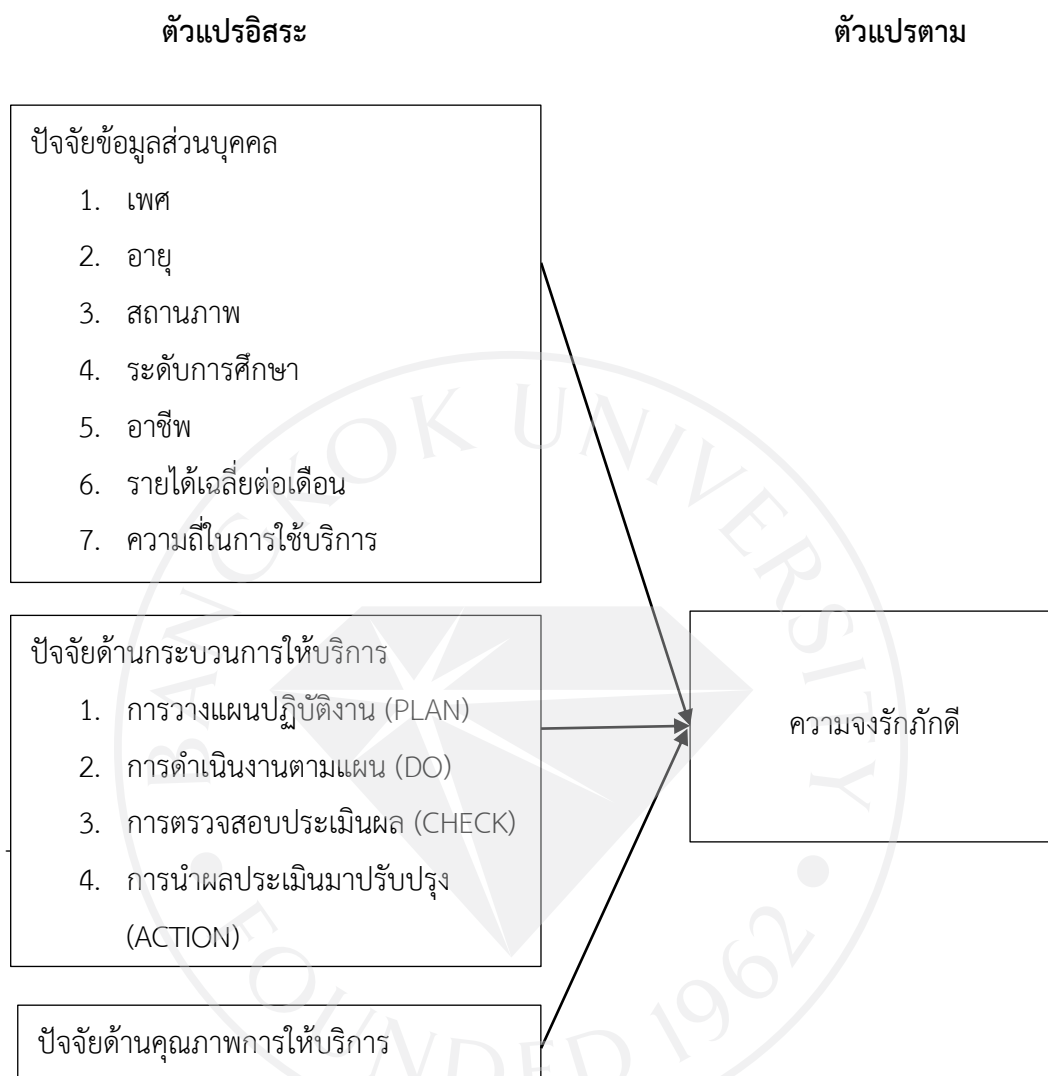
- 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการให้บริการ
- 2 กระบวนการทำงาน (PDCA) ของโรงแรม ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การนำผลประเมินมาปรับปรุง
- 3 คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความเป็นกันเองแก่ผู้เข้าพัก การบริการรถรับ – ส่งแก่ผู้เข้าพัก

1.3.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความจงรักภักดี

1.4 การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระ จำนวน 3 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการให้บริการ ของผู้รับบริการ ส่วนกลุ่มที่สอง คือ กระบวนการทำงาน (PDCA) ของโรงแรม ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การนำผลประเมินมาปรับปรุง ส่วนกลุ่มที่ 3 คือ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความเป็นกันเองแก่ผู้เข้าพัก การบริการรถรับ – ส่งแก่ผู้เข้าพัก และ กลุ่มตัวแปรตามจำนวน 1 กลุ่ม คือ ความจงรักภักดี ได้แก่ การแนะนำโรงแรมให้แก่คนรู้จัก มีการกลับมาใช้บริการโรงแรมแม้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดัง

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิด



จากกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.5.1 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1.1 สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการให้บริการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

1.5.1.2 สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.1.3 สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.5.2.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.5.2.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่ (t-test) กรณีการเปรียบเทียบของ กลุ่มสองกลุ่มที่อิสระต่อกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-Test เมื่อพบความแตกต่าง จะทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ (Scheffee)
2. สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
3. สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis)

1.6 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1.6.1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) คือ ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นและเข้าใจถึงเรื่องราว หรือลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลหนึ่งบุคคลใด เช่น เพศ อายุ ประวัติการศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติสุขภาพ ประวัติการทำงาน เป็นต้น ซึ่งมีสิ่งบอกลักษณะที่ทำให้รู้ตัวบุคคลผู้นั้นได้

1.6.2 กระบวนการทำงาน (PDCA) คือวงจรการควบคุมคุณภาพ ได้แก่ วางแผน (Plan) หมายถึง การวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ ครอบคลุมถึงการกำหนดหัวข้อที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจาก การปฏิบัติงาน อาจ

ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน Plan การจัดอันดับ ความสำคัญของ เป้าหมาย กำหนดการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลา การดำเนินงาน กำหนด ผู้รับผิดชอบหรือผู้ดำเนินการ และกำหนดงบประมาณที่จะใช้ การวางแผนยังช่วยให้เราสามารถ คาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต และช่วยลดความสูญเสียต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ปฏิบัติตามแผน (Do) หมายถึง การดำเนินการตามแผน อาจประกอบด้วย การมี โครงสร้างรองรับการดำเนินการ มีการ ประชุมของคณะกรรมการ และมีผลของการดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามแผน (Check) หมายถึง การประเมินแผน อาจประกอบด้วย การประเมินโครงสร้างที่รองรับ การดำเนินการ การ ประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน และการประเมินผลของการดำเนินงานตามแผนที่ได้ตั้งไว้ โดยในการ ประเมินดังกล่าวสามารถทำได้เอง โดยคณะกรรมการที่รับผิดชอบแผนการดำเนินงานนั้น ๆ ซึ่งเป็น ลักษณะของการประเมินตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องตั้งคณะกรรมการอีกชุดมาประเมินแผน หรือไม่ จำเป็นต้องคิดเครื่องมือหรือแบบประเมินที่ยุ่งยากซับซ้อนปรับปรุงแก้ไข (A) หมายถึง การนำผลการ ประเมินมาพัฒนาแผน อาจประกอบด้วย การนำผลการ ประเมินมาวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้าง หรือ ขั้นตอนการปฏิบัติงานใดที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาสิ่งที่ติดอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และสังเคราะห์ รูปแบบการดำเนินการใหม่ที่เหมาะสมสำหรับ การดำเนินการเมื่อได้วางแผนงาน (P) นำไปปฏิบัติ (D) ระหว่างการปฏิบัติก็ดำเนินการตรวจสอบ (C) พบปัญหาที่ทำการแก้ไขหรือปรับปรุง (A) การปรับปรุงก็ เริ่มจากการวางแผนก่อน วนไปได้เรื่อยๆ จึงเรียกรวมๆ PDCA

1.6.3 คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรักษาระดับการให้บริการที่ เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพ การให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูด ปากต่อปาก จากการโฆษณา ของธุรกิจให้บริการ

1.6.4 ความจงรักภักดี (Loyalty) หมายถึง ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างทัศนคติที่เกี่ยวข้อง ของผู้ใช้บริการที่มีการใช้บริการซ้ำ และการอุปถัมภ์กับบริการของโรงแรม ซึ่งผู้ใช้มีความพึงพอใจใน การบริการและมีการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ มีการพูดถึงการบริการที่ดีของโรงแรม และ แนะนำให้ผู้อื่นใช้ตาม

1.6.5 กลุ่มประชากร/ตัวอย่าง หมายถึง ผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.6 โรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง โรงแรม 5 ดาวในย่านสีลม เขตบางรัก และ ย่านเพลินจิต เขตปทุมวัน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้อธิบายได้ดังนี้

1.7.1 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนระบบการทำงานของโรงแรม

1.7.2 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโรงแรม

1.7.3 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพการบริการ ให้มีคุณภาพมากขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดี ผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 5 ดาว
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ
- 2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.5 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความจงรักภักดี

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา เอกสารมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม เล่ม 1 ระดับ 5 ดาว รหัสมาตรฐาน มทท 202 เล่ม 21: 2557 (Accommodation Standard for Tourism (Hotel) Part 1: 5 Stars, TTS 202 Part 1: 2014) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมระดับ 5 ดาวสามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้ (รัตนาวลัย ชันติจันญาไชย, จรินทร์ วิเศษสุขมงคล และวารุณี เกตุสะอาด, 2557)

2.1.1 ขอบข่าย

มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยนี้ใช้สำหรับสถานที่พักที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมโดยครอบคลุมประเภทต่างๆ ทั้ง 4 ประเภท คือ

1. โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก
2. โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร
3. โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่ สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา
4. โรงแรมประเภท 4 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา

2.1.2 เอกสารอ้างอิง

1. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547
2. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
3. พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535
4. กฎกระทรวงกำหนดประเภทอาคารที่ต้องจัดให้มีผู้ตรวจสอบ พ.ศ. 2548

2.1.3 บทนิยาม

โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

1. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กร มหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้ โดยมีใช้เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มา แบ่งปันกัน
2. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการ เป็นรายเดือน ขึ้นไปเท่านั้น
3. สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2.1.4 ข้อกำหนด

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมระดับ 5 ดาว ฉบับนี้เป็นฉบับปรับปรุงเพื่อแก้ไขปัญหาเกณฑ์และตัวชี้วัดมาตรฐานโรงแรม ระดับ 5 ดาวที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานของต่างประเทศและเพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของคณะกรรมการ ตรวจสอบประเมิน โดยคณะทำงานปรับปรุงมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวได้ประชุมหารือและกำหนดเกณฑ์และ ตัวชี้วัดที่ควรมีรวมถึงค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสำหรับมาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งประกอบด้วย 12 หมวด 45 เกณฑ์ 499 ตัวชี้วัด

- หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ
- หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร
- หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมการเดินระเบียง และห้องน้ำ)
- หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite และ Executive Floor
- หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว
- หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสันทนาการ และสรวายน้ำ
- หมวดที่ 7 ส่วนบริการด้านธุรกิจ: ห้องประชุมและ Business Center
- หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ
- หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป
- หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อมและส่วนสนับสนุนการบริการ

หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน

หมวดที่ 12 คุณลักษณะเสริมอื่นๆ

2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล

2.2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ทฤษฎี ERG ของ Alderfer (Alderfer's Existence Relatedness Growth Theory) Alderfer (1972) ได้พัฒนาทฤษฎี ERG โดยยึดทฤษฎีความต้องการของ Maslow เป็น พื้นฐาน โดยสรุปและสร้างรูปแบบความต้องการของมนุษย์จาก 5 ข้อเป็น 3 ข้อ ได้แก่

1. ความต้องการในการดำรงอยู่ (Existence Needs: E) รวมถึงความต้องการวัสดุและสรีรวิทยา เทียบได้กับระดับที่ 1 และ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow
2. ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs: R) รวมถึงความภาคภูมิใจในสังคมและความยอมรับนับถือจากสังคมภายนอก ความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงานและนายจ้างนอกจากนี้ยังหมายถึงการได้รับการยอมรับและรู้สึกปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือครอบครัวเทียบได้กับระดับที่ 3 และ 4 ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Alderfer, 1972)
3. ความต้องการด้านความเจริญเติบโตก้าวหน้า (Growth Needs: G) รวมถึงความเคารพ ในตัวเองและการทำให้สิ่งที่ตนต้องการให้เป็นจริง สิ่งเหล่านี้จะกระตุ้นให้บุคคลสร้างผลงานที่มี คุณภาพและต้องการพัฒนาความสามารถของตนเพื่อให้งานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เทียบได้กับระดับที่ 4 และ 5 ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Alderfer, 1972)

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ชุมพร ชุ่มแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรฝ่าย การพยาบาล ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดนครนายก พบว่าระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากรฝ่ายการพยาบาลส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายด้านพบว่า ด้านร่างกายส่วนใหญ่มีอาการเจ็บป่วยที่แสดงออกทาง ร่างกาย ด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าบุคลากรปฏิบัติงานหนักโดยมีโอกาสได้พักผ่อนคลายเครียดน้อยและ มีปัญหา ด้านการเงินที่ใช้จ่ายตามความจำเป็น ส่วนด้านความสัมพันธ์ทางสังคม บุคลากรรู้สึกพึงพอใจ ต่อการอยู่ร่วมกันและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านจิตใจพบว่า บุคลากรมีความรู้สึกที่ชีวิตมีคุณค่าและมีความหมายอยู่ในระดับดี ชำเลียง สุขประวิทย์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาลักษณะบุคคลและความสัมพันธ์กระบวนการทำงาน และจิตวิทยาในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตปทุมวันกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะบุคคลในองค์กรของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับ

มาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ด้านลักษณะบุคคล ด้านลักษณะบุคคลและความสัมพันธ์นั้น พนักงานทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความ เต็มใจ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่ทำซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพ การทำงานดีด้วย และหากผลการทำงานดี ผลประกอบการดี จะส่งผลไปถึงคุณภาพ ชีวิตด้านจิตใจ และร่างกายของพนักงานในองค์กรให้ดีขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน

การพัฒนากระบวนการในการทำงานเป็นหน้าที่หนึ่งที่ทุก ๆ คนในองค์กรไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใดก็ตาม มีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติอยู่เสมอ เพื่อให้องค์กรนั้น ๆ มีการทำงานที่มีประสิทธิผล มากที่สุด เพื่อให้องค์กรนั้นมีความยั่งยืนในอนาคต เครื่องมือที่นำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการ การทำงาน ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ PDCA (Plan Do Check Action) ซึ่งเป็นวงจรในการ พัฒนาคุณภาพ งาน โดยเป็นวงจรพัฒนาพื้นฐาน แนวคิดกระบวนการหรือวงจรพัฒนาคุณภาพ PDCA เริ่มขึ้นครั้งแรก โดยนักสถิติ Shewhart (1939) ซึ่งได้พัฒนาจากการควบคุมกระบวนการเชิงสถิติที่ Bell Laboratories ในสหรัฐอเมริกาเมื่อทศวรรษ 1930 ในระยะเริ่มแรก วงจรดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “วงจร Shewhart” จนกระทั่งราวทศวรรษที่ 1950 ได้มีการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่น โดย Deming (1950) ประมาจารย์ทางด้านการบริหารคุณภาพ หลายคนจึงเรียก วงจรนี้ว่า “วงจร Deming” (วีรพล บดีรัฐ, 2543)

โดยในเริ่มแรก Deming ได้เน้นถึงความสัมพันธ์ 4 ฝ่าย ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่ง คุณภาพประสิทธิผล และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ได้แก่ ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัย ความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ฝ่ายนั้น จะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพของ สินค้าตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา โดยถือว่าคุณภาพจะต้องมาก่อนได้ โดยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของวงจร PDCA มีดังนี้

1. วางแผน (Plan) ปรีทรรศน์ พันธุภรรยา (2545) ได้กล่าวถึง การวางแผนไว้ว่าหมายความว่า รวมถึงการกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การ ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายในการวางแผนจะต้องทำความเข้าใจ กับเป้าหมายวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป้าหมายที่กำหนดขึ้นมาจะต้องสอดคล้องกันกับนโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรเพื่อ ก่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ดังนั้น การวางแผนในบางด้าน อาจ จำเป็นต้องกำหนดเป็นมาตรฐานของวิธีการทำงาน หรือเกณฑ์มาตรฐานต่างๆไปพร้อมกันด้วยข้อกา หนดที่เป็นมาตรฐานนี้จะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะสามารถใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการ ตรวจสอบได้ว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้รับไว้ในแผนหรือไม่ขั้นตอน P นี้จะต้อง พิจารณาถึง

- 1.1 วัตถุประสงค์ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผน/พันธกิจหรือไม่
- 1.2 มีการกำหนดผู้รับผิดชอบหรือไม่ (รายบุคคล/คณะบุคคล)
- 1.3 ระยะเวลาตามที่กำหนดไว้เหมาะสมหรือไม่
- 1.4 งบประมาณที่กำหนดเหมาะสมหรือไม่
- 1.5 มีการเสนอเพื่อขออนุมัติก่อนดำเนินการหรือไม่

2. ปฏิบัติ (Do) วีรพล บดีรัฐ (2543) ได้กล่าวถึงการปฏิบัติไว้ว่า หมายถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องที่ต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่เกี่ยวข้องเสียก่อน ในกรณีที่เป็นงานประจำที่เคยปฏิบัติอยู่แล้วหรือเป็นงานขนาดเล็กก็อาจใช้วิธีการเรียนรู้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แต่ถ้าเป็นงานใหม่ที่ยังไม่เคยทำมาก่อนหรืองานขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ก็อาจต้องจัดให้มีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจเสียก่อนก่อนที่จะปฏิบัติจริง การปฏิบัติจะต้องดำเนินการไปตามแผน วิธีการและขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้ และจะต้องเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป ขั้นตอน D มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 มีการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินงานหรือไม่
- 2.2 มีผู้รับผิดชอบดำเนินการได้ตามกำหนดไว้หรือไม่
- 2.3 มีการประสานงานเกี่ยวกับผู้ที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงไร
- 2.4 สามารถดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนดได้หรือไม่
- 2.5 สามารถดำเนินการได้ตามงบประมาณที่กำหนดไว้หรือไม่

3. ตรวจสอบ (Check) จากแนวคิดวงจร Deming (2004) ได้ให้คำนิยามการตรวจสอบว่าเป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลว่าได้มีการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานหรือไม่ ขั้นตอนนี้ถือมีความสำคัญเนื่องจากการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนตลอดเวลาที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานอยู่เสมอ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคแต่ประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินปัญหาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของการดำเนินงานต่อไป ในการตรวจสอบและการประเมิน การปฏิบัติงานจะต้องตรวจสอบด้วยการปฏิบัตินั้นเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของงาน ขั้นตอนที่ C จะต้องมีการประเมินการดำเนินงานดังนี้

- 3.1 ได้มีการกำหนดวิธี/รูปแบบการประเมินหรือไม่
- 3.2 มีรูปแบบการประเมินที่เหมาะสมหรือไม่
- 3.3 ผลของการประเมินจริงกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่
- 3.4 ปัญหา/จุดอ่อนที่พบในการดำเนินงานมีหรือไม่

3.5 ข้อดี/จุดแข็ง ของการดำเนินงานมีหรือไม่

4. ปรับปรุงแก้ไข (Act) โดย เสน่ห์ สุวิธรรมา (2556) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขว่าเป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วนเฉพาะหน้า หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นมาอีก การปรับปรุงนี้อาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของ วิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้รับจากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น ขั้นตอนนี้จะต้องมีการปรับปรุงติดตามผลการประเมินดังนี้

4.1 มีการระดมสมองเพื่อหาทางแก้ไขปัญหา/จุดอ่อนที่ค้นพบ

4.2 มีการระดมสมองเพื่อหาทางเสริมข้อดี/จุดแข็งเพิ่มขึ้น

4.3 มีการนำผลที่ได้จากการระดมสมอง เสนอคณะกรรมการประกันคุณภาพของคณะ เพื่อพิจารณาสำหรับใช้วางแผนในครั้งต่อไป

4.4 กำหนดกลยุทธ์ในการจัดทำแผนครั้งต่อไป

4.5 กำหนดผู้รับผิดชอบไปดำเนินการจัดทำแผนในครั้งต่อไป

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2545) กล่าวถึง วงจรคุณภาพ (PDCA) เป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่การปรับปรุงงานและการควบคุมอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การนำไปปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุงแก้ไข (Act) กล่าวคือจะเริ่มจากการวางแผนการดำเนินงานที่วางไว้มาปฏิบัติ การตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหมายไว้ จะต้องทำการทบทวนแผนการโดยเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่งและทำตามวงจรคุณภาพซ้ำอีก เมื่อวงจรคุณภาพหมุนซ้ำไปเรื่อยๆ จะทำให้เกิดการปรับปรุงงาน และ ทำให้ระดับผลลัพธ์สูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการกระทำตามวงจรคุณภาพ จึงเท่ากับการสร้างคุณภาพที่ น่าเชื่อถือมากขึ้นโดยจุดเริ่มต้นของวงจรคุณภาพอยู่ที่ การพยายามตอบคำถามให้ได้ว่าทำอะไรจึงจะดีขึ้น Deming (2004) กล่าวว่า การจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้น โดยหลักการที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ (PDCA) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติตามแผน ด้านการตรวจสอบ และด้าน การปรับปรุงแก้ไขดังนี้

Plan คือ กำหนดสาเหตุของปัญหา จากนั้นวางแผนนั้น เพื่อการเปลี่ยนแปลง หรือการทดสอบเพื่อจัดการปรับปรุงให้ดีขึ้น

Do คือ การปฏิบัติตามแผนหรือทดลองปฏิบัติเป็นการนำร่องในส่วนย่อย

Check คือตรวจสอบเพื่อทราบว่าบรรลุผลตามแผนงาน

Act คือยอมรับการเปลี่ยนแปลง หากบรรลุผลเป็นที่น่าพอใจหรือหากผลการ ปฏิบัติไม่เป็นไปตามแผน ให้ทำซ้ำวงจรโดยใช้การเรียนรู้จากการกระทำในวงจรที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว

2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณภาพในด้านบริการ

2.4.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณภาพในด้านบริการ

แนวคิดของ Barry (1986) กล่าวว่า บริการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ เหล่านี้คือ (1) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้แก่ ความสม่ำเสมอและความพึงพาได้ (2) การตอบสนอง (Responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี (3) ความสามารถ (Competence) ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้อันจะทำให้บริการ (4) การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ซับซ้อน ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการสะดวกสำหรับผู้รับบริการ และอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก (5) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ได้แก่ การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการให้การต้อนรับที่เหมาะสมและผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี (6) การสื่อสาร (Communication) ได้แก่ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตงานบริการและการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ (7) ความซื่อสัตย์ (Credibility) มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ (8) ความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ (9) ความเข้าใจ (Understanding) ได้แก่ การเรียนรู้ ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้รับบริการและการให้ความสนใจต่อผู้รับบริการ (10) การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (tangibility) ได้แก่ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการและการจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณภาพในด้านบริการ

Goetsch & Davis 2000 (อ้างใน สุมนัส บุญมี, 2553, หน้า 24) อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ ที่แตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้วิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือจัดการน้อย ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก ในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการมักไม่สามารถทำนายได้เพราะ ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นหลายประการ ได้แก่ ชื่อเสียงองค์การ ภาพพจน์ พฤติกรรมผู้ให้บริการให้บริการจะดียิ่งขึ้นหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการในขณะนั้น Wisner & Corney (2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีแนวการศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ที่เรียก SERVQUAL ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเป็นเลิศของบริการ เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างจากสินค้า ผู้บริโภคไม่สามารถประเมินคุณค่าของสินค้าต่างๆ ไปก่อนที่จะตัดสินใจซื้อโดยประสาทสัมผัสต่างๆ แต่ผู้บริโภคไม่สามารถประมาณการบริการได้ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ไม่มีตัวตน

การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ลูกค้าโดยการเสนอบริการที่มีคุณภาพจึงมีความสำคัญ ลักษณะที่แตกต่างของสินค้าและบริการดังกล่าว ทำให้การสร้างคุณภาพการบริการมีความแตกต่างจากคุณภาพสินค้าโดยทั่วไป

2.5 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้า

ความจงรักภักดีของลูกค้า หมายถึง การที่ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อการมาใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาสและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เช่น เป็นการแสดงออกด้วยอัตราการตั้งใจซื้อซ้ำ หรือความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ดัชนีที่แสดงว่าลูกค้ามี Loyalty คือ ความถี่ในการซื้อสินค้าบริการ อาจจะนับครั้งต่อสัปดาห์ ถ้ายังมีความถี่สูง แสดงว่ามีอัตราการใช้บริการเป็นประจำ (แต่ยังไม่แสดงว่ามีความจงรักภักดี)

การซื้อบริการที่เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน โดยไม่เปลี่ยนแปลง อาจจะมีความถี่หรือการใช้บริการที่ไม่มากนัก (ตามสถานการณ์) ก็ถือว่าเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี

การไม่อ่อนไหวต่อราคา หมายถึง การที่ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อการมาใช้บริการ โดยไม่คำนึงถึงราคาสินค้า และไม่มี ความตั้งใจในการเปลี่ยนไปหาสินค้าคู่แข่ง

ความสัมพันธ์ระยะยาว หมายถึง การที่ลูกค้าให้คำมั่นสัญญาอย่างหนักแน่น ในการยืนยันยึดและจงรักภักดีในการใช้บริการของเรา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า การซื้อสัตย์ต่อตราหือ (Brand Loyalty) จะเกิดเมื่อการตัดสินใจครั้งแรก เมื่อทุกฝ่ายเกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าเป็นที่เชื่อถือได้ความรู้สึกกัน จะเป็นข่าวสารสำหรับผู้บริโภคจึงไม่มีแรงจูงใจใด ๆ ที่จะซื้อสัตย์ต่อร้านค้าด้วย แม้ว่าจะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าเนื่องจากที่ตั้งของร้านค้าไม่สะดวกก็ตาม การซื้อสัตย์ต่อตราหือฝักรากลึก เพราะเกิดขึ้นจากการทุ่มเท ความพยายามสูง (High Involvement)

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2547) ความภักดีของลูกค้า หมายถึง ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้านี้ร้านค้า ผู้ผลิต การบริการหรืออื่น ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของทัศนคติที่ชอบพอ หรือการสนองตอบ ด้วยพฤติกรรมอย่างการร่วมกิจกรรมทางการตลาด กับตราสินค้าและการซื้อสินค้าซ้ำ ๆ นั้นเอง

สรุปการสร้าง ความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสำคัญมากขึ้นกับธุรกิจบริการ ธุรกิจหลายอย่างไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าไม่ใช่ธุรกิจที่มีการซื้อซ้ำหากลูกค้าที่มีความพอใจจะนำไปสู่ความจงรักภักดี ซึ่งจะนำไปสู่รายได้ที่ เพิ่มขึ้นจากลูกค้ากลุ่มเดิมความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญเนื่องจาก ลูกค้าที่มีความสุขจะดำเนินการซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัท และความพึงพอใจลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับทุกบริษัทในการเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า สร้างผลกำไรในการดำเนินงานธุรกิจที่ดีขึ้น และจะทาให้ได้รับกำไรมากขึ้นจากลูกค้าที่จงรักภักดีการสร้าง ความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสำคัญมากขึ้นกับธุรกิจบริการ ธุรกิจหลายอย่างไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าไม่ใช่ธุรกิจที่มีการซื้อซ้ำ หากลูกค้าที่มีความ

พอใจจะนำไปสู่ความจงรักภักดี ซึ่งจะนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้ากลุ่มเดิมความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญเนื่องจาก ลูกค้าที่มีความสุขจะดาเนินการซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัท และความพึงพอใจลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับทุกบริษัทในการเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า สร้างผลกำไรในการดำเนินงานธุรกิจที่ดีขึ้น และจะทำให้ได้รับกำไรมากขึ้นจากลูกค้าที่จงรักภักดี



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมีระดับการวัดดังนี้

1. เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. การศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. อาชีพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. รายได้ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
7. ความถี่ในการให้บริการ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal

Scale)

3.1.1.2 ข้อมูลด้านกระบวนการทำงาน

ข้อมูลด้านกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การตรวจสอบประเมินผล การนำผลประเมินมาปรับปรุง ดังนั้นสำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนน เป็น 1 |
| 2. ระดับความเห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนน เป็น 2 |
| 3. ระดับความเห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนน เป็น 3 |
| 4. ระดับความเห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนน เป็น 4 |

5. ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 5
สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้	
ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.3 ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ

ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้ สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

1 ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 1
2 ระดับความเห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนน เป็น 2
3 ระดับความเห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนน เป็น 3
4 ระดับความเห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนน เป็น 4
5 ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 5
สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้	
ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.4 ข้อมูลด้านความจงรักภักดี

ข้อมูลด้านความจงรักภักดีมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น(Interval Scale) ดังนี้ สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

1 ระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 1
2 ระดับความจงรักภักดีน้อย	มีค่าคะแนน เป็น 2
3 ระดับความจงรักภักดีปานกลาง	มีค่าคะแนน เป็น 3
4 ระดับความจงรักภักดีมาก	มีค่าคะแนน เป็น 4
5 ระดับความจงรักภักดีมากที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 5

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกจ่ายกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่พนักงานปฏิบัติการบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.860

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงค่าครอนบาร์คแอลฟา

ตัวแปร	ค่าครอนบาร์คแอลฟา
1. กระบวนการทำงาน	0.812
2. คุณภาพการให้บริการ	0.893
3. ความจงรักภักดี	0.879
รวม	0.860

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งการสำรวจออกเป็น 5 โรงแรม ซึ่งได้แก่ Mandarin Oriental Bangkok, The Peninsula, Bangkok Siam Kempinski Hotel Bangkok, Shangri-La Hotel Bangkok, Sheraton Grande Sukhumvit, A Luxury Collection Hotel

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนไม่จำกัดจำนวนผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละ 80 คนจากจำนวนทั้งหมดที่จะเป็นการสุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการใน วันที่ 8 เมษายน พ.ศ 2559 จำนวน 400 คน โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

- 3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร
- 3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจในข้อคำถามและความต้องการของผู้วิจัย
- 3.3.3 ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนด สมมุติฐานดังนี้

- 3.4.1 ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีต่อความจงรักภักดี กรณีศึกษาผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3.4.2 อิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีต่อความจงรักภักดี กรณีศึกษาผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3.4.3 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความจงรักภักดี กรณีศึกษาผู้เข้าพัก

พักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Schefft)

3.5.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

3.5.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis)

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครมีผลวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยเชิงสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

4.3.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis)

สมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการเข้าพักโรงแรม 5 ดาว การวิเคราะห์พบว่า ค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศชาย	223	55.75
2.อายุ 31 - 40 ปี	146	36.5
3.สถานภาพโสด	228	57.0
4.การศึกษาปริญญาตรี	312	78.0
5.อาชีพธุรกิจส่วนตัว	175	43.75
6.รายได้ 30,000 – 45,000 บาท	157	39.25
7. ความถี่ 1 ครั้ง/เดือน	224	56.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.75 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.0 การศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 78.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 43.75 รายได้ 30,000-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.25 และความถี่ใช้บริการเข้าพักโรงแรม 5 ดาวคิดเป็นร้อยละ 56.0

4.1.2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดี

ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการทำงานให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดัง

ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดี

ปัจจัยกระบวนการทำงาน	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับ ความคิดเห็น
1.กระบวนการ / ขั้นตอนการบริการ	4.26	0.470	เห็นด้วยมากที่สุด
2.เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ	4.20	0.459	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.23	0.383	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อความจงรักภักดี ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D.=0.470) ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. =0.459)

4.1.3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี

ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคิดเห็น
คุณภาพการให้บริการ	4.42	0.418	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี คุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.418)

4.1.4 ข้อมูลระดับความจงรักภักดี

ข้อมูลระดับความจงรักภักดีของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความจงรักภักดี

ความจงรักภักดี	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคาดหวัง
ความจงรักภักดี	4.47	0.471	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความจงรักภักดีอยู่ในระดับที่ เห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.471)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างของที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

4.2.1.1 สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างที (t-test) ในการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม ปรากฏดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการ เปรียบเทียบความแตกต่างความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ

ความจงรักภักดี	เพศชาย			เพศหญิง			T	p
	N	\bar{X}	S.D.	N	\bar{X}	S.D.		
รวม	177	4.55	0.37	223	4.40	0.53	-3.292	0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ พบว่า เพศชาย และเพศหญิง ส่งผลต่อความจงรักภักดี โดยภาพรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.1.2 สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวของลูกค้า มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons)

ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของลูกค้าที่เข้าพัก
โรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ
สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และ ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5
ดาว

ข้อมูลส่วนบุคคล	df	F	นัยสำคัญทางสถิติ
1.อายุ	3	1.050	0.306
2.สถานภาพ	2	0.388	0.534
3.การศึกษา	3	0.223	0.637
4.อาชีพ	5	3.443	0.064
5.รายได้	3	3.843	0.051
6.ความถี่ในการใช้บริการ	3	3.243	0.062

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับการศึกษา ร้อยละ 78.0 มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่
เข้าพักโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตยานนาวา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple
Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพัก
โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครปรากฏผลดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์สัมพัทธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

แสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยกระบวนการให้บริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
1.กระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ	-0.035	-0.688	0.504
2.เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ	0.199	3.760	0.000*

$R^2 = 0.036$, F-Value = 7.339, n =400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่า อิทธิพลต่อการบวนการให้บริการมีอิทธิพลในภาพรวมร้อยละ 3.60 โดยเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ มีอิทธิพลร้อยละ 19.9 ส่วนกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อระดับความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis) คุณภาพในการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครปรากฏผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis)

แสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
ด้านคุณภาพการให้บริการ	0.427	9.418	0.000*

$R^2 = 0.182$, F-Value =88.694, n =400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมมีอิทธิพล ร้อยละ 18.2 โดยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลร้อยละ 42.7 ต่อระดับความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และคุณภาพในการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครมีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 การอภิปรายผล

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 การอภิปรายผล

5.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1.2 การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลของสมมุติฐานทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

5.1.2.1 สมมุติฐานที่ 1

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิงร้อยละ 55.75 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 36.5 สถานภาพโสด ร้อยละ 57.0 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 78.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 43.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 45,000 บาท ร้อยละ 39.25 ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง /เดือน ร้อยละ 56.0 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.28 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.383 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.42 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.418 ความจงรักภักดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.47 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด 0.471

ผลการวิจัยพบว่า เพศและระดับการศึกษา มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ อาทิ อายุ เพศ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานองค์กร โดยคุณสมบัติทางด้านประชากรศาสตร์จะเป็นตัววัดถึงระดับความรู้ความสามารถของพนักงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพล และส่งผลต่อการ

ปฏิบัติงาน โดยมีตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ มีความสำคัญในเรื่องของหน้าที่การปฏิบัติงาน ตามตำแหน่งงานที่รับผิดชอบเนื่องจากงานบางตำแหน่งต้องใช้เพศที่มีความเหมาะสมเพื่อการปฏิบัติที่มีประสิทธิผล และระดับการศึกษา ที่บ่งบอกถึงศักยภาพความสามารถทางการศึกษา และ เป็นความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กรว่ามีความรู้ความสามารถตรงตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งงาน เพราะการปฏิบัติงานต้องมีความรู้ความสามารถ ตรงที่ตรงตามสิ่งที่บุคลากรได้ศึกษามา จะช่วยให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมนโรจนนันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาค้นคว้าข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงานและบุคลิกภาพของพนักงาน มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2

อิทธิพลของปัจจัยกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ “วงจร Deming” ของ Deming (1950 อ้างใน วีรพล บดีรัฐ, 2543, หน้า 14) ที่กล่าวว่า กระบวนการทำงานนั้นต้องเน้นถึงความสัมพันธ์ 4 ฝ่าย ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพประสิทธิผล และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ได้แก่ ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัย ความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ฝ่ายนั้น จะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้าตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา โดยถือว่าคุณภาพจะต้องมาก่อนสิ่งใดโดยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของวงจร PDCA มีดังนี้ 1) วางแผน (Plan) หมายความว่าความรวมถึงการกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงาน ซึ่งการวางแผนในบางด้านอาจจำเป็นต้องกำหนด เป็นมาตรฐาน ของวิธีการทำงานหรือเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ไปพร้อมกันด้วยข้อกำหนดที่เป็น มาตรฐานนี้จะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะสามารถใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบได้ว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้ระบุไว้ในแผนหรือไม่ (ปริทรรศน์ พันธุบรรยงก์, 2545) ถัดมาคือ 2) ปฏิบัติ (Do) หมายถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องที่ต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่เกี่ยวข้อง เสียก่อน ในกรณีที่เป็นงานประจำที่เคยปฏิบัติอยู่แล้วหรือเป็นงานขนาดเล็กก็อาจใช้วิธีการเรียนรู้ ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองแต่ถ้าเป็นงานใหม่ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน หรืองานขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้ บุคลากรจำนวนมาก ก็อาจต้องจัดให้มีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจเสียก่อน ก่อนที่จะปฏิบัติ จริตการปฏิบัติจะต้องดำเนินการไปตามแผน วิธีการและขั้นตอน ที่ได้กำหนดไว้และจะต้องเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลที่

เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ (วีรพล บดีรัฐ, 2543) 3) ตรวจสอบ (Check) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลว่าได้มีการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือไม่มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการทำงานหรือไม่ขั้นตอนนี้ถือมีความสำคัญเนื่องจากการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนตลอดเวลาที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานอยู่เสมอ ซึ่งอาจ เป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินปัญหา จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงคุณภาพ ของการดำเนินงานต่อไปในการตรวจสอบ และการประเมินการปฏิบัติงาน จะต้องตรวจสอบด้วยการปฏิบัติที่นั้น เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ ต่อการพัฒนาคุณภาพของงาน (Deming, 2004) และ 4) ปรับปรุงแก้ไข (Act) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้น เพื่อ 50 แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วน เฉพาะหน้า หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นมาอีก การปรับปรุงนี้อาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของวิธีการทำงาน ที่แตกต่างจากไปจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้รับจากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น

5.1.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3

อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลต่อกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลในภาพรวมร้อยละ 3.60 โดยเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ มีอิทธิพลร้อยละ 19.9 ส่วนกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อระดับความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดของ รัชดา เพ็ชรชระ (2556) ศึกษาเรื่องความจงรักภักดีและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरषा เจपी อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ระดับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरषा เจपी อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า รองลงมาคือด้านการให้บริการที่ให้ความมั่นใจ ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरषा เจपी อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านรูปแบบการบริการมากที่สุดรองลงมา คือด้านการบริการที่ให้ความมั่นใจผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง และ ระดับการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरषा เจपी อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีระดับความคาดหวัง และ ระดับการรับรู้ต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรม
 ทรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0505 ไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ วิภาศิริ สติรเจริญกุล
 (2557) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ คุณภาพบริการและความจงรักภักดี
 ต่อผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของ
 ภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีต่อการรับรู้คุณภาพบริการ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการที่
 มีต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีต่อความจงรักภักดี
 ต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นตัวแปรกลางของการรับรู้คุณภาพบริการ เป็นงานวิจัยเชิง
 ปริมาณเก็บข้อมูลจากการเลือกตัวอย่างใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากลูกค้าผู้ถือบัตร
 เดบิตยูโอบีในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย จากการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์บัตรเดบิตมี
 อิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพบริการการรับรู้ คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความ
 จงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์บัตรเดบิตมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ การ
 รับรู้คุณภาพบริการเป็นตัวแปรกลางระหว่างภาพลักษณ์บัตรเดบิตและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์
 อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 แบบ Partial mediator โดยผลการวิจัยนี้สามารถนำผลใช้เป็นแนวทาง
 ในการปรับปรุงภาพลักษณ์บัตรเดบิตและพัฒนา คุณภาพการให้บริการของธนาคารยูโอบีจำกัด
 (มหาชน) ไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ ปิยพงศ์ พุฒนิชัย (2556) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของ
 การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความ
 จงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ
 ธนาคารออมสิน การรับรู้คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน ความ
 จงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน และแต่ละข้อส่งผลอย่างไรต่อกันเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ
 เก็บข้อมูลจากการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบ แบบอย่างง่าย แบบโควต้า แบบตามสะดวก ใช้
 แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน
 384 ราย การศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เฉลี่ยระหว่าง 26-35 ปี ระดับปริญญาตรี ประกอบ
 อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและมี 29 สถานภาพโสด การกำกับดูแลกิจการที่ดี การรับรู้
 คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า ภาพรวมอยู่ในระดับดี ส่วน
 การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการในด้านการดำเนินธุรกิจ
 ด้วยความโปร่งใส ส่วนการรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจในด้าน
 สภาพแวดล้อม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านเทคโนโลยี ตามลำดับ ส่วนการ
 รับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีในด้านสภาพแวดล้อมส่วนความไว้วาง
 ใจไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ช่วงความมันเท่ากับ
 0.95 ไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Deb & Ahmed (2018) ศึกษาการกำหนดคุณภาพการ

ให้บริการของบริการรถโดยสารของเมืองขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้โดยสารและความคาดหวังของลูกค้า การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาคุณภาพการให้บริการรถโดยสารของเมืองขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้โดยสารและความคาดหวังของการบริการ ผลจากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าความรู้และความคาดหวังของผู้โดยสารเป็นอย่างไร สำคัญในการประเมินคุณภาพบริการ เพื่อรวบรวมข้อมูลการรับรู้และความคาดหวังของผู้โดยสาร การสำรวจแบบสอบถามได้ดำเนินการและผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกถามให้คะแนนคุณลักษณะบางอย่างที่มีคุณภาพของบริการรถโดยสารของเมืองตามความเข้าใจและความคาดหวังต่ำสุดของพวกเขาจากการให้บริการ ข้อมูลได้รับการวิเคราะห์แล้ว โดยการรวมกันของเครื่องมือทางสถิติประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัย โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นและโครงสร้างสมการเพื่อหาปัจจัยแฝงที่มีผลต่อการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้จากสิ่งเหล่านี้ การวิเคราะห์ปัจจัยแฝงทั้งสี่ ได้แก่ ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย การเข้าถึง และประสิทธิภาพที่ทันเวลาได้ถูกแยกออกพร้อมกับค่าที่รับรู้และคาดหวังของพวกเขา ใช้ความแตกต่างร้อยละของการรับรู้และคาดหวัง ค่าระดับบริการ (LOS) ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อหาระดับการให้บริการของบริการรถโดยสารของเมือง ช่วงของระดับ LOS นี้แตกต่างกันไปจาก LOS 1 ถึง LOS 5 ที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการที่ดีที่สุดและแย่งที่สุด ผลการวิจัยพบว่าความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และประสิทธิภาพการทำงานตกอยู่ภายใต้กลุ่ม LOS 3 ในขณะที่ความสามารถในการเข้าถึงอยู่ภายใต้กลุ่ม LOS 2 โดยผลของการศึกษาข้อเสนอแนะบางอย่างได้รับการทำเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของรถโดยสาร ไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Wong & Szeto (2018) ศึกษาวิธีการทางเลือกสำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการของรถแท็กซี่ในเขตเมือง บทความนี้เสนอวิธีการเพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการของรถแท็กซี่ในเมืองและพัฒนา a level-of-service (LOS) สำหรับลูกค้าแท็กซี่เพื่อติดตามประสิทธิภาพ แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าได้ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมีนาคม 2013 ในฮ่องกงโดยผู้ตอบแบบสอบถามได้รับเชิญให้ให้ความพึงพอใจเป็นพิเศษ การจัดอันดับสำหรับสี่ด้านการให้บริการที่ละด้านและความพึงพอใจระดับโลกสำหรับคุณภาพของบริการแท็กซี่โดยรวม รวมทั้งจัดอันดับประเด็นสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการให้คะแนนทั่วโลกที่กำหนด ด้านบริการสี่ด้านที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่ใช้ในการแท็กซี่บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ใช้ในการหารถแท็กซี่สภาพแวดล้อมภายในแท็กซี่ และบริการส่วนบุคคลโดยคนขับแท็กซี่ แบบจำลองถดถอยเชิงเส้นที่เพิ่มขึ้นคือการพัฒนาเพื่อระบุพื้นที่ที่มีความสำคัญสำหรับการปรับปรุงคุณภาพบริการแท็กซี่ในเมือง ขึ้นอยู่กับตัวเลขคะแนนคุณภาพบริการแท็กซี่โดยรวมจะมีการแนะนำมาตรฐาน LOS ระดับหกซึ่งคล้ายกับการจัดระดับทางวิชาการเพื่อปรับปรุงความเข้าใจของประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับระดับการให้บริการในปัจจุบัน บทความนี้กล่าวถึงผลกระทบนโยบายที่อาจเกิดขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพบริการรถแท็กซี่ในฮ่องกงซึ่งสามารถนำมาใช้กับคนอื่น ๆ ได้ในเขตเมืองที่ให้บริการรถแท็กซี่ในเมืองเดียวกัน

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไป ผู้ทำวิจัยจึงเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.2.1.1 โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครควรมีการอบรมพนักงานเพื่อให้พนักงานมีการบริการที่ดีขึ้นเพื่อเป็นภาพลักษณ์แก่โรงแรม

5.2.1.2 โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครควรมีการสร้างภาพลักษณ์ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้โรงแรมมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

5.2.2.1 จากการศึกษาทำให้ทราบว่าอิทธิพลของปัจจัยกระบวนการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ดังนั้นควรมีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสามัคคี ให้พนักงานมีการสื่อสารภายในองค์กร และมีการบริการที่ดีขึ้น

5.2.2.2 จากการศึกษาทำให้ทราบว่า อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นควรมีจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้ายอมรับและจดจำคุณภาพการให้บริการของโรงแรม

5.2.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

5.2.3.1 ควรมีการศึกษาประสิทธิผลของการทำงานของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นนอกเหนือจากการใช้ แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย เป็นต้น

5.2.3.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่ส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ความจงรักภักดีของผู้เข้าพัก เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรี และปรารถนา ปุณณกิติเกษม. (2554). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*, 34(4), 443-456.
- ณัฐพันธ์ เจนนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). เคล็ดลับการสร้างความภักดีในตราสินค้า คอลัมน์ คลื่นความคิด. *มติชนรายวัน*, 27(9761).
- ธนวัฒน์ ศรีศิริวัฒน์. (2555). *การพัฒนากระบวนการบริหารงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ด้วยการจัดการคุณภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชัยพรณภัส แฝงสม. (2556). แนวทางการพัฒนาการตลาดของโรงแรมระดับ 4 ดาวเครือภายในประเทศในเขตเมืองพัทยา. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 8(1), 49-60.
- ปรีทรรศน์ พันธุ์บรรยงก์. (2545ก). *แผนภูมิสุดยอดกลยุทธ์การจัดการ = 100 management charts / Soichiro Nagashima*. กรุงเทพฯ: มณีสร.
- ปรีทรรศน์ พันธุ์บรรยงก์. (2545ข). *TQM ภาคปฏิบัติ: เทคนิคการแก้ปัญหาแบบ "สียามา"*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).
- วีรพล บดีรัฐ. (2543). *PDCA วงจรสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : ประชาชน จำกัด.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2545). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *ผู้จัดการรายวัน*, หน้า 7.
- ศรित्र เจริญศรีวิริยะกุล. (2554). *คุณภาพให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาล ในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมล เกียรติเรืองกมล. (2556). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการบริการในโรงแรมโดยการทำเหมืองข้อมูลกรณีศึกษาโรงแรมห้าดาวแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ. *วารสารออนไลน์ CITU*, (1), 1-11.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมฤติ ธรรมสุรดี. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เสน่ห์ สุวิธรรมา. (2556). *หลักการของวงจรคุณภาพ*. สืบค้นจาก <http://www.suphan.dusit.ac.th/ins/PDCA.pdf>.

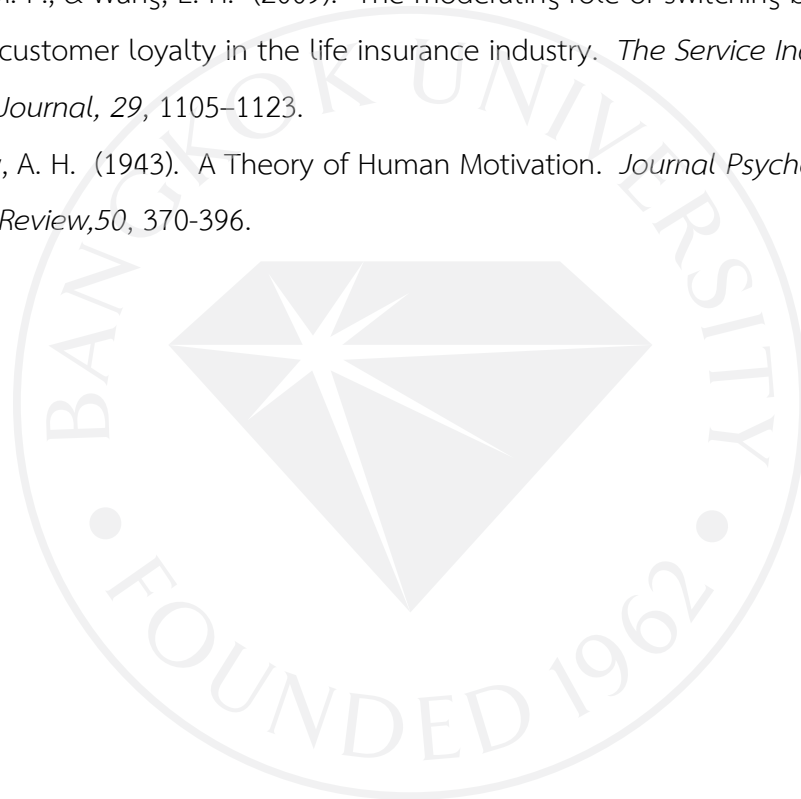
อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Alderfer, C. P. (1972). *Existence: Relatedness and growth, human needs in organizational setting*. New York: Free.

Arantola, H. (2000). *Buying loyalty or building commitment: An empirical study of customer loyalty programs*. Helsinki: Swedish School of Economics and Business Administration.

Chen, M. F., & Wang, L. H. (2009). The moderating role of switching barriers on customer loyalty in the life insurance industry. *The Service Industries Journal*, 29, 1105–1123.

Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Journal Psychology Review*, 50, 370-396.





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงในส่วนการศึกษาการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลและ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 กระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 คุณภาพในการให้บริการ

ส่วนที่ 4 ความจงรักภักดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัย ขอความร่วมมือจากท่านทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ให้ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 น้อยกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี
 30 – 40 ปี 41 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
 โสด สมรส
 หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี อนุปริญญา
 ปริญญาตรี ปริญญาโท หรือสูงกว่า
5. อาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ข้าราชการ อื่นๆ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 หรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 35,000 บาท
 35,001 – 50,000 บาท มากกว่า 50,001 บาท
7. ความถี่ในการใช้บริการเข้าพัก โรงแรม 5 ดาว
 1 ครั้ง / เดือน 2 ครั้ง / เดือน
 3 ครั้ง / เดือน มากกว่า 4 ครั้ง

ส่วนที่ 2: กระบวนการบริการ

คำชี้แจง กระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย

/ หมายถึงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

กระบวนการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การวางแผนการปฏิบัติงาน (PLAN)					
1.1 โรงแรมมีการวางแผนในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และเป็นระบบทุกครั้งเมื่อมีการติดต่อการใช้บริการ					
1.2 โรงแรมมีการจัดกิจกรรมในการบริการกับผู้เข้าพักอย่างเป็นระบบ					
1.3 โรงแรมมีมาตรฐานควบคุมคุณภาพการบริการอย่างชัดเจน					
2. การดำเนินงานตามแผน (DO)					
2.1 โรงแรมมีการดำเนินการตามขั้นตอนของการบริการครบถ้วนตามที่ได้มีการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้เข้าพักทราบ					
2.2 โรงแรมมีการให้บริการตามวิสัยทัศน์ที่ได้มีการประกาศไว้ให้ผู้เข้าพักทราบ เช่น การให้ความสำคัญกับความปลอดภัย เป็นต้น					
2.3 โรงแรมสามารถทำให้ผู้เข้าพักทราบในกระบวนการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง					
3. การตรวจสอบประเมินผล (CHECK)					
3.1 โรงแรมมีการให้บริการ รับ - ส่ง ผู้ป่วยได้อย่างรวดเร็ว					

กระบวนการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3.2 โรงแรมมีการให้บริการตรงต่อเวลาที่ นัดหมาย					
3.3 โรงแรมมีการให้บริการเป็นไป ตามลำดับ					
4. การนำผลการประเมินมาปรับปรุง (ACTION)					
4.1 โรงแรมมีช่วงระยะเวลาในการ เปิด - ปิด การให้บริการได้อย่างเหมาะสม เช่น สระว่ายน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น					
4.2 โรงแรมมีฟอร์มแสดงขั้นตอนการติดต่อ ที่ชัดเจน					
4.3 โรงแรมมีขั้นตอนในการชำระเงินได้ อย่างชัดเจน					

ส่วนที่ 3: คุณภาพในการให้บริการ

คำชี้แจง กระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย

/ หมายถึงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

คุณภาพในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. โรงแรมมีชื่อเสียงและ เป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้เข้าพัก					
2. โรงแรมมีการให้บริการที่มีความเหมาะสมแก่ผู้เข้าพัก					
3. โรงแรมมีความคุ้มค่าของราคาแก่ผู้เข้าพัก					
4. โรงแรมมีการจัดการประชาสัมพันธ์ และการกระจายข่าวสารให้แก่ผู้เข้าพัก					
5. โรงแรมมีความหลากหลายในด้านการจองห้องพัก					
6. โรงแรมมีการจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายแก่ผู้เข้าพัก					
7. โรงแรมมีการให้บริการที่เป็นกันเองแก่ผู้เข้าพัก					
8. โรงแรมมีการให้บริการรับ-ส่งแก่ผู้เข้าพัก					
9. โรงแรมมีความรวดเร็วและ การตอบสนองต่อการให้บริการ					
10. โรงแรมมีการบริการอย่างเท่าเทียมโดยไม่เลือกปฏิบัติ					

ส่วนที่ 4: ความจงรักภักดี

คำชี้แจง กระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย

/ หมายถึงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = ความจงรักภักดีมากที่สุด

4 = ความจงรักภักดีด้วยมาก

3 = ความจงรักภักดีปานกลาง

2 = ความจงรักภักดีน้อย

1 = ความจงรักภักดีน้อยที่สุด

ความจงรักภักดี	ระดับความความจงรักภักดี				
	5	4	3	2	1
1. ความจงรักภักดีที่ท่านให้กับโรงแรมโดยการแนะนำในสิ่งที่ท่านได้รับการบริการให้คนที่รู้จักได้มาใช้บริการ โดยไม่มีเงื่อนไข					
2. ความจงรักภักดีที่ท่านจะใช้บริการโรงแรมที่เข้ารับบริการอยู่ต่อไปแม้ว่าราคาจะเพิ่มสูงขึ้น					
3. ความจงรักภักดีที่ท่านยังคงใช้บริการโรงแรมที่เข้ารับบริการ นี้ต่อไป โดยให้ออกาสปรับปรุงแก้ไขเมื่อพบกับปัญหาการให้บริการ					
4. ความจงรักภักดีที่ท่านจะพิจารณาโรงแรมที่เข้ารับบริการเป็นอันดับแรก					
5 ความจงรักภักดีที่ท่านคิดว่าท่านจะมี ความมั่นคงต่อ โรงแรมที่เข้ารับบริการต่อไป โดยปราศจากเงื่อนไขใดๆก็ตาม					

ขอขอบคุณในความร่วมมือในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นาย.ณัฐนนท์ ขวัญทอง
วันเดือนปีเกิด	8 ตุลาคม พ.ศ 2536
อีเมล	nuttanon.non@gmail.com
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริการธุรกิจ สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยเอเชียัน จังหวัด ชลบุรี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนเบญจมินทร์
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน ปฏิบัติงานในส่วนวางแผนพัฒนาธุรกิจ (Business Development) ที่ บริษัท อินทิกิริตี้ เซอร์วิส แอนด์ เมนเทนแนนซ์ จำกัด พ.ศ. 2558 – 2560 ปฏิบัติงานในส่วน ผู้บริการการตลาด (Marketing Executive) ที่ บริษัท เอส เอ็น เค ไลค์แอนด์ คูล จำกัด

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน เมษายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปิ่นนัท วัฒนทอง อยู่บ้านเลขที่ 665
ซอย ห้วยจันทร์ 143 ถนน ห้วยจันทร์ ตำบล/แขวง คลองแก้ว
อำเภอ/เขต ปิ่นเกล้า จังหวัด กรุงเทพฯ. รหัสไปรษณีย์ 10230
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600202902
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

ขณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

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

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ห้างสรรพสินค้า
เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด ชั้น 5 ตึก ในเขต กรุงเทพมหานคร.

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นาย.ณัฐนนท์ บวัญทอง)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญฉฎิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาติ คำ เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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