



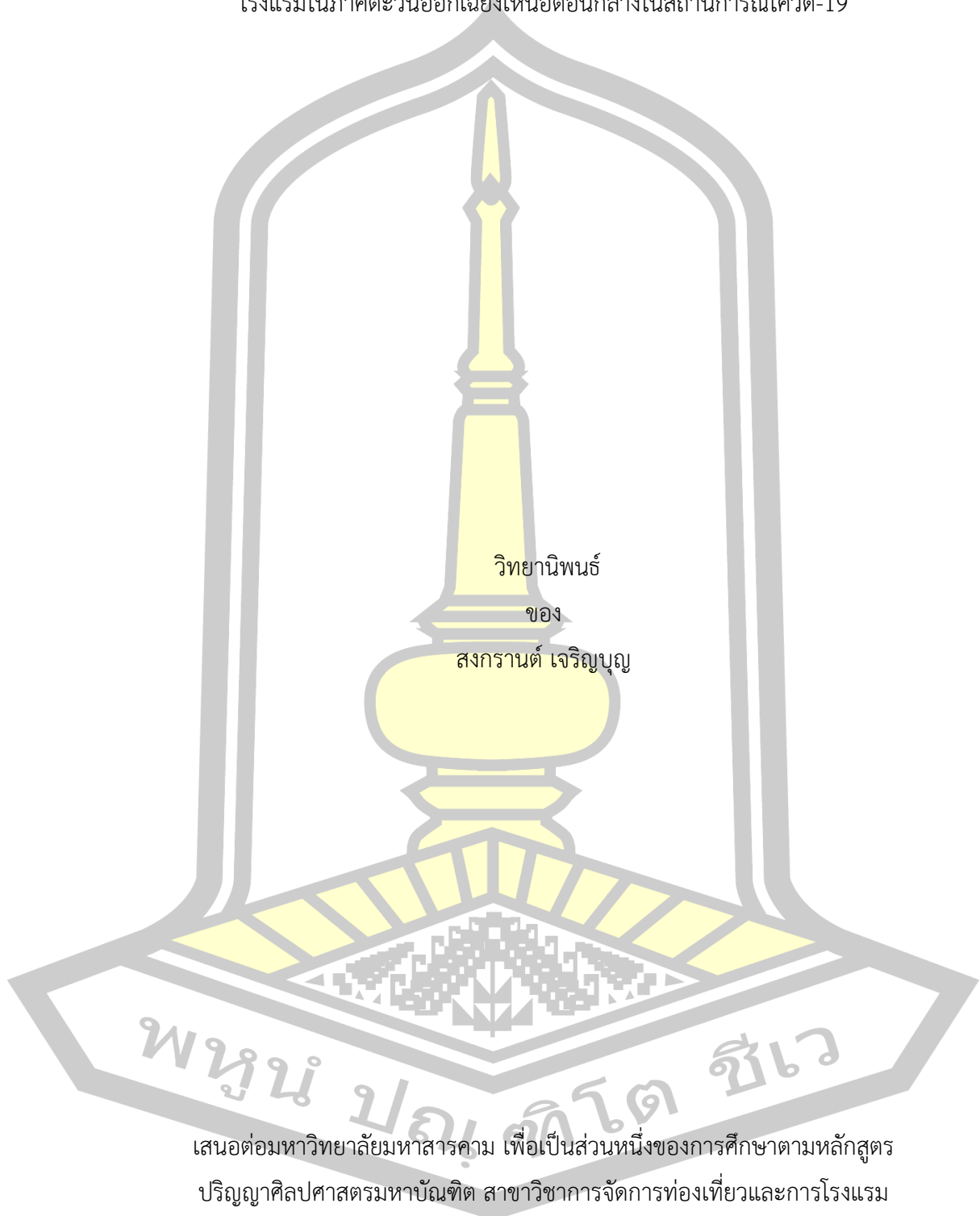
ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ
โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19

วิทยานิพนธ์
ของ
สงกรานต์ เจริญบุญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มิถุนายน 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ
โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19

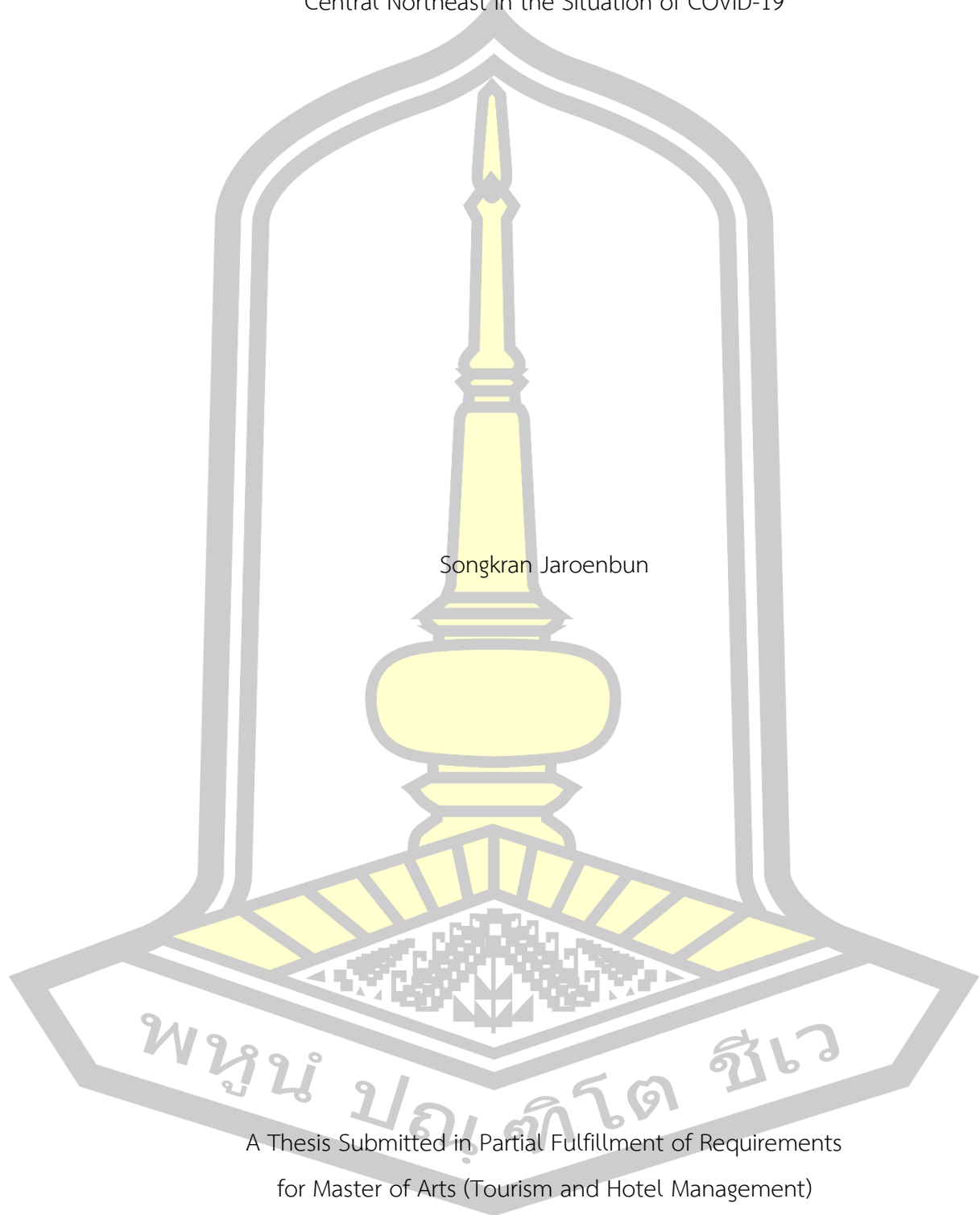


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มิถุนายน 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Impacts of Electronic Service Quality on Satisfaction to use the Hotel Service of
Central Northeast in the Situation of COVID-19



Songkran Jaroenbun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Tourism and Hotel Management)

June 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายสงกรานต์ เจริญบุญ
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี่)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย)

กรรมการ

(อ. ดร. โอษฐ์ญา บัวธรรม)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. สุวภัทร ศรีจองแสง)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19		
ผู้วิจัย	สงกรานต์ เจริญบุญ		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 โดยศึกษาจากผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง จำนวน 294 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคทางสถิติคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ให้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ผู้ให้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

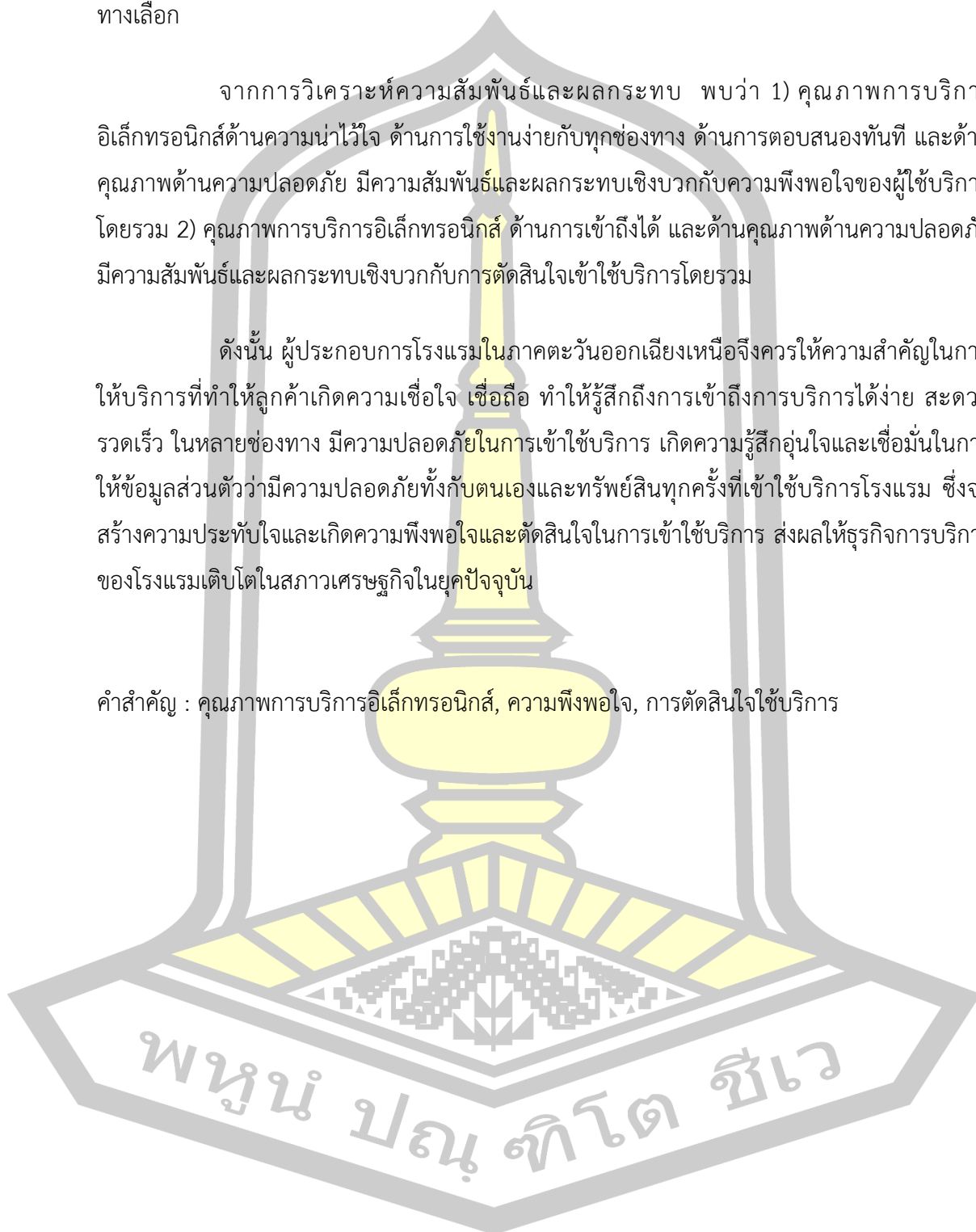
ผู้ให้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ และด้านประเมินทางเลือก

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าไว้วางใจ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ด้านการตอบสนองทันที และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม 2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม

ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงควรให้ความสำคัญในการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจ เชื่อถือ ทำให้รู้สึกถึงการเข้าถึงการบริการได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ในหลายช่องทาง มีความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ เกิดความรู้สึกอุ่นใจและเชื่อมั่นในการให้ข้อมูลส่วนตัวว่ามีความปลอดภัยทั้งกับตนเองและทรัพย์สินทุกครั้งที่เข้าใช้บริการโรงแรม ซึ่งจะสร้างความประทับใจและเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ ส่งผลให้ธุรกิจบริการของโรงแรมเติบโตในสภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์, ความพึงพอใจ, การตัดสินใจใช้บริการ



TITLE	The Impacts of Electronic Service Quality on Satisfaction to use the Hotel Service of Central Northeast in the Situation of COVID-19		
AUTHOR	Songkran Jaroenbun		
ADVISORS	Assistant Professor Nantana Lapvisadchai , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

This study aims to investigate how electronic service (e-service) quality affects the customer's satisfaction and decision to use hotel services in the middle northeast during the COVID-19 pandemics in which the study was conducted on a group of 294 customers who used the services in the hotels in the middle northeast. The data had been collected via the questionnaire before it was analyzed with the statistical methods including percentage, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results were found as follows.

The service users demonstrated high satisfaction toward the services they received from the hotels in the middle northeast in terms of Service Availability on All Platforms, Ease of Access, and Data Reliability.

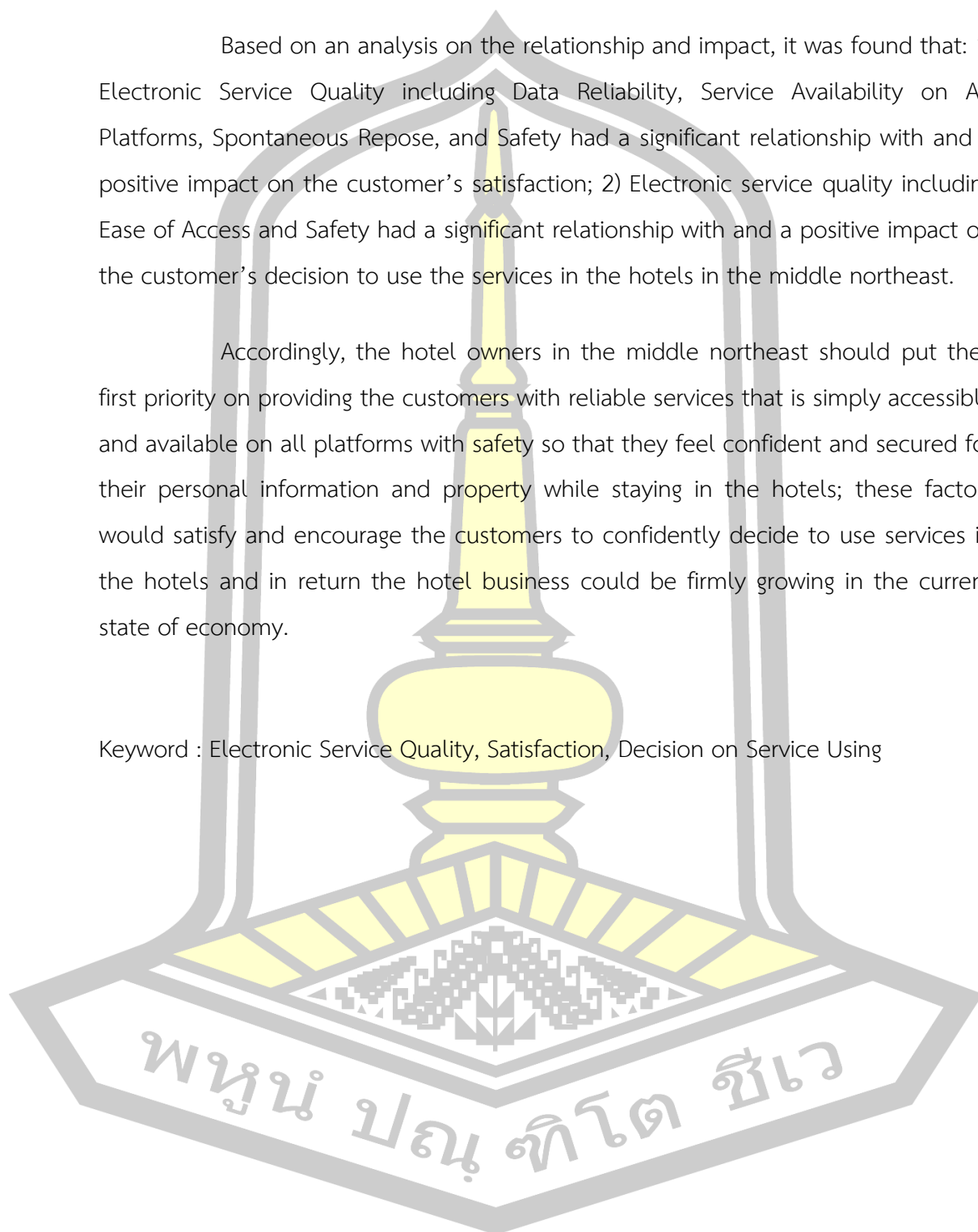
Similarly, the service users had high satisfaction toward the services in the hotels in the middle northeast in terms of Location and Facility, Convenience, Service Personnel, and Service Procedure.

The service users rated high scores on Decision on Service Using, After-Service Behavior, and Service Choice Evaluation as the key factors to motivate them to use the services in the hotels in the middle northeast.

Based on an analysis on the relationship and impact, it was found that: 1) Electronic Service Quality including Data Reliability, Service Availability on All Platforms, Spontaneous Repose, and Safety had a significant relationship with and a positive impact on the customer's satisfaction; 2) Electronic service quality including Ease of Access and Safety had a significant relationship with and a positive impact on the customer's decision to use the services in the hotels in the middle northeast.

Accordingly, the hotel owners in the middle northeast should put their first priority on providing the customers with reliable services that is simply accessible and available on all platforms with safety so that they feel confident and secured for their personal information and property while staying in the hotels; these factors would satisfy and encourage the customers to confidently decide to use services in the hotels and in return the hotel business could be firmly growing in the current state of economy.

Keyword : Electronic Service Quality, Satisfaction, Decision on Service Using



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลามวิเศษชัย อาจารย์ที่ปรึกษาการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ เสนอแนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องตลอดมาตั้งแต่ต้นจนแล้วเสร็จสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทร ศรีจงแสง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี และอาจารย์ ดร.โอชัญญา บัชรธรรม คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ สังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธิดา นุริตมนต์ สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ในครั้งนี้ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา งานวิจัย และเอกสารทางวิชาการทุกฉบับ ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาค้นคว้าก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณบิดามารดาที่ให้การเลี้ยงดูส่งเสริมให้การศึกษาที่ดี เอาใจใส่และอบรมสอนสั่งมาโดยตลอด รวมทั้งทุกคนในครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือ ผู้วิจัยด้วยความรักและเอาใจใส่เป็นอย่างดี

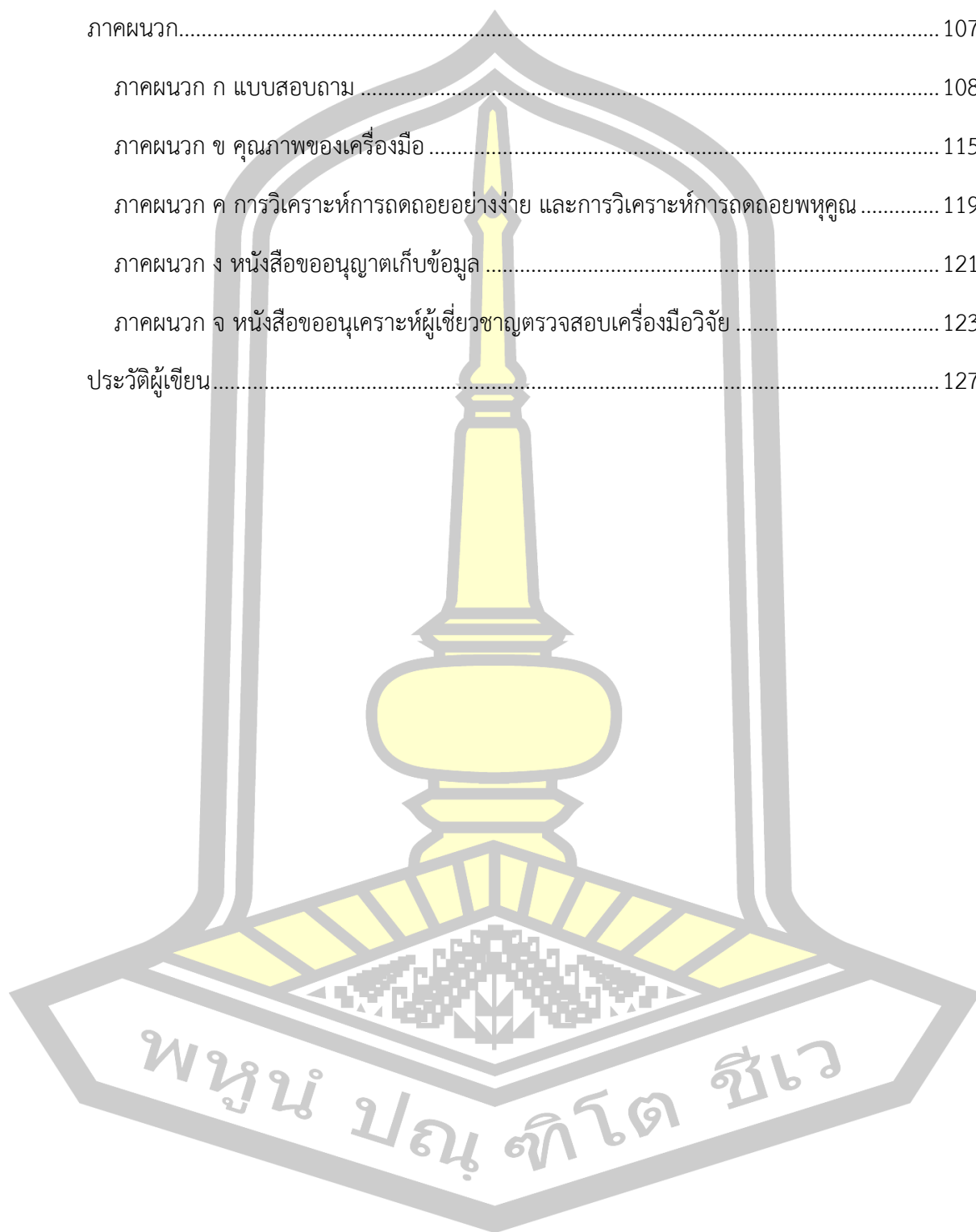
ขอขอบพระคุณ บุคลากรคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม และเพื่อนร่วมรุ่นหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ช่วยเหลือสร้างแรงผลักดันและให้คำแนะนำในการจัดทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา บุพการี ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปส่งเสริมและพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติในอนาคตต่อไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม.....	10
ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
1. งานวิจัยในประเทศ.....	42

2. งานวิจัยต่างประเทศ	47
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	64
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	69
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	71
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	78
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	81
ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการ บริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	83
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
ความมุ่งหมายของการวิจัย	93
สรุปผล	93
อภิปรายผล	95
ข้อเสนอแนะ	99

บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก.....	107
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก ข คุณภาพของเครื่องมือ	115
ภาคผนวก ค การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	119
ภาคผนวก ง หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล	121
ภาคผนวก จ หนังสือขออนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	123
ประวัติผู้เขียน.....	127



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	69
ตาราง 3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวม.....	71
ตาราง 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ.....	72
ตาราง 5 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที	72
ตาราง 6 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล	73
ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ.....	74
ตาราง 8 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้.....	75
ตาราง 9 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง	75
ตาราง 10 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที.....	76
ตาราง 11 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย	77
ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	78
ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ.....	78

ตาราง 14	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ.....	79
ตาราง 15	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	80
ตาราง 16	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	81
ตาราง 17	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านประเมินทางเลือก.....	81
ตาราง 18	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการตัดสินใจใช้บริการ.....	82
ตาราง 19	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ.....	83
ตาราง 20	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	86
ตาราง 21	การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	87
ตาราง 22	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	88
ตาราง 23	การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	89
ตาราง 24	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	90
ตาราง 25	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	116
ตาราง 26	การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	120
ตาราง 27	การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	120

สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ภาพประกอบ 2 อัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	26
ภาพประกอบ 3 การเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	26



บทที่ 1

บทนำ

สถานการณ์โรคระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลไปทั่วโลก มีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบทางเศรษฐกิจของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คือรายได้หดหายแบบไม่ทันตั้งตัวและส่งผลกระทบต่อทุกกลุ่ม (อาชนัน เกาะไพบุลย์ และเพชรรินทร์ วงศ์เจริญ, 2563) การใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เข้ามามีบทบาทในสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เนื่องจากมีความรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งด้านเศรษฐกิจมีการเติบโตขึ้นทั่วโลกและเป็นธุรกิจดิจิทัลมากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจต้องมีการเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขัน มีเทคนิคทางการตลาดและรูปแบบของธุรกิจเป็นยุคแห่งการก้าวล้ำของเทคโนโลยีการนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับการดำเนินการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและเศรษฐกิจฐานราก, 2560) ทำให้ผู้ใช้บริการตระหนักถึงความปลอดภัยและเลือกใช้บริการต่าง ๆ อย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงแรม (Hotel Business) เป็นกลุ่มธุรกิจทางการบริการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึง สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและประเทศชาติ ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ ธุรกิจโรงแรมจึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินการทั้งในด้านบุคลากร รูปแบบการทำงาน การบริหารให้สอดคล้องกัน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พนักงานของธุรกิจโรงแรมต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอในเรื่องหัวใจในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ส่วนการบริการของโรงแรมจะต้องมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีการเพิ่มการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง (ธนาภรณ์ ทศนภักดิ์, 2562) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคยังไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเที่ยวมากนัก จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนการบริการให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น การทำเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) มาใช้เพื่อรองรับการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ทุกโรงแรมต้อง

คำนึงถึงและให้ความสำคัญเพื่อให้ทันต่อภาวะทางธุรกิจในปัจจุบันและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแรงดึงดูดทั้งนักลงทุนและนักท่องเที่ยวให้เข้ามามากขึ้น

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) เป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโรงแรม ผ่านการใช้เว็บไซต์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวก ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการและผลประโยชน์ของธุรกิจ โดยนำเสนอสินค้าในรูปแบบการให้บริการกับลูกค้า โดยที่ผู้ให้บริการได้รับรายได้จากผู้ที่ใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการจะดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการเป็นปัจจัยสำคัญของการบริการในตลาดการบริการ โดยมีลักษณะเป็นการมุ่งนำเสนอบริการที่มากกว่าความต้องการพื้นฐานที่ผู้ให้บริการต้องการ และยังรวมไปถึงการนำเสนอบริการที่สามารถให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการได้อย่างมากมายจนกลายเป็นสังคมบริการที่นำพาผู้ให้บริการไปสู่การเรียนรู้ในรูปแบบการดำรงชีวิต คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility) การตอบโต้ทันที (Responsiveness) ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability) ความน่าไว้วางใจ (Trust) การเข้าถึงได้ (Accessibility) การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use) การตอบสนองทันทีผ่าน (Internet of Things) และคุณภาพด้านความปลอดภัย (Security) (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย, 2556) เมื่อปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมาเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่หรือไวรัสโควิด-19 ที่ระบาดไปทั่วโลก ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ ซึ่งการนำการบริการอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจโรงแรมจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเกินความคาดหวัง ทำให้ผู้บริภคกรรู้สึกเชื่อมั่นในการบริการของโรงแรม เกิดความพึงพอใจเหนือความคาดหวัง และตัดสินใจใช้บริการมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19 เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนในการดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการเพิ่มเม็ดเงินในภูมิภาคในด้านธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกถึงศักยภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจโรงแรมให้มีขีดความสามารถหรือศักยภาพในการบริการที่เป็นสากล สอดรับกับสภาพการเปลี่ยนแปลงไปของรูปแบบการบริการในช่วงสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 อันจะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
4. เพื่อทดสอบผลกระทบระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและทิศทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
2. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศให้ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางตระหนักรู้ถึงประโยชน์ ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นหลักการที่สำคัญในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเมืองเศรษฐกิจ และยกระดับธุรกิจโรงแรมในภูมิภาค
3. เพื่อเป็นข้อสนเทศในการวางแผนการบริหารงาน และกำหนดกลยุทธ์การบริการเชิงรุกโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางให้มีศักยภาพด้านการบริการและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีศักยภาพด้านการบริการ มีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันสมัยและเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) โดยประยุกต์จากงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) ประกอบด้วย

- 1.1 การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility)
- 1.2 การตอบโต้ทันที (Responsiveness)
- 1.3 ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability)
- 1.4 ความน่าไว้วางใจ (Trust)
- 1.5 การเข้าถึงได้ (Accessibility)
- 1.6 การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use)
- 1.7 การตอบสนองทันที (Internet of Things)
- 1.8 คุณภาพด้านความปลอดภัย (Security)

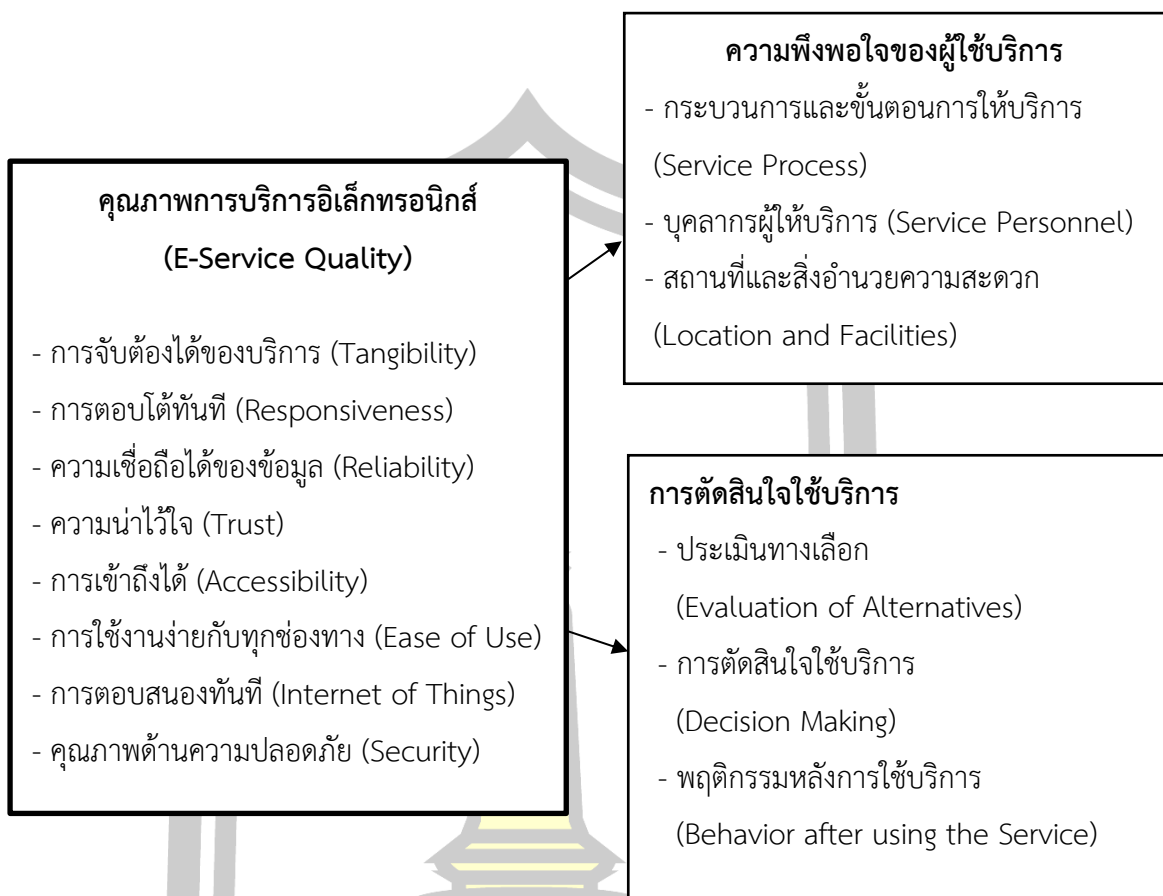
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยประยุกต์จากงานวิจัยของ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) ประกอบด้วย

- 2.1 กระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ (Service Process)
- 2.2 บุคลากรผู้ให้บริการ (Service Personnel)
- 2.3 สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Location and Facilities)

3. การตัดสินใจใช้บริการ โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Kotler และ Keller (2016) ประกอบด้วย

- 3.1 ประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)
- 3.2 การตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making)
- 3.3 พฤติกรรมหลังการใช้บริการ (Behavior after using the Service)

พหุ ประถมศึกษา ชีวะ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ที่มา: ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556); นวลิน เทียมแก้ว (2561); Kotler และ Keller (2016)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจที่พักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจที่พักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นประชากรที่มีขนาดใหญ่ และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
3. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วันที่ 1-31 ธันวาคม 2564

5. ขอบเขตเนื้อหา

5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

5.2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

5.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

6. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

6.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

6.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการ

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

2. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

3. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

5. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

6. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พัก (Service Visitor) หมายถึง บุคคลที่เข้าพักแรม เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการของโรงแรม เช่น ห้องพัก ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ เป็นต้น โดยเข้ารับบริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด

2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (Central Northeast) หมายถึง ภูมิภาคหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งเรียกว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด

3. สถานการณ์ โควิด-19 หมายถึง ช่วงเวลาในการติดต่อใช้บริการโรงแรม ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด เป็นไวรัสและโรคอุบัติใหม่ที่ไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน ซึ่งเริ่มมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในเดือนธันวาคมปี 2562 โดยมีการแพร่ระบาดและส่งผลกระทบต่อสุขภาพและระบบเศรษฐกิจหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย

4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักเกินกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผ่านการใช้เว็บไซต์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4.1 การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility) หมายถึง การรับบริการที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้สัมผัสกับการให้บริการนั้นอย่างแท้จริง และเกิดความรับรู้ได้ในการได้รับการให้บริการเสมือนว่าได้รับการบริการนั้นแบบเกิดขึ้นกับตนเองจริง ๆ

4.2 การตอบโต้ทันที (Responsiveness) หมายถึง การได้รับการตอบสนองในการให้บริการอย่างทันเวลา มีข้อมูล มีความเชื่อถือได้ และทันเวลาในการเข้ารับบริการ

4.3 ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability) หมายถึง การได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการแล้วลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในข้อมูลนั้น ๆ สร้างความเข้าใจให้รับผู้รับบริการให้เกิดความเชื่อถือได้และยินดีปฏิบัติตาม

4.4 ความน่าไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความรู้สึกที่มั่นใจและเชื่อถือของผู้ให้บริการ จนทำให้ลูกค้าเกิดความอุ่นใจในการใช้บริการ และรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ

4.5 การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การเข้าถึงการให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการได้และทันต่อเวลาที่ต้องการ ทำให้ผู้เข้ารับบริการเกิดความรับรู้ถึงการบริการอย่างแท้จริง

4.6 การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use) หมายถึง การใช้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีช่องทางในการให้บริการหลากหลายช่องทางให้เลือกใช้ตามความต้องการของลูกค้า

4.7 การตอบสนองทันทีผ่าน (Internet of Things) หมายถึง การโต้ตอบกับลูกค้าได้ทันที ทันเวลา และรวดเร็ว โดยที่ลูกค้าไม่ต้องรอนานจนเกิดความไม่พึงพอใจ สร้างความประทับใจในการให้บริการ

4.8 คุณภาพด้านความปลอดภัย (Security) หมายถึง การรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี ไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการให้ข้อมูลส่วนบุคคล

5. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง เป็นความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ เกินกว่าที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้จนเกิดความประทับใจและเชื่อมั่นในการให้บริการนั้น ๆ

5.1 กระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ (Service Process) หมายถึง วิธีการปฏิบัติงานของโรงแรมที่พัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการขอใช้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เข้าใจง่าย ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ และระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม

5.2 บุคลากรผู้ให้บริการ (Service Personnel) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่แก่ผู้มาขอรับบริการของโรงแรม เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และความประทับใจต่อการใช้บริการ

5.3 สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Location and Facilities) หมายถึง ความเหมาะสมของสถานที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความสะดวกสบาย และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้บริการที่เข้าใช้บริการที่โรงแรม

6. การตัดสินใจใช้บริการ (Decision to use the Service) หมายถึง การเลือกใช้บริการโรงแรมโดยการผ่านบริการอิเล็กทรอนิกส์ และเข้ารับบริการอย่างทันที โดยความเต็มใจและยินดีในการเข้ารับบริการ เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

6.1 ประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หมายถึง การเปรียบเทียบโรงแรมที่พักจากหลาย ๆ โรงแรม ก่อนการตัดสินใจเข้าพักเพื่อสนองความต้องการ และการมองหาประโยชน์ที่ได้รับจากบริการนั้น ๆ

6.2 การตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making) หมายถึง การใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทาง ที่เหมาะสมที่สุดในการตัดสินใจของผู้รับบริการ เพื่อเข้ารับบริการ

6.3 พฤติกรรมหลังการใช้บริการ (Behavior after using the Service) หมายถึง การแสดงออกของผู้เข้ารับบริการหลังจากได้เข้าพักที่โรงแรม อาจจะแสดงออกด้วยการพูด การประเมินผล หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้บริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการวิจัย โดยสรุปเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม
2. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

1. ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม

โรงแรมเป็นสถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก

เมื่อในครั้งกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี กรุงศรีอยุธยาจนถึงสมัยกรุงธนบุรี ประวัติศาสตร์ก็ได้บันทึกไว้ว่า ประชาชนชาวสยามได้มีการติดต่อการค้าพาณิชย์กับชาวยุโรปและจีน ตลอดจนทางการทูต, การเมือง, การทหาร และอื่น ๆ มาก่อน ซึ่งการเดินทางการค้าขายต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่ที่อื่น ๆ อยู่มาก การเดินทางต่าง ๆ เหล่านี้ หากเป็นพ่อค้าพาณิชย์ธรรมดา การเดินทางก็จะอาศัยที่พักกลางทางหรือวัดวาอารามต่าง ๆ และหากเป็นนักการทูตหรือพระเจ้าแผ่นดินแล้วส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่ตามจวนเจ้าเมือง หรือบ้านเศรษฐีคหบดี หรือบ้านญาติต่าง ๆ ที่คุ้นเคย

กัน และการเดินทางติดต่อการค้าต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มีการบันทึกไว้มากมาย ซึ่งสามารถอธิบายประวัติความเป็นมาของธุรกิจโรงแรมออกเป็นสมัยต่าง ๆ ดังนี้ (กมลชนก กุดเมือง, 2560)

1.1 สมัยกรุงศรีอยุธยา

จากจดหมายเหตุลาลูแบร์ ราชทูตฝรั่งเศส ได้เข้ามากรุงศรีอยุธยา ราว พ.ศ. 2229 (ค.ศ. 1687) ได้เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศไทยและได้กล่าวถึงการรับรองแขกเมืองในหนังสือจดหมายเหตุลาลูแบร์ เรื่องราวที่เกี่ยวกับอาณาจักรสยาม ที่มีบ้านพักสำหรับราชทูตสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระยาดำรงราชานุภาพ ทรงเรียบเรียงเรื่องการรับทูตต่างประเทศสมัยกรุงศรีอยุธยา

1.2 สมัยรัชกาลที่ 4

การโรงแรมในประเทศไทยได้เริ่มขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 นี้เอง โดยเริ่มขึ้นหลังจากคณะทูตของหม่อมราชวงศ์ถนัดศรีนาคกลับจากเยือนยุโรป ดังจะเห็นได้จากหนังสือภาษาอังกฤษที่พิมพ์จำหน่ายในประเทศไทย ออกเป็นรายปี ชื่อ Bangkok Calendar ของหมอบรัดเลย์ นอกจากนี้ รัชกาลที่ 4 ยังโปรดให้สร้างที่พักตากอากาศขึ้นที่ตำบลอ่างหิน จังหวัดชลบุรี พร้อมกันนั้นได้สร้างท่าจอดเรือสำหรับคนขึ้นบกไว้ด้วย บ้านพักตากอากาศแห่งนี้ ต่อมาเป็นบ้านพักครุสภาและปรับปรุงให้เป็นพิพิธภัณฑสถานในปัจจุบัน

นอกจากโรงแรมในกรุงเทพฯ แล้ว พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นว่าที่ตำบลอ่างหิน แขวงเมืองชลบุรี เพราะที่อากาศดี การทำเป็นสถานที่ตากอากาศให้พวกฝรั่งไปพักผ่อนได้ ลักษณะของโรงแรมเป็นอาคาร 2 ชั้น จำนวน 2 อาคาร ต่อมาได้ชื่อว่า ตำนันกรมทหาร และตำหนักมหาธาตุนิ มีเตียงนอนไว้บริการรวม 44 เตียง เพื่อให้บริการแก่ชาวต่างประเทศที่เดินทางพักผ่อนตากอากาศ

1.3 สมัยรัชกาลที่ 5

พระองค์ทรงปรับปรุงประเทศ ด้วยการนำความเจริญทางด้านเทคโนโลยีจากยุโรปเข้ามาในประเทศ มีชาวต่างประเทศเดินทางมาติดต่อค้าขายและติดต่อราชการงานเมืองมากขึ้น ความต้องการที่พักมีเพิ่มขึ้น จากหลักฐานในหนังสือ Bangkok Calendar ของหมอบรัดเลย์ ฉบับนี้ พ.ศ. 2413 มีลงแจ้งความ 6 โรงแรม คือ 1) Union Hotel 2) Falck's Hotel 3) German Hotel 4) Hamburg Hotel 5) Marine Hotel และ 6) Siam Hotel บางโรงแรมนอกจากมีบริการห้องพักและอาหารแล้ว ยังมีบิลเลียดและโบริ่งบริการให้แก่ลูกค้าผู้มาพักด้วย พ.ศ. 2419 (Oriental Hotel ค.ศ. 1867) นักเดินทางเรือชาวเดนมาร์ค 2 คน คือ จาร์ค (H. Jarck) และ ซาลัจ (C. Salje) ได้สร้างโรงแรมโอเรียลเต็ลขึ้นที่แขวงสี่พระยา เดิมเป็นอาคารไม้ชั้นเดียว สร้างขนานไปกับริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีจำนวนห้องพักไม่มากนัก จัดเป็นโรงแรมที่ทันสมัยที่สุดในยุคในสมัยนั้น เป็นโรงแรมแห่งแรกในประเทศไทยที่มีไฟฟ้าใช้ โรงแรมแห่งนี้ได้ดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนเจ้าของและผู้ดำเนินกิจการหลายคน ปี พ.ศ. 2483 ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 กองทัพญี่ปุ่นได้เข้ายึดเป็น

กองบัญชาการของทหาร เมื่อสงครามเลิกในปี พ.ศ. 2486 ก็ถูกใช้เป็นกองบัญชาการของกองทัพสหประชาชาติ นับว่าเป็นระยะที่โรงแรมทรุดโทรม ในปี พ.ศ. 2520 ได้สร้างอาคารใหญ่เพิ่มอีก 2 หลัง มีห้องพักจำนวน 406 ห้อง ประกอบด้วยห้องชุดที่หรูหรา จำนวน 21 ห้อง มีพร้อมทั้งห้องรับแขกและห้องอาหาร มีที่จอดรถกว้างขวางสามารถจอดรถได้ 350 คัน นอกจากนี้ บริเวณโรงแรมจัดให้มีสระว่ายน้ำ สนามเทนนิสไว้บริการแก่ลูกค้า เป็นโรงแรมที่มีบุคคลสำคัญและนักธุรกิจต่างประเทศมาพักมากมาย

1.4 สมัยรัชกาลที่ 6 (พ.ศ. 2453-พ.ศ. 2468)

โรงแรมในสมัยนี้ เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เดินทางทั้งชาวไทยชาวต่างประเทศ ทำให้มีโรงแรมเกิดขึ้นหลายแห่งทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาลที่สร้างขึ้นครั้งแรก ได้แก่ โรงแรมหัวหิน (พ.ศ. 2465) สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอกรมขุนกำแพงเพชรอัครโยธิน เป็นผู้บัญชาการกรมรถไฟแผ่นดิน เมื่อ พ.ศ. 2460 ทรงขอแบ่งซื้อที่ดินจากกรมพระนครสวรรค์วรพินิต มาเป็นของกรมรถไฟ จัดสร้างบังกะโลเรื่อนไม้ริมทะเลขึ้นที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้บุคคลทั่วไปได้เข้าพัก

ต่อมาในปี พ.ศ. 2464 ทรงบัญชาให้กรมรถไฟสร้างโฮเต็ลตึกแบบยุโรปชั้น 1 หลัง ย้ายบังกะโลเรื่อนไปปลูกที่ใหม่ สร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2465 เรียกว่า โรงแรมหัวหิน ซึ่งเป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของไทย ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 128,634.94 บาท มีเตียง 28 เตียง ภายในบริเวณโรงแรมมีสนามกอล์ฟและสนามเทนนิส ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักอีกด้วย

เมื่อปี พ.ศ. 2454 โรงแรมรอยัล เป็นโรงแรมที่เกิดขึ้นใหม่ บริเวณถนนสาทรเหนือ เป็นตึก 3 ชั้น บันไดหินอ่อนมีระเบียง Balconies ตกแต่งภายในด้วยไม้แกะสลัก มีสนามและสวนหย่อมรอบ ๆ ตัวตึกทุกห้องมีพัดลม กริ่งและแสงสว่างจากไฟฟ้า ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวพระราชทาน ชื่อว่า “Royal Hotel” ปัจจุบัน คือ สถานทูตรัสเซีย

1.5 สมัยรัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2468 - พ.ศ. 2477)

โฮเต็ลวังพญาไท เกิดขึ้นจากการที่กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 สร้างโรงแรมที่หัวลำโพง เมื่อ พ.ศ. 2469 แต่ไม่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ และมีพระราชประสงค์จะให้เปลี่ยนแปลงแก้ไขวังพญาไทเป็นโรงแรม เพราะมีบริเวณกว้างขวาง และต้องสิ้นเปลืองเงินในการบำรุงรักษาเป็นจำนวนมาก พร้อมกันนี้ได้เปลี่ยนชื่อจากวังพญาไท เป็นโรงแรมวังพญาไท เพื่อให้ชาวต่างประเทศพักแรมภายในบริเวณโรงแรมมีความงดงาม หรรษา จากการตกแต่งด้วยศิลปะที่วิจิตรการตา เพราะเป็นพระราชวังมาก่อน โดยเฉพาะ “ห้องจักรี” ซึ่งเคยเป็นห้องบรรทม ราคาคืนละ 120 บาท โรงแรมวังพญาไท ได้รับการยกย่องว่า เป็นโรงแรมเดอลุกซ์แห่งแรกของเมืองไทย และเป็นโรงแรมที่ทันสมัย

และยอดเยี่ยมที่สุดของเอเชียในสมัยนั้น ตัวโรงแรมประกอบด้วยห้องรับรองห้องอาหาร ไนต์คลับ บาร์ ห้องนั่งเล่น ห้องเขียนหนังสือ ที่จอดรถ ห้องเต้นรำ (Ballroom) ห้องพักผ่อน มีประมาณ 60 ห้อง แบ่งเป็นห้องธรรมดาและห้อง Deluxe ไว้บริการแก่ลูกค้าของโรงแรม ส่วนบริเวณรอบ ๆ โรงแรมเป็นบึงดอกบัวนาชนิด และสวนไม้ดอกไม้ประดับ ที่จัดแบบสวนญี่ปุ่น มีน้ำตก น้ำพุ สวยงามมาก ปัจจุบันโรงแรมวังพญาไท เป็นสถานที่ตั้งโรงพยาบาลพระมงกุฎ ตามคำสั่งคณะปฏิวัติในสมัยรัชกาลที่ 7

1.6 สมัยรัชกาลที่ 8 (พ.ศ. 2477-พ.ศ. 2489)

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้สร้างอาคารสองข้างถนนราชดำเนินกลาง คือ โรงแรมรัตนโกสินทร์และโรงแรมสุริยานนท์ เมื่อ พ.ศ. 2485 เพื่อรองรับแขกเมืองโดยให้บริการที่ดียอดเยี่ยม จนมีชื่อเสียงประกอบกับทำเลที่ตั้งในแหล่งชุมชน ต่อมาโรงแรมเกิดขึ้นมากมาย และมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้โรงแรมทั้งสองลดความสำคัญลงเพราะทำเลที่ตั้งแออัด จอแจ ความสะดวกในการเดินทางและหาที่จอดรถต่อมาสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ให้เอกชนดำเนินการต่อโดยเปลี่ยนชื่อโรงแรมรัตนโกสินทร์เป็นโรงแรมรอยัล (Royal Hotel) และโรงแรมสุริยานนท์เป็นโรงแรมมาเจสติค (Majestic Hotel) โรงแรมรัตนโกสินทร์และโรงแรมสุริยานนท์แล้ว ยังมีโรงแรมในเครืออีก คือ โรงแรมบางแสน ตั้งอยู่ที่บางแสน จังหวัดชลบุรี เป็นโรงแรมตากอากาศ ปัจจุบันอยู่ในความดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.7 สมัยรัชกาลที่ 9 (พ.ศ. 2489)

พ.ศ. 2522 ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การขยายตัวทางเศรษฐกิจส่วนรวม การลงทุนภาคเอกชนในกิจการโรงแรมได้เพิ่มมากขึ้น จะกล่าวเฉพาะโรงแรมที่สำคัญเป็นตัวอย่าง และต้นแบบโรงแรมเดอลุกซ์ ได้แก่ 1) โรงแรมเอราวัณ (Erawan Hotel) สมัยก่อนโรงแรมใหญ่ ๆ พอที่จะรับรองแขกบ้านแขกเมืองในกรุงเทพฯ ยังไม่มีนักท่องเที่ยวที่แวะมากรุงเทพฯ ก็เกิดปัญหาในการหาที่พัก บริษัทสายการบินต่าง ๆ จึงประชุมหารือกันในการจะมาลงทุนตั้งโรงแรมขนาดใหญ่ขึ้นในกรุงเทพฯ โดยมี พลโทประยูร ภมรมนตรี เป็นผู้นำเอาโครงการสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ หรือคณะรัฐมนตรีสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม และได้อนุมัติให้จัดตั้งเป็นรูปบริษัทจำกัด เรียกว่า “บริษัท สหโรงแรมกรุงเทพฯ จำกัด” เดิมมีโครงการก่อสร้างโรงแรมบริเวณสวนลุมพินี แต่ถูกยับยั้งเพราะเป็นสถานที่ที่รัชกาลที่ 6 ทรงประทานให้เป็นที่สาธารณะแก่ประชาชน ได้พักผ่อน จึงเปลี่ยนโครงการมาซื้อที่ดินที่มุมสี่แยกราชประสงค์ บนพื้นที่ 9 ไร่ 3 งาน 98 ตารางวา เริ่มดำเนินการก่อสร้างในปี พ.ศ. 2494 ระหว่างการก่อสร้างมีอุปสรรคมากมาย และได้สร้างเสร็จปี พ.ศ. 2498 การก่อสร้างยังไม่เสร็จจึงได้สร้างเทวสถานท่านท้าวมหาพรหมขึ้น ในบริเวณโรงแรม ในที่สุดการก่อสร้างโรงแรมก็สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2499 ในระหว่างเริ่มเปิดดำเนินการ ประสบปัญหามากมาย ด้านพนักงานบริการไม่มีความรู้ ความชำนาญ ปัจจุบันนี้อยู่ในเครือชายของ Hyatt

ประเทศสหรัฐอเมริกา 2) โรงแรมรามามา (Rama Hotel) ทำพิธีเปิด เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2504 โดยสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีเป็นอาคารสูง 10 ชั้น มีห้องพักทั้งสิ้น 172 ห้อง บนเนื้อที่ 4 ไร่ มุมถนนสีลมตัดกับถนนสุรศักดิ์ เจ้าของคือ คุณสุนีรัตน์ เตลาน ได้นำสิ่งใหม่ ๆ มาสู่วงการโรงแรมในกรุงเทพฯ เช่น ประตูบานเลื่อนไฟฟ้าอัตโนมัติที่ทางเข้า สระว่ายน้ำ สร้างไว้บนระเบียง ชั้น 2 มีสวนหย่อมล้อมรอบ ห้องจัดเลี้ยง Penthouse บนชั้น 10 สามารถเห็นวิวทิวทัศน์ของกรุงเทพฯ โดยรอบ เป็นโรงแรมแห่งแรกของเมืองไทยที่เข้าเครือข่าย Chain Hotels บริหารโดยบริษัท กลุ่มธุรกิจโรงแรมนานาชาติ

2. ความสำคัญของธุรกิจโรงแรม

ลักษณะการดำเนินการจัดการของโรงแรมในอดีตกับปัจจุบันจึงมีความแตกต่างกัน เนื่องจากหลายปัจจัย อาทิ ขนาดที่พักแรม สถานที่ตั้ง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ เป็นต้น ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นอุตสาหกรรมหลักในการนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจโรงแรม จากสามทศวรรษที่ผ่านมาโรงแรมจึงไม่อาจอยู่ได้โดยการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังต้องมีฝ่ายการตลาด เพื่อที่จะวางแผนงานในการหาลูกค้า ในขณะที่การแข่งขันสูง อีกทั้งต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย จึงนับได้ว่าปัจจุบันฝ่ายการตลาดเป็นหัวใจที่สำคัญของธุรกิจโรงแรม แม้ว่าโรงแรมจะเป็นกิจการประเภทหนึ่งที่มีการดำเนินงานโดยมีเป้าหมายเชิงธุรกิจที่สำคัญคือผลกำไรและความอยู่รอด หากปัจจุบันธุรกิจโรงแรมได้ขยายกิจการไปอย่างกว้างขวางจนสามารถจัดให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อท้องถิ่นทั้งในฐานะเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ความสำคัญของธุรกิจโรงแรมเอื้อประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม (ขวัญชนก สุวรรณพงศ์, 2559)

ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นธุรกิจที่สนับสนุนการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศาสนา และการแสวงหา ความเพลิดเพลิน หรือวัตถุประสงค์ปลีกย่อยอื่น ๆ นอกจากกล่าวมาแล้ว ได้เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยโบราณ การเดินทางนอกจากต้องการ การขนส่ง อาหารและเครื่องดื่ม ความปลอดภัย ความสะอาดสบายใน การเดินทาง องค์ประกอบอย่างหนึ่ง ซึ่งขาดไม่ได้ในการเดินทาง คือ ที่พักแรม (Accommodations) ที่พักแรมในการเดินทางหรือโรงแรม (Hotels) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้เดินทาง ที่พักแรมหรือโรงแรมเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของการเดินทางมาตั้งแต่ สมัยโบราณ ที่พักแรมบางประเภท อาจเป็นที่พักชั่วคราวระหว่างการเดินทาง บ้านญาติ วัด หรือ โรงแรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายหลัก ในปัจจุบันการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น เพราะความ เจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีความจำเป็นต้องติดต่อธุรกิจโยงโยกัน

ทั่วโลก และการพัฒนา ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการขนส่ง จึงทำให้การเดินทางกระทำได้รวดเร็ว ปลอดภัย สะดวกสบายมากขึ้นกว่าเดิม การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาของระบบการขนส่ง ระบบธุรกิจในปัจจุบัน มีวันหยุดมากขึ้น และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เหตุผลดังกล่าวแล้วจึงได้เกิดการสร้างที่พักแรมหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งหลากหลาย ไปตามความสัมพันธ์ระหว่างที่ประเภทของที่พักแรมกับการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยว (ขวัญชนก สุวรรณพงศ์, 2559)

3. วิวัฒนาการโรงแรม

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมที่พักแรมมีวิวัฒนาการในการพัฒนาตนเองและมีความแตกต่างจากยุคเริ่มแรกอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ จึงควรศึกษาถึงประวัติและวิวัฒนาการของที่พักแรมทั้งนี้ วิวัฒนาการของที่พักแรมได้เกิดขึ้น ตั้งแต่สมัยโบราณซึ่งสามารถเรียงลำดับเหตุการณ์สำคัญในช่วงต่าง ๆ ไว้ดังนี้ (ณัฐนันท์ อุณารัตน์, 2559)

3.1 ยุคเริ่มแรก (พ.ศ. 2419-พ.ศ. 2488) ในยุคนี้มีโรงแรมไทยเกิดขึ้นเพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งมีทั้งโรงแรมของรัฐบาลและเอกชนที่สร้างขึ้นมา เพื่อรองรับนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศในแถบตะวันตก สำหรับโรงแรมที่มีชื่อเสียงได้มาตรฐานต่างประเทศที่เกิดขึ้นในยุคนี้ มีด้วยกัน 4 แห่ง คือ โรงแรมโอเรียลเต็ล ซึ่งนับว่าเป็นโรงแรมแห่งแรกของไทย ที่สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2419 โรงแรมรอยัล โรงแรมวังพญาไท และโรงแรมทอคาคาเดโร นอกจากนี้ ยังมี โรงแรมหัวหิน ซึ่งเป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของไทยที่สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2465 โรงแรมรัตนโกสินทร์ และโรงแรมสุริยานนท์ ปัจจุบันได้ให้เอกชนเข้าไปดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาโดยเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัลหัวหิน โรงแรมรอยัล และโรงแรมมาเจสติค ตามลำดับ

3.2 ยุคกลุ่มผู้บริหารโรงแรมจากต่างประเทศ (พ.ศ. 2489-พ.ศ. 2519) ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง มีธุรกิจการบินหลายแห่งได้เปิดเส้นทางบินเข้ายังประเทศไทยมากขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานของรัฐ คือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2502 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน) ส่งผลให้ชาวต่างประเทศเริ่มรู้จักประเทศไทย และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับ ในช่วงนี้ นอกจากมีการก่อสร้างโรงแรมของรัฐบาล คือ โรงแรมเอราวัณ ขึ้นใน พ.ศ. 2499 แล้ว ยังมีเอกชนสนใจลงทุนก่อสร้างโรงแรมระดับมาตรฐานสากลขึ้นมาอีกหลายแห่ง โดยให้กลุ่มบริการโรงแรมระดับนานาชาติจากต่างประเทศเข้ามาบริหาร ซึ่งเริ่มจากโรงแรมรามามาที่เป็นกลุ่มเนนดัล เซอราตัน ไฮเอท รีเจนท์ ฮอลิเดย์อินท์ แมนดาริน โนวเทลโซฟิเทล และเชงกรีลา เป็นต้น การบริหารโดยว่าจ้างกลุ่มผู้บริหารที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศนี้ บริษัทที่อยู่ในต่างประเทศจะเป็นผู้วางระบบการบริหารเป็นมาตรฐานเดียวกันกับโรงแรมทุกแห่งในเครือ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

3.3 ยุคผู้บริหารคนไทย (พ.ศ. 2525-พ.ศ. 2529) การเปิดตัวของโรงแรมใหม่ ๆ ที่มีการว่าจ้างกลุ่มผู้บริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียง จากต่างประเทศเข้ามาในช่วงก่อนหน้านี้นี้ โดยได้ก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่พนักงานที่เป็นคนไทยมากขึ้น ซึ่งมีอยู่หลายคนที่ก้าวหน้าขึ้นมาเป็นผู้บริหารระดับสูงในโรงแรมหลายแห่งในยุคที่ภาวะการณ์ท่องเที่ยวซบเซา เนื่องจากธุรกิจโรงแรมต่างประสบปัญหาห้องพักล้นตลาด ต้องหันมากระตุ้นตลาดคนไทยมากขึ้น โดยเน้นการขายอาหารและเครื่องดื่มในส่วนของห้องอาหารและภัตตาคารของโรงแรม การขยายบริการในส่วนของการจัดเลี้ยง การประชุม การสัมมนา ซึ่งสามารถทำรายได้ให้แก่โรงแรมมากขึ้น และด้านห้องพักสำหรับบางโรงแรมจากลักษณะที่ตลาดในสวนคนไทยได้ประสบปัญหาในการบริการงานและมีหลายกลุ่มต้องถอนตัวออกไป กลุ่มบริหารโรงแรมจากต่างประเทศ จึงเริ่มลดบทบาทในธุรกิจโรงแรมไทยลงตามลำดับ ขณะที่ผู้บริหารคนไทยเข้ามามีบทบาทมากขึ้น

3.4 ยุคกลุ่มบริหารโรงแรมของไทย (พ.ศ. 2530-ปัจจุบัน) จากสภาวะเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่องของรัฐบาล ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปลาย พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา และมุ่งใจให้มีการขยายการลงทุนในด้านโรงแรมอย่างมากในระยะเวลาดังกล่าว โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวหลัก แต่ยังมีขยายออกไปสู่ต่างจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวและโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีห้องพักประมาณ 50-200 ห้อง แต่เน้นคุณภาพ ด้านการบริการระดับ 3 ดาว เป็นจุดขายสำคัญ

4. ประเภทของธุรกิจโรงแรม

การแบ่งประเภทโรงแรมเพื่อใช้ในการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดนั้น สามารถจัดประเภทโรงแรมตามลักษณะของลูกค้ายุคเป้าหมาย (Target Market) ที่ Steadmon, C. E. and Kasavana, M. L. (1988) ได้แบ่งไว้ในหนังสือ Managing Front Office Operations เป็นวิธีการที่ควรนำมาใช้มากที่สุด โดยเขาได้แบ่งประเภทโรงแรม 9 ประเภทดังนี้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2562)

4.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)

โรงแรมประเภทนี้โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองที่รายล้อมไปด้วยองค์กรทางธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้แขกเข้ามาพักชั่วคราวในการติดต่อธุรกิจ โดยนอกจากห้องพักแล้วส่วนใหญ่จะมีห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง ร้านอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจใช้ในการประชุมและพูดคุยงาน ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีบริการศูนย์ธุรกิจ (Business Center) ที่ให้บริการรับส่งจดหมาย อีเมล มีเครื่องคอมพิวเตอร์ ไวไฟ ให้ใช้ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพักผ่อน เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฟิตเนส วิธีการหาลูกค้าของโรงแรมประเภทนี้ นอกจากวิธีการที่โรงแรมทั่วไปใช้แล้ว

การใช้พนักงานขายเข้าไปติดต่อกับองค์กรธุรกิจที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับโรงแรมเพื่อทำสัญญาให้
องค์กรธุรกิจส่งลูกค้าที่เป็นพนักงานของบริษัทหรือลูกค้าเข้ามาใช้บริการโดยมีการตกลงอัตราค่าใช้
บริการไว้ล่วงหน้า รวมถึงการให้เครดิตกับองค์กรลูกค้า เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่
ผู้ประกอบการนิยมใช้

4.2 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)

เป็นโรงแรมที่มุ่งกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสนามบิน โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ใน
พื้นที่สนามบินหรือบริเวณโดยรอบสนามบินที่สามารถเดินทางเข้าออกสนามบินได้สะดวก โดยกลุ่ม
ลูกค้าหลักของโรงแรมประเภทนี้ ได้แก่ ผู้โดยสาร พนักงานสายการบิน และผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับ
สนามบิน รวมถึงบริษัททัวร์ โรงแรมในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะมีการให้บริการเข้าพักในช่วงเวลาที่สั้น
กว่าปกติเรียกว่า Day Use เช่น การคิดค่าบริการสำหรับการใช้ 2-3 ชั่วโมงเข้ามาเสริมด้วย โดย
บริการดังกล่าวตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการพักผ่อนระหว่างรอเปลี่ยนเครื่อง หรือ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางในระยะเวลาหลายชั่วโมง เมื่อลงจากเครื่องแล้วต้องการอาบน้ำเปลี่ยนเสื้อผ้า
ก่อนออกไปท่องเที่ยวต่อ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาสนามบินหลายแห่งรวมทั้งสนามบินดอนเมืองเริ่มเห็น
โอกาสจากความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ เปิดให้บริการโรงแรมที่มีห้องพักขนาดเล็กในสนามบิน
เพื่อรองรับลูกค้าซึ่งกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของโรงแรมประเภทดังกล่าวที่อยู่รอบสนามบินส่วน
โรงแรมที่อยู่ด้านนอกสนามบิน ก็พยายามแข่งขันด้วยขนาดห้องที่ใหญ่ขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก
ที่มากขึ้น เฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการที่จอดรถสำหรับแขกที่เข้ามาพักพร้อมบริการรถรับส่งจาก
โรงแรมมาที่สนามบินเพื่อช่วงชิงลูกค้าจากโรงแรมขนาดเล็กภายในสนามบิน

4.3 โรงแรมห้องสูท (Suite Hotels)

เป็นโรงแรมคล้ายโรงแรมธุรกิจ ต่างมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับสูงกว่า ห้องพัก
ส่วนใหญ่ของโรงแรม หรือทั้งหมดจะเป็นห้องสูทที่แยกห้องนอนกับห้องรับแขกออกจากกันโดยบาง
ห้องอาจมีขนาดใหญ่ มีห้องประชุมขนาดเล็กพร้อมเคาน์เตอร์เครื่องดื่มหรือครัวไว้ในห้องพักด้วย

4.4 โรงแรมเน้นแขกพักประจำ (Residential Hotels)

เป็นโรงแรมที่เน้นกลุ่มลูกค้าเข้าพักในระยะที่ยาวกว่าลูกค้าโรงแรมทั่ว ๆ ไป
ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านธุรกิจหรือในเมืองที่เป็นแหล่งงาน โรงแรมประเภทนี้ในเมืองไทยนิยมเรียกว่า
Service Apartment โดยคิดค่าบริการเป็นรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน โดยมีอัตรารายสัปดาห์
หรือรายเดือนที่ต่ำกว่ารายวันอย่างชัดเจน โรงแรมประเภทนี้นิยมรวมอาหารเช้าไว้ในค่าบริการ
รวมถึงอาจมีรถบริการรับส่งไปยังศูนย์การค้าและแหล่งงานสำคัญอีกด้วย ในห้องพักของโรงแรม
ส่วนใหญ่จะมีมุมครัว เตาไมโครเวฟ เตาไฟฟ้า พร้อมอุปกรณ์เครื่องครัวจำนวนหนึ่งไว้ให้ลูกค้าด้วย ใน
เมืองไทยมีผู้นำในธุรกิจโรงแรมประเภทนี้ เช่น กลุ่มเกษมกิจกรุ๊ป ที่มีโรงแรมแคนทารีและคามิโอ ที่
ศรีราชา เชียงใหม่ อยุธยา และปราจีนบุรี โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวญี่ปุ่น ส่วน Service

Apartment ระดับหรู ได้แก่ โรงแรมเซ็นเตอร์พอยท์ของกลุ่มแลนด์แอนด์เฮาส์ นอกจากนี้ โรงแรมประเภทนี้บางแห่งเน้นผู้เข้าพักประจำบริเวณใกล้เคียงกับโรงพยาบาล เพื่อรองรับญาติของผู้ป่วยและผู้ป่วยระยะพักฟื้นเพื่อความสะดวกในการเดินทางมายังโรงพยาบาลอีกด้วย

4.5 โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)

เป็นโรงแรมที่ออกแบบสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพให้เหมาะสมกับการพักผ่อน ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองท่องเที่ยว และในพื้นที่ที่มีทิวทัศน์สวยงามตามธรรมชาติ เช่น ริมทะเล โรงแรมประเภทนี้ จะมีพื้นที่เปิดโล่งในตัวโรงแรมค่อนข้างมาก โดยตกแต่งเป็นสระว่ายน้ำ สวน รวมถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับการพักผ่อน เช่น สปาภายในโรงแรมด้วย ปัญหาด้านการตลาดของโรงแรมประเภทนี้คือ การมีลูกค้าไม่สม่ำเสมอ ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวโรงแรมรีสอร์ทจึงมักจัดรายการลดราคาเป็นพิเศษ เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาในช่วงนอกฤดูกาล ในเมืองไทยโรงแรมลักษณะนี้พบได้มากแถบจังหวัดชายทะเล เช่น หัวหิน พัทยา และภูเก็ต

4.6 โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast)

โรงแรมประเภทนี้ในต่างประเทศอาจเรียกว่า Motel หรือ B&B นิยมทำเป็นโรงแรมขนาดเล็กไม่เกิน 100 เตียง หรือหลายแห่งอาจมีเพียง 20-30 เตียง ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่เจ้าของและครอบครัวบริหารเอง โรงแรมประเภทนี้ในประเทศไทยน่าจะเทียบได้กับ โรงแรมที่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวและพนักงานขายที่ต้องขับระหว่างจังหวัด ต้องการที่พักราคาถูกและปลอดภัย โรงแรมประเภทนี้ราคาเฉลี่ยจะอยู่ประมาณคืนละ 500-700บาท ตั้งอยู่บริเวณชานเมือง มีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างจำกัด ในเมืองไทยส่วนใหญ่จะไม่มีอาหารเช้าให้อาจมีเพียงกาแฟให้บริการ โรงแรมประเภทนี้กลุ่ม ปตท. ให้ความสนใจที่จะนำไปเปิดในสถานบริการน้ำมันบางแห่ง ส่วนผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ของไทยที่เข้าไปในตลาดนี้แล้ว ได้แก่ กลุ่มดิเอรารีพ โดยใช้ชื่อโรงแรมในลักษณะนี้ว่า Hop Inn

4.7 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel)

เป็นอาคารชุดที่จดทะเบียนเป็นโรงแรม โดยมีบางส่วนขายกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิการเช่าออกไปให้กับผู้ซื้อ และมีบางส่วนที่ผู้พัฒนาโครงการเก็บไว้ให้บริการเป็นโรงแรม โดยผู้บริหารอาคารรับห้องของผู้ซื้อมาบริหารการปล่อยเช่าแบบโรงแรมในช่วงที่เจ้าของห้องไม่ได้เข้ามาใช้ในต่างประเทศโรงแรมลักษณะนี้มีการขายกรรมสิทธิ์ร่วมแบบแบ่งปันเวลาใช้ (Time Sharing) โดยในห้องชุดห้องหนึ่งอาจมีผู้ซื้อ 10 ราย สลับกันใช้รายละ 30 วัน โดยโครงการเป็นผู้บริหารเวลาในการเข้าใช้ และโครงการนำเวลาอีก 2 เดือนที่เหลือ สำรองไว้สำหรับการซ่อมบำรุง หรือนำมาให้เช่ากับบุคคลภายนอก เพื่อนำรายได้มาใช้เป็นค่าบริหารส่วนกลาง แต่กฎหมายของไทยไม่อนุญาตให้มีการขายในลักษณะกรรมสิทธิ์ร่วมแบบแบ่งปันเวลาใช้

4.8 โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels)

โรงแรมลักษณะนี้นิยมสร้างให้เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักจำนวนมาก และมีห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเล่นการพนันในโรงแรม โรงแรมลักษณะนี้ นิยมทำการตลาดร่วมกับบ่อนการพนัน เช่น การจัดแพ็คเกจให้ลูกค้าที่เข้ามาเล่นการพนัน ได้สิทธิ์พักฟรีเมื่อแลกชิปในปริมาณที่กำหนดและเป็นชิปที่ไม่สามารถแลกเป็นเงินสดคืนได้

โรงแรมลักษณะดังกล่าวในลาสเวกัสนิยมจัดรายการอาหารบุฟเฟ่ต์ในราคาค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับคุณภาพของอาหาร เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นลูกค้าของโรงแรม โดยอาจยอมรับกำไรต่ำหรือขาดทุนจากรายการอาหาร แต่ได้กำไรจากบ่อนการพนันเข้ามาชดเชย โรงแรมบางแห่งใช้การจัดโชว์ต่าง ๆ ทั้งแบบที่มีการเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้เข้าชมและการเข้าชมฟรี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาที่โรงแรม โรงแรมลักษณะนี้รายได้หลักอาจไม่ได้มาจากค่าห้องพักแต่มาจากบ่อนการพนัน ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีโรงแรมลักษณะนี้

4.9 ศูนย์ประชุม (Conference Centers)

โรงแรมประเภทนี้มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มาจัดประชุมสัมมนาและงานแสดงนิทรรศการ โดยปกติแล้วโรงแรมประเภทนี้จะมีจำนวนห้องพักค่อนข้างมาก และมีห้องประชุมสัมมนาทั้งขนาดใหญ่และเล็กจำนวนมาก เพื่อให้บริการครบวงจรกับแขกที่เข้ามาจัดประชุมสัมมนา โดยมีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายกับโรงแรมประเภทธุรกิจ โดยโรงแรมลักษณะดังกล่าวอาจสร้างศูนย์ประชุมกับที่พักไว้ในอาคารเดียวกันหรือแยกอาคารออกจากกัน และแยกการบริหารโรงแรมและศูนย์ประชุมออกจากกันก็ได้ เช่น โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ ที่ราชประสงค์ หรือโรงแรมรอยัลคลิฟ พัททยา ที่มีทั้งโรงแรมและศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ รวมถึงกลุ่มโรงแรมโนโวเทลและไอบิสในเมืองทองธานี ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ประชุมอิมแพ็ค อย่างไรก็ตาม ในบริเวณที่มีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ก็มีผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กที่อยู่โดยรอบทำการพัฒนาโรงแรมสำหรับลูกค้าศูนย์ประชุมโดยไม่ได้เป็นเจ้าของเดียวกันกับศูนย์ประชุม เช่น บริเวณศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีโรงแรมลักษณะนี้อยู่จำนวนมาก เนื่องจากศูนย์ประชุมแห่งชาติไม่ได้มีโรงแรมของตัวเองอยู่ในพื้นที่

จากการอธิบายการแบ่งประเภทโรงแรมตามลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แต่ก็มีโรงแรมหลายแห่งที่เป็นลูกผสม โดยพัฒนาโรงแรมที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มในโรงแรมเดียวกัน หรืออาจจัดเป็นกลุ่มโรงแรมหลายประเภทไว้ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันในด้าน การบริหารจัดการ และหลีกเลี่ยงการแข่งขันและแย่งลูกค้ากันเอง

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ซึ่งได้มีการพัฒนาทั้งทางด้านโครงสร้างและรูปแบบการบริการเข้าสู่มาตรฐานสากลไม่แตกต่างจากประเทศในแถบยุโรปและอเมริกา การบริหารจัดการโรงแรมเข้าสู่มาตรฐานสากลนั้น ถือว่ามีความสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นอย่างมาก นอกจากนี้จะสามารถสนองตอบได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ายังเป็นการสร้างจุดเด่น และความไว้วางใจให้กับลูกค้าอีกด้วย (สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ, 2564)

1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 510 กิโลเมตร อยู่ระหว่างเส้นแวงที่ 103-104 องศาตะวันออก ห่างจาก เส้นที่ประมาณ 6,946.75 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4.3 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุดจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากหลักฐานทางโบราณคดีบ่งบอกว่า เคยเป็นที่อยู่อาศัยของเผ่าละว้า ซึ่งมีความเจริญทางด้านอารยธรรมประมาณ 1,600 ปี (สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์, 2564) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ พระธาตุยาคู พิพิธภัณฑสถานสิรินธร พระพุทธสถานภูอ หาดดอกเกด เมืองฟ้าแดดสูงยาง เขื่อนลำปาว และหมู่บ้านวัฒนธรรมโนนสง่า เป็นต้น (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2564) จังหวัดกาฬสินธุ์มีธุรกิจที่พัก จำนวน 17 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) ดังนี้

1. โรงแรมริมปาว อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
2. โรงแรมสบาย สบาย อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. โรงแรมสุภัก อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
4. โรงแรมเกื้อพิมาน อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
5. โรงแรมสมเด็จไฮเต็ล อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์
6. โรงแรมแสงทอง อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
7. โรงแรมลำพะยัง รีสอร์ท อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์
8. โรงแรมวังไทรรีสอร์ท อำเภอหนองกรัง จังหวัดกาฬสินธุ์
9. โรงแรมสังข์ทองรีสอร์ท อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์
10. หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่งโฮมสเตย์ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
11. โรงแรมเอ.พี.การ์เด็น เพลส อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
12. โรงแรม 9 ทิน รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
13. โรงแรมบ้านพักเรือนแพ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

14. โรงแรมโพนทอง การ์เด้น รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
15. โรงแรมคุ้มหมอก รีสอร์ท อำเภอก้ามวง จังหวัดกาฬสินธุ์
16. โรงแรมไพบูลย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
17. โรงแรมไพลิน โฮเทล อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

2. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางความเจริญแห่งหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 445 กิโลเมตร มีพื้นที่ 10,885.99 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6.8 ล้านไร่ ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ มีลักษณะสูงต่ำ สลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มแถบลุ่มน้ำชี และลุ่มน้ำพอง พื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 100-200 เมตร (สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2564) มีประชากรรวม 1,766,060 คน แยกเป็นชาย 875,013 คน หญิง 891,053 คน (กรมการปกครอง, 2564) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ พระธาตุขามแก่น พระมหาธาตุแก่นนครปราสาทเป็ยน้อย พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ พิพิธภัณฑ์และซากไดโนเสาร์ อำเภอภูเวียง ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนบพ เขื่อนอุบลรัตน์ และอุทยานแห่งชาติภูผาม่าน เป็นต้น (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2564) จังหวัดขอนแก่นมีธุรกิจที่พักจำนวน 59 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) ดังนี้

1. โรงแรมขอนแก่น โฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. โรงแรมเจริญธานี พรีเมียมคอนแวนต์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. โรงแรมขอนแก่นรินทร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
4. โรงแรมฉัตรชัย อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
5. โรงแรมชีวินพาเลซ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
6. โรงแรมดิออร์คิด เฮาส์ อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น
7. โรงแรมต้นหว้า รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
8. โรงแรมธนทรัพย์ รีสอร์ท อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
9. โรงแรมนัดพบ รีสอร์ท อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น
10. โรงแรมบี แอนด์ บี เพลซ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
11. โรงแรมพีพี โฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
12. โรงแรมเพ็ญน้อย รีสอร์ทอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
13. โรงแรมกรีน เลควิว รีสอร์ท อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
14. โรงแรมแกรนด์ ลีโอ โฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
15. โรงแรมซูดาบาร์ค รีสอร์ท แอนด์ โฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

16. โรงแรมเดอะเทอเรส รีสอร์ท อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
17. โรงแรมต้นหว่า การ์เด็นท์วิว โฮเทล อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
18. โรงแรมท้อป วิลเลจ เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
19. โรงแรมทับเทวีรีสอร์ท อำเภอบุขารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
20. โรงแรมที่พักในอุทยานแห่งชาติภูผาม่าน อำเภอกุฉินารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
21. โรงแรมที่พักในอุทยานแห่งชาติภูเวียง อำเภอกุฉินารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
22. บ้านพักรับรองเขื่อนอุบลรัตน์ อำเภอบุขารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
23. บ้านรัก รีสอร์ท อำเภอกะนวน จังหวัดขอนแก่น
24. โรงแรมปราสาทสาวเชาว์รีสอร์ท อำเภอกะนวน จังหวัดขอนแก่น
25. โรงแรมพุกษาการ์เด็นท์เฮาส์ อำเภอกุฉินารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
26. โรงแรมพานคำ รีสอร์ท อำเภอบุขารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
27. โรงแรมพุลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิต อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
28. โรงแรมเฟื่อง รีสอร์ท อำเภอมุมแพ จังหวัดขอนแก่น
29. โรงแรมภัทรสินท์ อพาร์ทเมนท์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
30. โรงแรมราชา การ์เด็นท์ รีสอร์ท อำเภอบุขารัตน์ จังหวัดขอนแก่น
31. โรงแรมรสสุคนธ์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
32. โรงแรมริมน้ำ อำเภอมุมแพ จังหวัดขอนแก่น
33. โรงแรมเวียงคำ อำเภอมุมแพ จังหวัดขอนแก่น
34. โรงแรมศรีสุพรรณ แกรนด์ รอยัล อำเภอมุมแพ จังหวัดขอนแก่น
35. โรงแรมสระบัว รีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
36. โรงแรมสุภาณี ปาร์ควิว อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
37. โรงแรมอันดามัน รีสอร์ท อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
38. โรงแรมแก่นนคร อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
39. โรงแรมแก่นอินทร์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
40. โรงแรมໄໝະ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
41. โรงแรมบ้านตุ้มการ์เด็นท์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
42. โรงแรมบุษราคัม อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
43. โรงแรมภูอินน์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
44. โรงแรมเมืองอินน์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
45. โรงแรมราชาวดีรีสอร์ท แอนด์ โฮเต็ล อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น
46. โรงแรมริมบึงอินน์ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น

47. โรงแรมวันชัย อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
48. โรงแรมสวีستیไฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
49. โรงแรมสิรินธรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
50. โรงแรมสุขสันต์ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
51. โรงแรมอัมรินทร์ พลาซ่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
52. โรงแรมไฮเวย์ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
53. โรงแรมโรมา ไฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
54. โรงแรมลาวัลย์เพลส อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
55. โรงแรมลีลาวดี รีสอร์ท อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น
56. โรงแรมสุขใจ ไฮเต็ล อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
57. โรงแรมสภพวรรณนิการ์โฮม บุติก โฮะเวย์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
58. โรงแรมโสภณ ดีมา ไฮเทล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
59. โรงแรมไอเอสที เพลส อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

3. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ดตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจาก กรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ประมาณ 512 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งสิ้น 8,299.46 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,187,156 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 120-160 เมตร มีภูเขาทางตอนเหนือซึ่งติดต่อกับเทือกเขาภูพาน บริเวณตอนกลางของ จังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่น บริเวณตอนล่างมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำมูลและสาขา ได้แก่ ลำน้ำชี ลำน้ำพลับพลา ลำน้ำเตา เป็นต้น บริเวณที่ราบต่ำอันกว้างขวาง เรียกว่า ทุ่งกุลาร้องไห้ มีพื้นที่ประมาณ 80,000 ไร่ มีลักษณะเป็นที่ราบแอ่งกระทะ (สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด, 2564) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ บึงพลาญชัย มหาเจดีย์ชัยมงคล วนอุทยานผาน้ำย้อย ปรากฏ์กู๋ กู่พระโกนา กู่กาสิงห์ และทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นต้น (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง, 2564) จังหวัดร้อยเอ็ดมีธุรกิจที่พัก จำนวน 16 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) ดังนี้

1. โรงแรมไหมไทย อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
2. โรงแรมกามนิต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
3. โรงแรมแคนคำ อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
4. โรงแรมบรรจง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
5. โรงแรมเพชรรัชต์ การ์เด็น อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
6. โรงแรมบังกะโล 99 อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
7. โรงแรมบัวทอง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

8. โรงแรมพรรณฉวี ริสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
9. โรงแรมแพรทอง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
10. โรงแรมมายเฮาส์ อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
11. โรงแรมร่มอินทนิล พาร์ค อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
12. โรงแรมร้อยเอ็ดซิตี อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
13. โรงแรมสาเกตนคร อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
14. โรงแรมสามัคคี โฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
15. โรงแรมสายทิพย์ อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
16. โฮมสเตย์ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัด

ร้อยเอ็ด

4. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคามตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ประมาณ 5,300 ตารางกิโลเมตร (3,307,300 ไร่) ระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ 475 กิโลเมตร พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบถึงลูกคลื่นลอนลาด สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 130–230 เมตร (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2564) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ พระธาตุนาดูน พิพิธภัณฑ์นครจำปาศรี วัดหนองहुลึง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าดูนลำพัน วนอุทยานโกสัมพี สะพานไม้แกดำ และอุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย เป็นต้น (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2564) จังหวัดมหาสารคามมีธุรกิจที่พัก จำนวน 10 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) ดังนี้

1. โรงแรมนิวิพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. โรงแรมวสุมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. โรงแรมตักสิลา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
4. โรงแรมพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
5. โรงแรมบ้านไร่ริมทาง ริสอร์ท อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม
6. โรงแรมบึงกุย ริสอร์ท อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
7. โรงแรมเฟิร์ส ริสอร์ท อำเภอเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม
8. โรงแรมวาเลนไทน์ เฮาส์ 2002 อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
9. โรงแรมเหมือนฝันมายเฮ้าท์ ริสอร์ท อำเภอเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม
10. โฮมสเตย์ เสือกกบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด หรือเรียกว่า ร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีเขตปกครอง 4 จังหวัด 77 อำเภอ 659 ตำบล 8,305 หมู่บ้าน มีองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 722 แห่ง

พื้นที่ 31,423.869 ตารางกิโลเมตร หรือ 19,639,298 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.18 ของพื้นที่ทั้งประเทศไทย และคิดเป็นร้อยละ 18.61 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประชากร 5,061,496 คน คิดเป็นร้อยละ 7.61 ของประเทศไทย และคิดเป็นร้อยละ 22.99 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2564)

5. แนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง หรือ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ยังมีเป้าหมายการพัฒนา คือ นวัตกรรมนำ เกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ศูนย์กลางระบบโลจิสติกส์และระบบรางเชื่อมโยงการค้า การบริการและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งประเด็นการพัฒนามีทั้งหมด 3 ประเด็น คือ

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 เพิ่มศักยภาพการผลิตการเกษตรและอุตสาหกรรม การเกษตรให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการพื้นที่เกษตร ป่าไม้ และการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
2. การสร้างองค์ความรู้ของเกษตรกรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรครบวงจรและพัฒนาระบบเครือข่ายเกษตรกรให้เข้มแข็ง
3. ยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรด้วยนวัตกรรมให้มีคุณภาพและมูลค่าระดับสูงบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
4. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการตลาดสินค้าเกษตรครบวงจร

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้า การบริการ ระบบโลจิสติกส์ ระบบราง และอุตสาหกรรมอากาศยาน โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. พัฒนาศักยภาพ SMEs เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้า การบริการ และการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการอย่างบูรณาการ
2. พัฒนาและเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ ระบบราง และอุตสาหกรรมอากาศยาน
3. เพิ่มผลิตภาพแรงงาน
4. พัฒนาระบบตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัด

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 เพิ่มศักยภาพ และยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. พัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

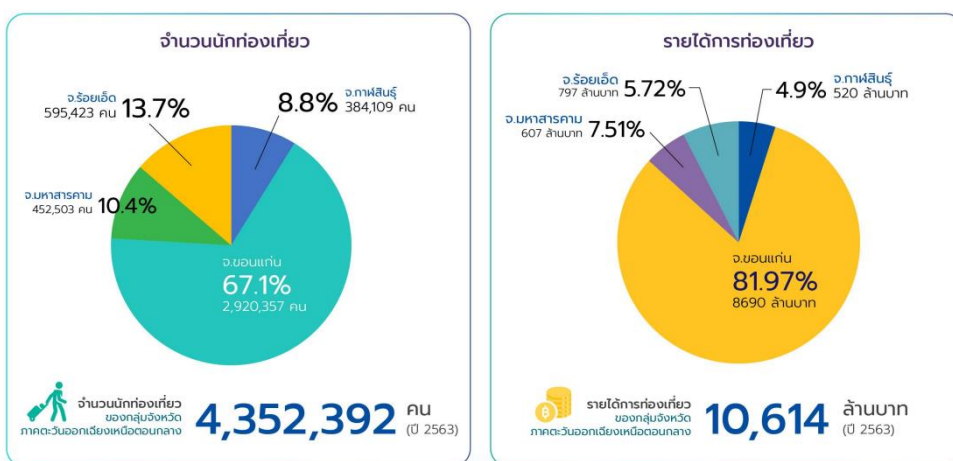
- 3. ส่งเสริมกิจกรรมและประชาสัมพันธ์การตลาด การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- 4. พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน และเป็นศูนย์กลาง

แฟชั่นผ้าไหมนานาชาติ

สำหรับบทบาทความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวและบริการของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง หรือ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีสถานประกอบการโรงแรมที่พัก คิดเป็นอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 29.50 และจำนวนผู้เข้าพัก 11,672,785 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)



ภาพประกอบ 2 อัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563)



ภาพประกอบ 3 การเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

การบริการถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและการตอบสนองทางจิตใจของมนุษย์ อาจจะสามารถดึงดูดผู้ที่สนใจได้ ดังนั้น คุณภาพการให้บริการ จึงเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการการให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ (ขวัญชนก สุวรรณพงศ์, 2559)

1. ความหมายของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ไว้ดังนี้

ไพลิน ลิ้มวัฒนกุล (2563) ได้ให้ความหมาย การรับรู้คุณภาพของการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการระดับเดียวกันหรือในระดับที่สูงกว่า โดยการดำเนินงานที่ปราศจากความบกพร่องและต้องการมีการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างสูงสุด และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ของผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ อุปกรณ์สมาร์ทโฟน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจ จากสิ่งที่คุณใช้บริการคาดหวังและเกิดการรับรู้ของการบริการนั้น ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการนั้นซ้ำ หรือมีการบอกกล่าวไปยังคนรู้จักต่อไป

ปัทิตตา หวายสันเทียะ (2560) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การส่งมอบบริการโดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งผู้ให้บริการระบบและผู้ใช้งาน จะใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ร่วมกันผ่านอินเทอร์เน็ต จนเกิดความพึงพอใจ ซึ่งตัวแปรการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการใช้งาน การบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ความพร้อมของระบบ และความเป็นส่วนตัว

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2559) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการการให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การส่งมอบบริการโดยใช้อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่การจับต้องได้ของบริการ การตอบโต้ทันที ความเชื่อถือได้ของข้อมูล ความน่าไว้วางใจ การเข้าถึงได้ การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง การตอบสนองทันทีผ่าน Internet of Things และคุณภาพด้านความปลอดภัย

Liu และ Lee (2016); Chiu Liu และ Tu (2016) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพแสดงถึงความรู้สึก และการรับรู้ที่เกี่ยวกับราคา หากราคาเพิ่มขึ้น คุณภาพบริการจะต้องเพิ่มขึ้น และคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น และแสดงให้เห็นถึงคุณภาพบริการที่ดีนั้นคือ การเอาใจใส่ลูกค้า

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโรงแรมผ่านการใช้เว็บไซต์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. ความสำคัญของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Martin (1995; อ้างถึงใน ปทิตตา หวายสันเทียะ, 2560) ได้อธิบายถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

2.1 การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ เนื่องจากทุกวันนี้ผู้ประกอบการต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การทำธุรกิจต่าง ๆ จึงมีการทำควบคู่ไปกับการให้บริการ ส่งผลให้การเจริญเติบโต ของธุรกิจบริการอยู่ในอัตราที่สูงมาก

2.2 การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง และถ้าบริษัทหรือองค์กรใดให้คุณภาพการบริการได้เหนือกว่า ก็ถือเป็นจุดที่นำความได้เปรียบมาให้บริษัท หรือองค์กรนั่นเอง

2.3 ความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าที่มีมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันนี้ โลกอยู่ในยุคของการติดต่อสื่อสาร ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น มีความต้องการมากขึ้น การซื้อสินค้าเพื่อที่จะได้สินค้าที่คุณภาพเหมาะสมกับราคาอย่างเดียว ไม่เพียงพอ เพราะผู้บริโภคคิดว่า เป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการก็คือการบริการที่มีคุณภาพ และสิ่งนี้เอง นับเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินการซื้อซ้ำ หรือการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า หรือบริษัทองค์กรนั้น ๆ ด้วย

2.4 คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสถานะเศรษฐกิจเนื่องจากผลของการมีคุณภาพ การบริการที่ดีนำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำ ในสินค้าหรือธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการ

ทุกคน ต้องการให้เกิดขึ้นกับสินค้า หรือบริษัทของตน นอกจากนี้ การที่มีคุณภาพการบริการที่ดีเป็น สิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคเดิมให้ยังคงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ ล้วนมาจากการที่บริษัทหรือองค์กรมีคุณภาพการบริการที่ดีนั่นเอง

นอกจากนี้ เทคโนโลยี Internet of the Things ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ การเชื่อมต่อการทำงานของสิ่งของ หรืออุปกรณ์สามารถทำงานกันได้อัตโนมัติ โดยที่มนุษย์เข้าไปสั่งการ ลดลงและมีความฉลาดมากขึ้น รวมถึงการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อสื่อสารกับระบบ ภายนอก และสามารถคิดคำนวณเรื่องต่าง ๆ แทนมนุษย์ได้เอง เช่น สถานที่ ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากกับนักท่องเที่ยว และธุรกิจต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องที่จะช่วยให้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวมีมากขึ้นที่สำคัญ จุดหมายปลายทาง ที่ฉลาด (Smart Destination) จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเชื่อมโยงของเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารไปยังเครื่องมือ อุปกรณ์ดิจิทัลของนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวก ในการค้นหาข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ และสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่ ประทับใจกับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ซึ่งภาครัฐมีบทบาทสำคัญที่จะต้องมีนโยบาย และแผนการสร้างเมืองที่มีการท่องเที่ยวให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีความฉลาด (Smart Tourism Destination) (Buhalis and Amaranggana, 2014; อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2556) การที่รัฐบาลได้ตั้งเป้ารายได้ที่จะขยายตัวและเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องใน อนาคต เป็นสิ่งที่ท้าทายรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เนื่องจากหลาย ๆ ประเทศได้ พยายามที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ของประเทศตนเองให้เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การพัฒนาการ ท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง จะต้องสร้างความ เชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และเป็นหนึ่งในห้าของยุทธศาสตร์ หลักของ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างคุณภาพการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ไทย (Thai E-Tourism) เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติและไทย อีกด้วย (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนาจ, 2556)

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ถือได้ว่าเป็นการบริการที่มีความสำคัญมาก ในยุคปัจจุบัน ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทันสมัย พร้อมทั้งจะรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ให้ ความสะดวก รวดเร็ว การจำหน่ายสินค้าผ่านการบริการอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ ต่างให้ความสนใจ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายในการจัดการไม่มาก ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน หรือพนักงานขาย และลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้จากทั่วทุกมุมโลก ดังนั้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันและเพิ่มความพอใจแก่ผู้ใช้บริการ จึงได้มีการนำ ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ และทำให้เกิดการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ขึ้น ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook Application และ Line เป็นต้น (ทัศนพล แสงสี, 2559)

3. ลักษณะของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Characteristics of e-Services)

ลักษณะของการบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ช่องทางนี้จะเป็นสถานที่เสมือนในการซื้อขายและให้บริการแล้ว ยังเป็นช่องทางในการถ่ายทอด ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ โดยผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลด้านที่ดี และด้านที่ไม่ดีมาใช้ในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อไป (วราพรธณ อภิสุภะโชค และศิริพร เลิศไพศาลวงศ, 2560)

นอกจากนี้ คุณภาพการบริการ เป็นการสร้างมิติแห่งการบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการของเรานั้นดีพอที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากต้นทุนที่ได้ใช้ จ่ายออกไป เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว ซึ่งต่างก็กำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ดังต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 2013; อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย, 2556)

1. รูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของ พนักงาน เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Assurance) ซึ่งได้แก่ ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษา อุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการให้บริการ

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ การติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้า

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) ซึ่งได้แก่ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัย และเชื่อมั่นในการรับบริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) ซึ่งได้แก่การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละ

คนของพนักงานบริการ เวลาในการเปิด ให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบ ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการผู้รับบริการ ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ คุณภาพการบริการจากการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า “RATER” เป็น เกณฑ์การวัดคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้ (ขวัญชนก สุวรรณพงศ์, 2559)

1. ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangible) เป็นลักษณะการให้บริการ ที่สามารถเห็นทางกายภาพของการบริการของโรงแรม ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร การใช้สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้ติดต่อกับผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ (Reliability) เป็นความสามารถในการ ให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การให้บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสม และ มีความสม่ำเสมอทุกครั้งที่ให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความ พร้อม และเต็มใจให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย สะดวก รวมทั้งกระจายการบริการได้ทั่วถึง ไม่ต้องรอนาน จนผู้รับบริการไม่พึงพอใจ

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการให้บริการ ตอบสนองผู้รับบริการด้วยความสุภาพมีกิริยามารยาทที่ดี ทำให้ ผู้รับ บริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดี

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Empathy) ความสามารถที่ผู้ให้บริการ ดูแล เอื้ออาทร และเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

ในบริบทของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ได้มีการศึกษาคุณภาพการท่องเที่ยว อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ด้วย 10 องค์ประกอบ คือ การให้บริการได้ถูกต้อง (Reliability) การเข้าถึง ได้ (Access) ความรวดเร็วในการให้บริการ (Responsiveness) การใช้งานง่าย (Ease of Use) ความ ปลอดภัย (Security) การจับต้องได้ของบริการ (Tangibles) ความไว้วางใจผู้ให้บริการ (Trust) การ บริการส่วนตัว (Personalization) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น (Empathy) งานวิจัยในอดีต ยังมีได้มีการศึกษาถึงคุณภาพ การให้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หลายช่องทางในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Babu and Subramoniam, 2015) ดังนั้น เกณฑ์การ วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน (RATER) ของการให้บริการของโรงแรม โดยวัดจากการรับรู้และความ คาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผลที่ได้จะแปรผันตรงกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในมุมมองของ

ผู้รับบริการ โดยสิ่งสำคัญที่จะทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสูง คือ การจัดการให้ผู้รับบริการรับรู้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ต้องไม่เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ และการจัดการให้มีคุณภาพ มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกระบวนการ ขั้นตอนต่าง ๆ ที่ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ หากโรงแรมต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสามารถนำบริการอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจจะทำให้ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ โควิด-19 ได้เป็นอย่างดีส่งผลให้ผู้เข้ารับบริการเกิดความพึงพอใจในการบริการที่มีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์สร้างความอุ่นใจและเกิดความเชื่อมั่นในการเข้าใช้บริการ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้ใช้บริการ เกิดการบอกเล่าในทิศทางบวกและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจที่กำลังประสบปัญหาขณะนี้

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่פקให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการบริหารงานและการบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป และเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการบริหารงานของผู้ประกอบการธุรกิจที่פקที่นำมาใช้ ซึ่งจะทำให้ทราบว่าองค์ประกอบด้านใดของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 8 องค์ประกอบ ได้แก่ การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility) การตอบโต้ทันที (Responsiveness) ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability) ความน่าไว้วางใจ (Trust) การเข้าถึงได้ (Accessibility) การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use) การตอบสนองทันที (Internet of Things) และคุณภาพด้านความปลอดภัย (Security) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งจะทำให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ นักธุรกิจสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการตัดสินใจต่าง ๆ กำหนดทิศทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

ปิติตา หวายสันเทียะ (2560) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศที่ผู้ใช้งานเลือกใช้งานอยู่ เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความคาดหวัง จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ ซึ่งตัวแปรที่ใช้วัดความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ

ประกอบด้วย เนื้อหาของระบบ ความถูกต้องในการทำงานของระบบ รูปแบบของข้อมูล ความง่ายในการใช้งานของระบบ และความเร็วในการใช้งานของระบบ

ภาณุเดช เพียรความสุข (2558) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับการตอบสนองจากการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้รับบริการมีความสุขและเกิดความพึงพอใจ เมื่อได้รับการและเกิดผลสำเร็จ ตามความมุ่งหวังหรือเกินความคาดหมายแต่ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้น จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ และเกิดความไม่ชอบเมื่อความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง

ปณณวัชร พิศราวลัย (2558) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาอารมณ์กับประสบการณ์ที่ผ่านมา การกระทำธุรกรรมที่เฉพาะเจาะจงแสดงให้เห็นว่ามีความพึงพอใจ ซึ่งจะเกิดขึ้นในขั้นตอนหลังการบริโภคหรือพบ ผู้ให้บริการแล้ว

Fatma และ Ali (2014) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองที่ได้รับการปฏิบัติจากการบริการของผู้รับบริการ โดยการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับซึ่งเป็นระดับของความพึงพอใจที่ได้จากประสบการณ์จากการใช้บริการ/ผลิตภัณฑ์

Fang และคนอื่น ๆ (2014) ได้ให้ความหมายของความพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มาเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนซื้อสินค้าหรือบริการ ถ้าผลจากการซื้อสินค้าหรือบริการต่ำกว่าที่คาดหวังก็ย่อมเกิดความไม่พอใจ แต่หากเกิดความคาดหวังย่อม ส่งผลต่อพฤติกรรมทางบวกนั่นคือ การนำไปบอกต่อหรือกลับมาซื้อซ้ำอีกในอนาคต

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการเกินกว่าที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้

2. องค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ได้รับประสบการณ์และแสดงออกทางพฤติกรรมที่ตอบสนองในลักษณะแตกต่างกันไป ความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจหรือการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ และการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ ความพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้งานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้สิ่งที่ทำนั้น ประสบความสำเร็จ โดยมีองค์ประกอบของการเกิดความพึงพอใจดังนี้ (พัฒนา พรหมณี, 2563)

2.1 ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการของร่างกาย เป็นการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นเพื่อ 1) การดำรงชีวิต (Existence Needs) ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค 2) ความปลอดภัย เกิดความอบอุ่นและมั่นคง ในชีวิตเป็นความต้องการระดับแรกของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วจะเกิดความต้องการองค์ประกอบอื่นต่อไป

2.2 ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการของจิตใจ เป็นแรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการทางด้าน 1) ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Relatedness Needs) เช่น สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงาน เป็นความปรารถนาที่จะสร้างมิตรภาพ หรือมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น หรือต้องการควบคุมผู้อื่น ความต้องการอำนาจ (Needs for Power) 2) ความต้องการทางสังคม (Social or Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมของสังคม ได้รับการยอมรับในสังคม ได้รับการยกย่องหรือมีชื่อเสียง รวมถึงความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ ความเป็นอิสระและเสรีภาพ และการเป็นที่ยอมรับนับถือ ของคนทั้งหลาย และ 3) ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการระดับสูงสุดของมนุษย์ ส่วนมากเป็นเรื่องการอยากจะเป็น อยากจะได้ตามความคิดของตนเอง แต่ไม่สามารถแสวงหาได้

2.3 ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ การเรียนรู้เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์บางอย่าง ระหว่างสิ่งเร้ากับพฤติกรรม การตอบสนอง กล่าวคือ เมื่อสถานการณ์หรือสิ่งที่เป็นปัญหาเกิดขึ้น ร่างกายจะเกิดความพยายามที่จะแก้ปัญหา นั้น โดยแสดงพฤติกรรมตอบสนองออกมาหลาย ๆ รูปแบบ ซึ่งบุคคลจะเลือกพฤติกรรม ตอบสนองที่พอใจที่สุดไปเชื่อมโยงสิ่งเร้าหรือปัญหานั้น ทำให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์เดิม ซึ่งประสบการณ์จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้สถานการณ์และเกิดแรงจูงใจสู่เป้าหมาย เมื่อถึงเป้าหมายแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนอง ความต้องการของร่างกายและจิตใจจนเป็นที่พึงพอใจแล้วจะเกิดความต้องการในการเรียนรู้ที่เกิดจากแรงจูงใจ เพื่อสนองความต้องการสิ่งใหม่เพิ่มขึ้น ไม่ซ้ำสิ่งเดิม โดยที่บุคคลนั้น ต้องมีความพร้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจก่อน จึงจะมีความต้องการในการกระทำหรือปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ เมื่อได้ปฏิบัติแล้วจะเกิดความพอใจ หากไม่ได้กระทำหรือปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการจะเกิดความรำคาญใจ และหากบุคคลไม่พร้อม แต่ถูกบังคับให้กระทำหรือปฏิบัติการบางอย่าง ก็เกิดความไม่พอใจ อาจกล่าวได้ว่า 1) ความพึงพอใจนำไปสู่การเรียนรู้ เพื่อตอบสนองความต้องการจนเกิดความพึงพอใจ ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้สูงขึ้น 2) ผลของการเรียนรู้นำไปสู่ความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและผลการเรียน จะถูกเชื่อมโยงด้วยปัจจัยอื่น ๆ ผลการเรียนรู้ที่ดีจะนำไปสู่การตอบสนองความพึงพอใจในรูปของรางวัลหรือผลตอบแทน ทั้งที่เป็นผลตอบแทนภายใน (Intrinsic Rewards) หรือผลตอบแทนภายนอก (Extrinsic Rewards) ด้วย องค์ประกอบของความพึงพอใจมีดังนี้ (Academic Resources Development Center : A R D C, 2012)

2.3.1 ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.3.2 ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับผลที่ได้รับจริง

2.3.3 ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ เป็นสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบ ต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในระหว่างการบริการผู้ให้บริการจะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ พฤติกรรมที่แสดงออกในการ ให้บริการต้องแสดงออกด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการผู้ให้บริการ ต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ สะดวกรวดเร็ว และมีคุณภาพ การนำเทคโนโลยีเข้ามาร่วมในการพัฒนาระบบบริการด้วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ ซึ่งในการบริการที่มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้นั้น มิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง แต่มีหลายปัจจัยร่วมกัน ดังนั้น การให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังของผู้รับบริการ จะต้องนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจในการบริการมาประยุกต์ใช้ให้เป็นรูปธรรมมากที่สุดซึ่งมีอยู่ หลายวิธีด้วยกัน ล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดเดียวกัน คือ การให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังของ ผู้รับบริการจนกลายเป็นความพึงพอใจ ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อได้รับการตอบสนองทั้งทางด้าน วัตถุ จิตใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในสิ่งที่ตั้งไว้ จะเรียกว่าความพึงพอใจ และหากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ คาดหวังจะเรียกว่า ความไม่พอใจ ดังนั้น ความพึงพอใจนี้เป็นความรู้สึกทางบวก ที่แตกต่างจาก ความรู้สึกทางบวกด้านอื่น ๆ เป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน ซึ่งเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะมีผลต่อบุคคลมากกว่า ความรู้สึกทางด้านอื่นและความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และลักษณะส่วนบุคคล (ภาณุเดช เพ็ชรความสุข, 2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ภาณุเดช เพ็ชรความสุข, 2558)

3.1 บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ บุคลิกภาพที่ยอมรับโดยทั่วไป คือ ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลแสดงออกโดยพฤติกรรมที่บุคคลนั้นมี ต่อสิ่งแวดล้อมที่ตนกำลังเผชิญอยู่ และพฤติกรรมนี้จะคงเส้นคงวาพอสมควร Bernard (1995; อ้างถึงใน ภาณุเดช เพ็ชรความสุข, 2558) ได้กล่าวถึงความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า คือผลรวมทั้งหมดของรูปร่าง ท่าทาง ลักษณะทางกาย พฤติกรรมที่แสดงออก แนวโน้มการกระทำ ขอบเขตความสามารถทั้งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในและที่แสดง

ออกมา บุคลิกภาพเป็นส่วนรวม ทั้งหมดที่แสดงออกโดยกิริยาอาการ ความนึกคิด อารมณ์ นิสัยใจคอ ความสนใจ

3.2 การติดต่อกับผู้อื่น ตลอดจนรูปร่างหน้าตา การแต่งกาย และความสามารถในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ดังนั้น บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจึงมีความสำคัญ และมีผลต่อความพึงพอใจต่อการบริการเป็นอย่างยิ่ง เพราะลักษณะของการบริการ จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับสองฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ และสิ่งที่สร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจในขั้นแรกของการบริการ คือ ผู้ให้บริการจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใบหน้ายิ้มแย้มเสมอพูดจาให้ชัดเจนไพเราะ และแต่งกายให้เรียบร้อย ซึ่งลักษณะของบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เป็นลักษณะจำเพาะแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงออกทางท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด ความเฉลียวฉลาด ตลอดจนกิริยา มารยาท พูดจาสุภาพ ไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส ตลอดจนลักษณะนิสัย อุปนิสัยและการแต่งกายที่เหมาะสม

3.3 ระบบบริการ เป็นกิจกรรม ขั้นตอนหรือกระบวนการในการดำเนินการของบุคคล หรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข หรือเกิดความพึงพอใจ จากผลของการดำเนินการนั้น หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน การกระทำหรือการปฏิบัติ อันแสดงออกในรูปของความสะอาดสบาย ความปลอดภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้คือ การให้บริการที่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรและไม่สร้างความยุ่งยากสลับซับซ้อนให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป มีการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ มีความเป็นธรรมเสมอภาคและเชื่อถือได้โดยเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด ซึ่งลักษณะของการบริการจะเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างไรก็ตาม อย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และ ความสะอาดสบายความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความ สะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อน ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาคจนเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

3.4 สภาพแวดล้อม ทุกสิ่งทุกอย่างรวมทั้งหมดที่อยู่ล้อมรอบบุคคลหรือกลุ่ม เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมหรือวัฒนธรรม ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลได้ทั้งสิ้น ส่วนสภาพแวดล้อมในการท งาน คือ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ เป็นทั้งรูปธรรมและเป็นนามธรรม รวมถึงสภาพปัจจัย ต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดภาวะกดดันต่อผู้ปฏิบัติงานในขณะทำงาน ดังนั้น สภาพแวดล้อม จึงเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายนอกองค์กรและมีอิทธิพลหรือผลกระทบต่อองค์กร รวมถึงสิ่งต่าง ๆ ทางกายภาพที่อยู่

รอบตัวที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานหรือสภาพทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ได้แก่ อาคารสถานที่บรรยากาศในการทำงาน อุปกรณ์สำนักงานแสงสว่าง เป็นต้น

3.5 คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับความสามารถในการให้บริการ ผลสัมฤทธิ์ของงานโดยรวม ที่แสดงถึงกระบวนการดำเนินงานตามมาตรฐานการบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นพฤติกรรมกิจกรรมหรือการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำต่อบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอันจะส่งผล ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเป็นการมุ่งไปสู่การยกระดับคุณภาพ การให้บริการ ตามแนวคิดการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) มีหลักการคือ ผู้รับบริการสำคัญที่สุด เพราะผู้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญของงานบริการ โดยกำหนดให้ผู้รับบริการและผู้บริการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และมีส่วนในการปรับเปลี่ยนไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเปิดโอกาสให้นำศักยภาพของตนมาใช้อย่างเต็มที่เพื่อเป็นการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ง่ายกระชับ ในการปฏิบัติเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ดีที่สุด นำมาซึ่งการแก้ไขปัญหา และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานพร้อมมองหาโอกาสพัฒนางาน อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น คุณภาพการให้บริการ คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของกระบวนการดำเนินงานตาม มาตรฐาน ที่มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของ ผู้รับบริการมีการปรับปรุงพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพ ด้วยกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนการทำงาน ปฏิบัติงานได้รวดเร็วและลดค่าใช้จ่าย สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

3.6 ระยะเวลาบริการ หมายถึง ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมของบุคคลหรือองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้เกิดความพึงพอใจ และเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงการให้บริการที่ตรงเวลาแก่ผู้รับบริการ มีความสำคัญต่อความพึงพอใจต่อผู้รับบริการอย่างมาก เพราะผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบายและคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจ จึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการด้วย เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับ ยุทธวิธีในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจ ดังนั้น การเข้าถึงบริการได้สะดวก รวดเร็ว ในการเข้าใช้บริการ ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากและไม่ควรซับซ้อนเกินไปผู้บริการใช้เวลารอ คอยไม่นานเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับในการบริการเพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการทั้งสิ้น ดังนั้นระยะเวลาบริการ ก็คือระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ให้เกิดความพึงพอใจต่อกิจกรรมนั้น ๆ โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพคือ มีความตรงต่อเวลา ระยะเวลาในการรับบริการไม่นาน เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสม มีความรวดเร็ว เข้าถึงบริการได้ง่าย และระเบียบขั้นตอนไม่ควรมาก

3.7 ความสะดวกในการให้บริการ คือ การจัดวางแบบแผนการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มาใช้บริการ ในการจัดการระบบบริการสมัยใหม่จะเน้นความต้องการของ ลูกค้าและความสัมพันธ์กับลูกค้าในกระบวนการจัดการบริการของบุคลากร ที่ปฏิบัติงานบริการ สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ถือเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือ ล้มเหลวของการบริการ การสร้างความสะดวกในการให้บริการนั้น ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงการให้ ความสะดวก ให้ความสบายใจ ให้ความจริงใจให้ความช่วยเหลือ ให้เกียรติ ให้การต้อนรับให้ ความเข้าใจ และให้ความเป็นธรรมต่อคุณภาพการให้บริการ ดังนั้น การให้ความช่วยเหลือหรือการ ดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น ควรบริการที่ไม่ซับซ้อนมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย ในการให้บริการ การสร้างความพึงพอใจนั้น ควรมีการบริหารจัดการสมัยใหม่ มีการจัดสภาพแวดล้อม ที่ดีสำหรับผู้มาใช้บริการเพื่อให้ผู้บริการได้รับความชัดเจน และสะดวกสบาย เช่น การจัดให้มีที่นั่ง รอแผนผังจุดบริการลำดับ ขั้นตอนจัดวัสดุสำนักงานปากกาดินสอไว้ สำหรับกรอกคำร้องขอบริการ หมายเลขโทรศัพท์มีคู่สายมากพอติดต่อทางอีเมล เป็นต้น ความสะดวกในการให้บริการ คือการให้ ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อ ประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ไม่ซับซ้อน มีช่องทางการ ให้บริการที่หลากหลาย มีสภาพแวดล้อมที่ดี สำหรับผู้มาใช้บริการ มีวัสดุอุปกรณ์ที่เพียงพอ มีลำดับ ขั้นตอนชัดเจน เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ

ความพึงพอใจในการให้บริการจะเกิดจากที่ผู้เข้ารับการบริการได้รับการดูแลและ อำนวยความสะดวกเกินกว่าความคาดหวังที่ผู้รับบริการจะคาดว่าจะได้รับ ดังนั้นหากธุรกิจโรงแรม สามารถสร้างจุดเด่นด้านการบริการตั้งแต่กระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้อย่างทันท่วงที มีพนักงานและบุคลากรผู้ให้บริการ สร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ เข้าไปติดต่อ ตลอดจนให้คำแนะนำต่าง ๆ จนสิ้นสุดการใช้บริการและมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เหมาะสมและตรงกับความ ต้องการของผู้เข้ารับการบริการ ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจ ในการใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

1. ความหมายของการตัดสินใจ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

รัตนา โพธิวรรณ (2562) การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกและเปรียบเทียบสิ่ง ที่ ต้องการจากทางเลือกมากมาย โดยนำมาพิจารณาด้วยกระบวนการเลือกหลักการและเหตุผล รวมถึง การตัดสินใจ เลือกเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์

วจนะ ภูพานี (2555) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการ อื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจ ตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

Johnston (2013) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กร สามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกใช้บริการโรงแรม โดยการผ่านบริการอิเล็กทรอนิกส์ และเข้ารับบริการอย่างทันที โดยความเต็มใจและยินดีในการเข้ารับบริการ เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2. กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์หลังจากการซื้อ ซึ่งสรุปขั้นตอนที่สำคัญ (Kotler and Keller, 2016) ของกระบวนการตัดสินใจ ดังนี้

2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) พฤติกรรมการซื้อ มีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภค มีความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจ หรือเห็นคนรอบข้างใช้สินค้านั้น ๆ เป็นต้น หรือจากภายใน เช่น ความรู้สึกหิว ความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นต้น

2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วการค้นหา เสาะหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ เป็นขั้นตอนที่จะเกิดต่อมาแต่ทั้งนี้กระบวนการหาข้อมูลในขั้นนี้อาจ ไม่เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้านั้น ๆ สูงมาก และสามารถซื้อสินค้าได้ทันทีที่การเสาะหาข้อมูล อาจไม่มีเพราะผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในทันที แต่ถ้าหากมีความต้องการธรรมดาตามธรรมชาติและไม่อาจหาซื้อได้ทันทีที่การเสาะหาข้อมูลก็จะเกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.3 การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้ว จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นั้นหมายถึง ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้านี้ห้อยอะไร หรือซื้อสินค้าอะไร ผู้บริโภคแต่ละคนก็มีแนวทางการตัดสินใจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการตัดสินใจ และทางเลือก

ที่มีอยู่ นักการตลาดจำเป็นต้อง รู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่างและไม่ใช่ กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่ เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์ซื้อ แนวความคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในกระบวนการ ประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีหลายประการ คือ 1) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Attributes) และ ประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับคือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถเพียงใด 2) ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญของ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Degree of Importance) คือ การพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attributes Importance) ของสินค้าเป็น หลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ดังนั้น ความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

2.4 ความเชื่อถือต่อตราสินค้า (Brand Beliefs) คือ การพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อ ตราของสินค้า หรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็นรับรู้จาก ประสบการณ์ในอดีต

2.5 ความพอใจ (Utility Function) คือ การประเมินว่ามีความพอใจต่อสินค้าแต่ละ ตราสินค้าแค่ไหน ถ้านำคุณสมบัติของสินค้าเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับจากคุณสมบัติของแต่ละ สินค้าแล้วก็จะสามารถประเมินการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

2.6 กระบวนการประเมิน วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาปัจจัยสำหรับการตัดสินใจ เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในตราสินค้า คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนนเพื่อหา ผล สรุปว่า ตราสินค้าใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุดก่อนการตัดสินใจซื้อต่อไป

2.7 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการ ตัดสินใจทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว ในขั้นต่อไป คือ การ พิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of Others) และปัจจัยที่ไม่สามารถ คาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) การที่ผู้บริโภคสามารถประเมิน และเลือกสินค้าหรือตรา สินค้าได้แล้ว ไม่ได้หมายความว่า จะ เกิดการซื้อได้เพราะปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ซึ่งอาจทำให้เกิดความ เสี่ยงจากการเลือกบริโภคสินค้านั้น ๆ ได้อีกด้วย

2.8 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจ ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้า ก็ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิด ผู้บริโภครายใหม่ได้แต่ถ้าไม่ พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่อง จากการบอกต่อทำให้ผู้บริโภค ซื้อสินค้าได้น้อยลงตามไปด้วย

นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มักจะผ่าน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การ ตระหนักถึงปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5)

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคอาจไม่ได้ผ่านทั้ง 5 ขั้นตอนตามลำดับก็ได้ (Kotler and Keller, 2016) ผู้บริโภคจะมีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ 5 ขั้นตอน อธิบายได้ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็นในการใช้สินค้าและบริการที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก
2. การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ รับรู้ปัญหาว่าต้องการอะไร ขั้นต่อไป ผู้บริโภคหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นว่าจะซื้อที่ไหน อย่างไร
3. การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับมาประเมินผลทางเลือกว่าจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการใดจากคุณสมบัติของผลประโยชน์ผลิตภัณฑ์
4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้ว จะเกิดผลสองทาง คือ พึงพอใจและไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำและภาพลักษณ์ของสินค้า การศึกษา ถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกัน จึงต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้ตรงตามที่ต้องการ

3. ประเภทของการตัดสินใจ

การตัดสินใจเพื่อเข้าใช้บริการหรือการซื้อสินค้า สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ (รัตนา โพธิ์วรรณ, 2562)

3.1 การตัดสินใจแบบโครงสร้าง (Structure Decision) บางครั้งเรียกว่าแบบกำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว (Programmed) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำ จึงมีมาตรฐานในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาอยู่แล้ว โดยวิธีการในการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจะถูกกำหนดไว้ อย่างชัดเจน ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เช่น การหาระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสม หรือการเลือกกลยุทธ์ในการลงทุนที่เหมาะสมที่สุดเมื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด หรือเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด การตัดสินใจแบบนี้จึงมักใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) หรือศาสตร์ทางด้านวิทยาการ การจัดการ (Management Science) หรือ การวิจัยดำเนินงาน (Operation Research) เข้ามาใช้ โดยในบางครั้งอาจนำระบบสนับสนุนการตัดสินใจและระบบผู้เชี่ยวชาญเข้ามาใช้ร่วมด้วย ตัวอย่างของการตัดสินใจแบบโครงสร้าง ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับสินค้าคงคลัง จะต้องสั่งของเข้า (Order Entry) ครั้งละเท่าไร เมื่อใด การวิเคราะห์งบประมาณ (Budget Analysis) ที่ต้องใช้ในการจัดการต่าง ๆ การตัดสินใจเรื่องการลงทุน จะลงทุน

อะไร ที่ตั้งโกดังเก็บสินค้า (Warehouse Location) ควรตั้งที่ไหนระบบการ จัดส่ง/การ จำหน่าย (Distribution System) ควรเป็นอย่างไร เป็นต้น

3.2 การตัดสินใจแบบไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Decision) บางครั้งเรียกว่า แบบไม่เคยกำหนดล่วงหน้ามาก่อน (Nonprogrammed) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหา ซึ่งมีรูปแบบไม่ชัดเจน หรือมีความซับซ้อน จึงไม่มีแนวทางในการแก้ปัญหาแน่นอน เป็นปัญหาที่ไม่มี การระบุวิธีแก้ไว้อย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไรบ้าง การตัดสินใจกับปัญหาลักษณะนี้จะไม่มีเครื่องมือ อะไรมาช่วย มักเป็นปัญหาของผู้บริหารระดับสูง ต้องใช้สัญชาตญาณ ประสบการณ์ และความรู้ของ ผู้บริหารในการตัดสินใจ ตัวอย่างของการตัดสินใจแบบไม่เป็นโครงสร้าง เช่น การวางแผนการบริการ ใหม่ การว่าจ้างผู้บริหารใหม่เพิ่ม หรือการเลือกกลุ่มของโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในปีหน้า

3.3 การตัดสินใจแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Decision) เป็นการตัดสินใจ แบบผสม ระหว่างแบบโครงสร้าง และแบบไม่เป็นโครงสร้าง คือบางส่วนสามารถตัดสินใจแบบ โครงสร้างได้ แต่บางส่วนไม่สามารถทำได้ โดยปัญหาแบบกึ่งโครงสร้างนี้จะใช้วิธีแก้ปัญหาแบบ มาตรฐาน และการพิจารณาโดยมนุษย์รวมเข้าไว้ด้วยกัน คือมีลักษณะเป็นกึ่ง โครงสร้าง แต่มีความ ซับซ้อนมากขึ้น ขั้นตอนจึงไม่ชัดเจนว่าจะมีการตัดสินใจ จึงเป็นผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของ กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล เพื่อเลือกใช้บริการที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และ บุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและนำไปใช้ในการเลือกใช้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ธุรกิจโรงแรมเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญกับการนำการบริการที่มีคุณภาพ การนำการบริการอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ จะทำให้บริการลูกค้าที่รวดเร็ว สร้างรายได้และลดค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีความสามารถ ในการให้ข้อมูล การให้บริการและติดต่อ การแบ่งปันข้อมูล อย่างไรก็ตาม การจัดการช่องทางการให้บริการ หลาย ช่องทางให้มีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อการให้บริการผ่านหลายช่องทางที่มีคุณภาพ ซึ่งมีผล ต่อการสร้างภาพลักษณ์ และรายได้ของธุรกิจ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ และ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ณัฐภัทร สมุทรจินดา (2565) ผลกระทบของการจัดการคุณภาพการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริหารฝ่าย การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มีความ คิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ด้านความปลอดภัย

และด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล และผู้บริหารฝ่ายการตลาด ของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) การจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) การจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านกระบวนการภายใน 3) การจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านลูกค้า 4) การจัดการคุณภาพการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองทันทีผ่านเทคโนโลยีในทุกสิ่ง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 5) การจัดการคุณภาพการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ปิวงนิชา พุทธเกิด (2565) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจ ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยทั้งสองปัจจัยนี้ส่งผลให้ลูกค้าออนไลน์เกิดความตั้งใจซื้อซ้ำ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดในการสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้

ไพสิน ลิ้มวัฒนกุล (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มี 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือการตอบสนอง ความสะดวกสบายและความง่ายต่อการใช้งาน โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยพบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา ได้แก่ด้านความสะดวกสบาย ด้านการตอบสนองและด้านความง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับส่วนด้าน

ความปลอดภัยและประสิทธิภาพ การทำงานของแอปพลิเคชัน ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

น้ำลิน เทียมแก้ว (2561) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการผ่านออนไลน์ และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เข้าใจง่าย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการคำแนะนำ และช่วยเหลือ และมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาท และการสื่อสารที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ บุคลากรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบุคลากรมีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบเอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมา ได้แก่ มีแผ่นป้ายบอกประเภทสิ่งพิมพ์ และที่นั่งอ่านจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเพียงพอ และพร้อมให้บริการ

ธิติมา พลพวง และคณะ (2560) ทำการศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย พบว่า 1) ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศ และความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงินมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2) กลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการบรรจุเป้าหมาย ด้านการเงิน และด้านลูกค้า และ 3) กลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการมีส่วนร่วมจากพนักงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนการดำเนินงานในธุรกิจ และแนวทางการส่งเสริมอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ จนสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จให้เกิดขึ้นกับองค์กร ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนา แผนกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้

ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน : กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง ความพร้อมของระบบความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้อง ความเข้าใจได้ และความเพียงพอ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในงานวิจัยนี้ได้ให้

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ และผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีผู้ใช้งานอยู่เสมอ โดยให้ตระหนักถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งนอกเหนือจากการกำหนดรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกันกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแล้ว ยังควรมีการทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องในบริการของแอปพลิเคชันกับผู้ใช้บริการ ความเข้าใจได้ ความพร้อมของระบบความมั่นคงปลอดภัย ความเชื่อถือไว้วางใจ ความเพียงพอ และการตอบสนอง รองลงมาตามลำดับ

ปัทิตตา หวายสันเทียะ (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา : หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ส่วนด้าน ประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านความพร้อมของระบบมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบมีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้าน ประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านความพร้อมของระบบส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบอย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้และด้านความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 62.70

ธนิต ธนะนิมิตร (2559) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจและการใช้งานของเว็บไซต์ค้าปลีกในประเทศไทย พบว่า เว็บไซต์ค้าปลีกที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะคุณภาพการบริการตามเกณฑ์การ ประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ E-S-QUAL และ E-ResS-QUAL ซึ่งผู้ใช้งานมีความเชื่อมั่นไว้วางใจที่จะใช้งาน เว็บไซต์ และเกิดความพึงพอใจ และส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ค้าปลีกมากขึ้น ซึ่งความเชื่อมั่น ไว้วางใจของผู้ใช้งานเกิดจากปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการ และการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ และความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้งาน ยังส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเว็บไซต์และส่งผลให้เกิดการใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น งานวิจัยนี้ ได้ขยายความเข้าใจแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่ศึกษาร่วมกับความเชื่อมั่นไว้วางใจโดยนำเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ E-S-QUAL และ E-ResS-QUAL มาศึกษาถึงผลกระทบกับความเชื่อมั่นซึ่งเป็นปัจจัยใหม่ของงานวิจัยนี้ นอกจากนั้น เกณฑ์การประเมินคุณภาพดังกล่าวยังส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งแสดงถึงคุณภาพเว็บไซต์ค้าปลีกในประเทศไทยว่ามีคุณภาพตามเกณฑ์ดังกล่าว กลุ่ม

ตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและทำงานบริษัทเอกชน ดังนั้น ผลการวิจัยจึงอาจมีข้อจำกัดในการไปประยุกต์ใช้ในวงกว้างหรือกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการตามเกณฑ์ E-S-QUAL และ E-ResS-QUAL สามารถอธิบายความเชื่อมั่น 54% และอธิบายความพึงพอใจ 40% ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่อาจส่งผลความเชื่อมั่นไว้วางใจและความพึงพอใจ เพื่อเพิ่มการใช้งานเว็บไซต์ต่อไปในอนาคต

อัศรเดช ปิ่นสุข (2557) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) การยอมรับ เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) คุณภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็น ส่วนตัว และ 3) ส่วนประสมการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้า และด้านความสะดวกในการใช้งาน ในขณะที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการให้บริการส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านการจัดองค์ประกอบ และด้านช่องทางในการสื่อสารไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของกรมท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย พบว่า คุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบคือ การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility) การตอบโต้ทันที (Responsiveness) ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability) ความน่าไว้วางใจ (Trust) การเข้าถึงได้ (Accessibility) การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use) การตอบสนองทันทีผ่าน Internet of Things และ คุณภาพด้านความปลอดภัย (Security) ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการที่ได้ขยายขอบเขตการประเมินคุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์จากการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางหลายช่องทาง รวมถึงเทคโนโลยี Internet of Things ซึ่งแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการที่ผ่านเทคโนโลยี Internet of Things ที่ช่วยให้มีการตอบสนองการให้บริการทันทีผ่านอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน Internet of Things เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของคุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยและภาครัฐจะต้อง ให้ความสนใจและสนับสนุนการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน IOT ให้มีคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Hahn และคณะ (2017) ทำการศึกษาการจัดการคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์โรงแรม : การพัฒนาแบบวัดและการประยุกต์ใช้เพื่อการจัดการ พบว่า การจัดการคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งองค์ประกอบการวัดได้ 6 องค์ประกอบคือ ฟังก์ชันการทำงาน (Functionality) คุณภาพบรรยากาศ (Atmospheric Quality) ข้อมูลที่เชื่อถือได้ (Reliable Information) ข้อมูลแวดล้อมเพื่อการเดินทาง (Locality Information) บทวิจารณ์ และข้อเสนอแนะของลูกค้า (Customer Reviews) และภาพและเสียงที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วม (Emotional Engagement) องค์ประกอบย่อยทั้ง 6 ด้านนี้ เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบลำดับที่ 2 พบว่า ถูกจัดเป็น 2 องค์ประกอบหลัก คือ คุณภาพด้านสภาพแวดล้อม (Environment Quality) ได้แก่ คุณภาพบรรยากาศ บทวิจารณ์และข้อเสนอแนะของลูกค้า และภาพและเสียงที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วม และคุณภาพด้านกระบวนการ (Process Quality) ได้แก่ ฟังก์ชันการทำงาน ข้อมูลที่เชื่อถือได้ และข้อมูลแวดล้อมเพื่อการเดินทาง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบใหม่ 2 ด้านในการจัดการคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ยังไม่ได้นำเสนอไว้ในงานวิจัยในอดีต คือ องค์ประกอบด้านบทวิจารณ์และข้อเสนอแนะของลูกค้า และภาพและเสียงที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วม ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการ และควรให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของปัจจัยเชิงเทคนิคไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ เสียง ลวดลาย เสียงเพลง เสียงดนตรีประกอบการให้ข้อมูลบนเว็บไซต์ เพื่อจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความรู้สึก ร่วมกับข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอไว้บนเว็บไซต์

Li และ Wonglorsaichon (2016) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการรับรู้คุณค่า การยอมรับ เทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีในการใช้บริการธุรกิจ บริการข้อความสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่า การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีในการใช้บริการธุรกิจบริการข้อความสำเร็จรูป นอกจากนี้ ยังพบว่าสัญชาติ และพฤติกรรมของการใช้งาน MIM มีความแตกต่างในวัตถุประสงค์ของการใช้งานอีกด้วย

Huang และ Cai (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างโมเดลคุณค่าตราสินค้าผ่านผู้บริโภคที่ใช้สำหรับแบรนด์โรงแรมข้ามชาติ เมื่อเจ้าภาพกลายเป็นแขกผู้เข้าพัก การศึกษาค้นคว้าได้ศึกษาถึงความท้าทายที่ต้องเผชิญกับการขยายตัวทั่วโลกของโรงแรมข้ามชาติ ภายใต้การเดินทางระหว่างประเทศที่เฟื่องฟูจากทฤษฎีฐานรากที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าตราสินค้า การศึกษาค้นคว้านี้ จึงได้พัฒนาโมเดลคุณค่าตราสินค้าผ่านผู้บริโภคสำหรับแบรนด์โรงแรมข้ามชาติซึ่ง ตรวจสอบผลกระทบ

ของความรู้เกี่ยวกับแบรนด์กับการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์เหล่านี้ การทดสอบโดยใช้ ตัวอย่างของผู้บริโภคชนชั้นกลางชาวจีนในประเทศบ้านเกิดของพวกเขา ซึ่งก็คือ ประเทศจีน และ ผู้บริโภคชาวจีนที่ได้เดินทางไปต่างประเทศเป็นประเทศเจ้าบ้าน ซึ่งเป็นสหรัฐอเมริกา โรงแรมข้ามชาติ สหรัฐอเมริกา จำนวน 3 โรงแรม พบว่า มีรูปแบบความของสัมพันธ์ที่แตกต่างกันระหว่างการ ตอบสนองความรู้เกี่ยวกับแบรนด์และผู้บริโภคในประเทศและประเทศเจ้าบ้าน นอกจากนี้ การศึกษา ครั้งนี้ได้ตรวจสอบบทบาทของแรงจูงใจของผู้บริโภคชาวจีนในการเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในรูปแบบโมเดลคุณค่าตราสินค้าผ่านผู้บริโภค

Rostami Amir Khani และ Soltani (2016; อ้างถึงใน ญัฐภัทร สมุทธจินดา, 2565) ทำการศึกษาผลกระทบของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปรับปรุงระดับการสื่อสารกับ ลูกค้าของธนาคารสาขา Melli ในสำนักงานกิจการเตหะรานใต้ พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 5 ด้านตามแนวคิดของ Zeithaml และคณะ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านการใช้งานง่าย ด้าน การสร้างความผูกพัน ด้านนโยบายความเป็นส่วนตัว ด้านการตอบสนอง และด้านการให้ ความช่วยเหลือมีความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ และมีผลกระทบต่อการ ปรับปรุงระดับการสื่อสารกับลูกค้าใน สาขาของธนาคาร โดยด้านที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ด้าน ประสิทธิภาพ รองลงมาคือ ด้านการตอบสนอง และด้านการใช้งานง่าย ตามลำดับ ผู้บริหารสาขา ธนาคาร จึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยการ ขยายระบบบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ติดตั้งระบบถอนเงินหรือฝากเงินธนาคารโดยอัตโนมัติให้มากขึ้น และเพิ่มความเร็วและความตรงต่อ เวลาในการให้บริการ เน้นความถูกต้อง รวมถึงให้ความสำคัญกับ การเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า อาจเป็นผ่านช่องทางการสื่อสารเช่นบริการธนาคารทางโทรศัพท์ และข้อความและเปิดเว็บไซต์ให้ลูกค้า ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่มี

Hussain Nasser และ Hussain (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและ ความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินที่ดำเนินงานในคูไบ : การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ ซึ่งเป็น การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ผู้ให้บริการ ความคาดหวังของ ลูกค้า การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีในตราสินค้าของสายการบิน ที่ดำเนินการในประเทศคูไบ ตัวแปรที่ชี้วัดคุณภาพการวิจัยถูกกำหนดโดยใช้กรอบแนวคิดของ SERVQUAL ที่มีการปรับปรุง การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า คุณภาพการบริการ การรับรู้ คุณค่า และภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่าง มีนัยสำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้า และการนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารโรงแรมต่อไป

Kontis และ Lagos (2015) ได้ทำการศึกษากรอบปัจจัยสำหรับการประเมินผลส่วนผสม การตลาดหลายช่องทางของโรงแรมระดับห้าดาวในเมือง การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยและเกณฑ์ สำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของช่องทางการตลาดที่ใช้โดยโรงแรมระดับห้าดาวในอดีต

ประเทศกรีซ เพื่อใช้ในการตัดสินใจกำหนดส่วนผสมการตลาดหลายช่องทาง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจด้านการขายและการตลาด ซึ่งทำให้ได้การลดข้อจำกัดของกรอบปัจจัยทางด้านการเงินและปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางด้านการเงิน รวมถึงเกณฑ์สำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของช่องทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคธุรกิจโรงแรม เพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลในการสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการผสมผสานในการกำหนดส่วนผสมของปัจจัยและเกณฑ์การประเมินผลซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายทางธุรกิจต่าง ๆ ช่วยลดความไม่มั่นคงและช่วยปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดส่วนผสมการตลาดหลายช่องทางโดยรวม

Chinomona และคณะ (2014) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อการรับรู้คุณค่าความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีในแอฟริกาใต้ ในกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าใด ๆ ผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ ผลการศึกษาได้ยืนยันถึงระดับการสนับสนุนกันของตัวแปรคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการรับรู้คุณค่า และการรับรู้คุณค่ากับความพึงพอใจ

ตาราง 1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
1	ผลกระทบของการจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	ณัฐภัทร สมุทรจินดา (2565)	ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความปลอดภัยและด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูลและผู้บริหารฝ่ายการตลาด ของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน
2	อิทธิพลของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย	ปิวงนิษา พุทธเกิด (2565)	คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจ ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และความไว้วางใจ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยทั้งสองปัจจัยนี้ส่งผลให้ลูกค้าออนไลน์เกิดความตั้งใจซื้อซ้ำ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดในการสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
3	คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน พบว่า	ไพลิน ลีมวัฒนกุล (2563)	คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มี 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือการตอบสนอง ความสะดวกสบายและความง่ายต่อการใช้งาน โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยพบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพล มากที่สุดคือ คุณภาพความน่าเชื่อถือ รองลงมาได้แก่ด้านความสะดวกสบาย ด้านการตอบสนองและคุณความง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับส่วนด้านความปลอดภัยและประสิทธิภาพ การทำงานของแอปพลิเคชัน ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน
4	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560	น้ำลิน เทียมแก้ว (2561)	ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการคำแนะนำและ

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			<p>ช่วยเหลือ และมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาท และการสื่อสาร ที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก และด้าน สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อ สภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบ เอื้อต่อการเรียนรู้</p>
5	<p>ผลกระทบของกลยุทธ์ การบริการ ที่เป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จของ องค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย</p>	<p>ธิดิมา พลพวง และ คณะ (2560)</p>	<p>พบว่า 1) ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การ บริการที่เป็นเลิศ และความสำเร็จ ขององค์กรโดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับดีมาก ยกเว้นความสำเร็จของ องค์กร ด้านการเงินมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับปานกลาง 2) กลยุทธ์การ บริการที่เป็นเลิศด้านการพัฒนา องค์กรอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ และ ผล กระทบ เชิงบวก กับ ความสำเร็จขององค์กร ด้านการ บรรลุ เป้าหมาย ด้านการเงิน และ ด้านลูกค้า และ 3) กลยุทธ์การ บริการที่เป็นเลิศ ด้านการมีส่วนร่วม จาก พนักงาน มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับผลลัพธ์ที่ได้ จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็น แนวทางสำหรับการวางแผนการ ดำเนินงานในธุรกิจ และแนวทางการ ส่งเสริมอบรมพนักงานให้มีความรู้</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			<p>ความสามารถ จนสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่ ความสำเร็จให้เกิดขึ้นกับองค์กร ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนา แผนกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรธุรกิจ ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้</p>
6	<p>คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน : กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ</p>	<p>ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560)</p>	<p>ปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง ความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้อง ความเข้าใจได้ และความเพียงพอ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น</p>
7	<p>คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ การยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา : หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา</p>	<p>ปติตตา หวายสันเทียะ (2560)</p>	<p>คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
8	ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจและการใช้งานของเว็บไซต์ค้าปลีกในประเทศไทย	ธนิต ธนะนิมิตร (2559)	เว็บไซต์ค้าปลีกที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะคุณภาพการบริการตามเกณฑ์การ ประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ E-S-QUAL และ E-ResS-QUAL ซึ่งผู้ใช้งานมีความเชื่อมั่นไว้วางใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ และเกิดความพึงพอใจ และส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ค้าปลีกมากขึ้น ซึ่งความเชื่อมั่น ไว้วางใจของผู้ใช้งานเกิดจากปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการ และการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ และความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้งาน ยังส่งผลให้ผู้เกิดการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเว็บไซต์และส่งผลให้เกิดการใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น
9	การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	อัคร เดช ปิ่นสุข (2557)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) คุณภาพการบริการ

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			อิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็น ส่วนตัว และ 3) ส่วนประสมการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้า และ ด้านความสะดวกในการใช้งาน
10	คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย	ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556)	ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการที่ได้ขยายขอบเขตการประเมิน คุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์จากการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางหลายช่องทางรวมถึงเทคโนโลยี Internet of Things ซึ่ง แสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการที่ผ่านเทคโนโลยี Internet of Things ที่ช่วยให้มีการตอบสนองการให้บริการทันทีผ่านอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน Internet of Things เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของคุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยและภาครัฐจะต้อง ให้ความสนใจและสนับสนุน การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน IOT ให้มีคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
11	การจัดการคุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์โรงแรม : การพัฒนาแบบวัดและการ ประยุกต์ใช้เพื่อการจัดการ	Hahn และ คณะ (2017)	การจัดการคุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่ง องค์ประกอบการวัดได้ 6 องค์ประกอบคือ ฟังก์ชันการทำงาน (Functionality) คุณภาพบรรยากาศ (Atmospheric Quality) ข้อมูลที่ เชื่อถือได้ (Reliable Information) ข้อมูลแวดล้อมเพื่อการเดินทาง (Locality Information) บทวิจารณ์ และข้อเสนอแนะของลูกค้า (Customer Reviews) และภาพ และเสียงที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึก ร่วม (Emotional Engagement) องค์ประกอบย่อยทั้ง 6 ด้านนี้เมื่อทำ การวิเคราะห์องค์ประกอบลำดับที่ 2 พบว่า ถูกจัดเป็น 2 องค์ประกอบ หลักคือ คุณภาพด้านสภาพแวดล้อม (Environment Quality) ได้แก่ คุณภาพบรรยากาศ บทวิจารณ์และ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และภาพและ เสียงที่กระตุ้นให้เกิด ความรู้สึกร่วม และคุณภาพด้านกระบวนการ (Process Quality) ได้แก่ ฟังก์ชัน การทำงาน ข้อมูลที่ เชื่อถือได้ และ ข้อมูลแวดล้อมเพื่อการเดินทาง

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
12	ผลกระทบของการรับรู้คุณค่า การยอมรับ เทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดี ในการใช้บริการธุรกิจบริการซื้อความสำเร็จรูป	Li and Wonglorsaichon (2016)	การรับรู้คุณค่า การยอมรับ เทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีในการใช้บริการธุรกิจบริการซื้อความสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังพบว่าสัญชาตญาณและพฤติกรรมของการใช้งาน MIM มีความแตกต่างในวัตถุประสงค์ของการใช้งานอีกด้วย
13	การสร้างโมเดลคุณค่าตราสินค้าผ่านผู้บริโภคที่ใช้สำหรับแบรนด์โรงแรมข้ามชาติ เมื่อเจ้าภาพกลายเป็นแขกผู้เข้าพัก	Huang & Cai (2015)	ความท้าทายที่ต้องเผชิญ กับการขยายตัวทั่วโลกของโรงแรมข้ามชาติ ภายใต้การเดินทางระหว่างประเทศที่เฟื่องฟูจากทฤษฎีฐานรากที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าตราสินค้า การศึกษารังนี้ จึงได้พัฒนาโมเดลคุณค่าตราสินค้าผ่านผู้บริโภคสำหรับแบรนด์โรงแรมข้ามชาติซึ่ง ตรวจสอบผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับแบรนด์กับการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์เหล่านี้ การทดสอบโดยใช้ตัวอย่างของผู้บริโภคชนชั้นกลางชาวจีนในประเทศบ้านเกิดของพวกเขา ซึ่งก็คือประเทศจีน และผู้บริโภควิวชาวจีนที่ได้เดินทางไปต่างประเทศเป็นประเทศเจ้าบ้าน ซึ่งเป็นสหรัฐอเมริกา โรงแรมข้ามชาติสหรัฐอเมริกา

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			จำนวน 3 โรงแรม พบว่า มีรูปแบบ ความของสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ระหว่างการตอบสนองความรู้ เกี่ยวกับแบรนด์และผู้บริโภค ในประเทศและประเทศเจ้าบ้าน
14	ผลกระทบของ คุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปรับปรุง ระดับการสื่อสารกับลูกค้าของ ธนาคารสาขา Melli ในสำนักงาน กิจการเตหะรานใต้	Rostami, Amir Khani and Soltani (2016)	พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 5 ด้าน ตาม แนวคิด ของ Zeithaml และคณะ ได้แก่ ด้าน ประสิทธิภาพ ด้านการใช้งานง่าย ด้านการสร้างความผูกพัน ด้าน นโยบายความเป็นส่วนตัว ด้านการ ตอบสนอง และด้านการให้ความ ช่วยเหลือ มีความเที่ยงตรง และ ความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ และมีผลกระทบต่อการปรับปรุง ระดับการสื่อสารกับลูกค้าใน สาขา ของธนาคาร โดยด้านที่มีผลกระทบ มากที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพ รองลงมาคือ ด้าน การตอบสนอง และด้านการใช้งานง่าย ตามลำดับ ผู้บริหารสาขาธนาคารจึงควรให้ ความสำคัญกับ การปรับปรุง ประสิทธิภาพการบริการทาง อิเล็กทรอนิกส์โดยการขยายระบบ บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ติดตั้ง ระบบถอนเงินหรือฝากเงินธนาคาร โดยอัตโนมัติให้มากขึ้นและเพิ่ม

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			<p>ความเร็วและความตรงต่อ เวลาในการให้บริการ เน้นความถูกต้อง รวมถึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า อาจเป็นผ่านช่องทางการสื่อสารเช่นบริการธนาคารทางโทรศัพท์และข้อความ และเปิดเว็บไซต์ให้ลูกค้า ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการที่มี</p>
15	<p>ปัจจัยสำหรับการประเมินผล ส่วนผสม การตลาดหลายช่องทางของโรงแรมระดับห้าดาวในแอดติกา ประเทศกรีซ</p>	Kontis and Lagos (2015)	<p>การตัดสินใจกำหนดส่วนผสมการตลาดหลายช่องทาง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการขายและการตลาด ซึ่งทำให้ได้การลดข้อจำกัดของกรอบปัจจัย ทางด้านการเงินและปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน รวมถึงเกณฑ์สำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของช่องทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคธุรกิจโรงแรม เพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลในการสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการผสมผสานในการกำหนดส่วนผสมของ ปัจจัย และ เกณฑ์ การ ประเมิน ผล ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายทางธุรกิจต่าง ๆ ช่วยลดความไม่มั่นคง และ ช่วยปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจ</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ผลการวิจัย
			เกี่ยวกับการกำหนดส่วนผสม การตลาดหลายช่องทางโดยรวม
16	อิทธิพลของคุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์ต่อการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของลูกค้าและความ ภักดีในแอฟริกาใต้	Chinomona และ คณะ (2014)	ระดับการสนับสนุนกันของตัวแปร คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการรับรู้คุณค่า และการรับรู้ คุณค่ากับความพึงพอใจ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจที่พักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจที่พักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งเป็นประชากรที่มีขนาดใหญ่่มาก และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามความมุ่งหมายของการวิจัยและกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 30 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ การจับต้องได้ของบริการ การตอบโต้ทันที ความเชื่อถือได้ของข้อมูล ความน่าไว้วางใจ การเข้าถึง การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง การตอบสนองทันทีผ่าน และคุณภาพด้านความปลอดภัย

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ โดยครอบคลุมกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการ และสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ โดยครอบคลุมประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายและสมมติฐานในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัยซึ่งผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภัทร ทิพย์ศรี

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์

4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์วสุธิดา นุริตมนต์

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเหมาะสมของการใช้ภาษาในแบบสอบถาม

6.2 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.430 – 0.752 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.520– 0.751 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) และการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.404 – 0.752 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1987) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

6.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.741-0.891 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.780-0.875 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) และการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.762-0.896 (ตาราง 25 ภาคผนวก ข) ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Berstein (1994) ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้

7. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

8. ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กับกองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยพร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสาร
2. ขออนุญาตจากคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบไปพร้อมกับแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการศึกษา เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ตามชื่อตำแหน่ง ที่อยู่ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม
4. เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 206 ฉบับ จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาอีก 90 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 30 วัน ดังนั้น แบบสอบถามที่นำไปวิเคราะห์ข้อมูลมี จำนวน 296 ฉบับ
5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับ ทั้ง 296 ฉบับ ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ จำนวน 294 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 73.50 เมื่อเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker Kumar และ Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าจำนวนตัวอย่างของแบบสอบถามมีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลไป
6. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2, 3 และ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการเชิงรุกที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ร้อยละ (Percentages)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

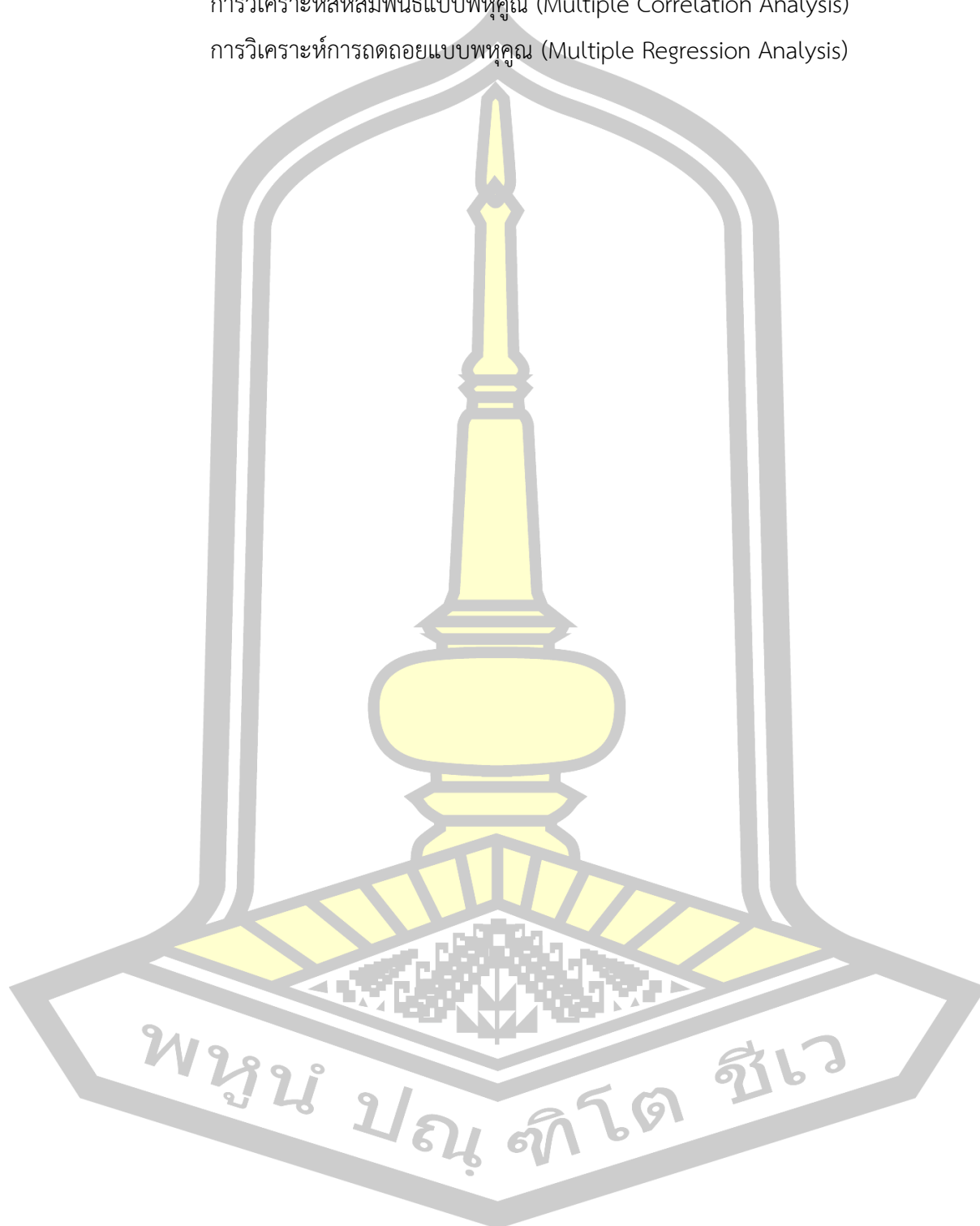
2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายของข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
XXX	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
XX1	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจับต้องได้ของบริการ
XX2	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบโต้ทันที
XX3	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของข้อมูล
XX4	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจ
XX5	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงได้
XX6	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง
XX7	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบสนองทันที
XX8	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพด้านความปลอดภัย

YYA	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
YA1	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ
YA2	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลากรผู้ให้บริการ
YA3	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
YYB	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
YB1	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเมินทางเลือก
YB2	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
YB3	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมหลังการให้บริการ

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
- ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
- ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

พูนุ ปณุกิตโต ชิว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	84	28.57
1.2 หญิง	210	71.43
รวม	294	100
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	60	20.41
2.2 30 - 40 ปี	132	44.90
2.3 41 - 50 ปี	96	32.65
2.4 มากกว่า 50 ปี	6	2.04
รวม	294	100
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	156	53.06
3.2 สมรส	138	46.94
รวม	294	100
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	168	57.14
4.2 สูงกว่าปริญญาตรี	126	42.86
รวม	294	100

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 3 ปี	48	16.33
5.2 3 - 5 ปี	30	10.20
5.3 6 - 8 ปี	18	06.12
5.4 มากกว่า 8 ปี	198	67.35
รวม	294	100
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 30,000 บาท	150	51.02
6.2 30,000 - 40,000 บาท	84	28.57
6.3 40,001 - 50,000 บาท	18	6.12
6.4 มากกว่า 50,00 บาท	42	14.29
รวม	294	100
7. อาชีพ		
7.1 ผู้บริหาร/นักธุรกิจ	78	26.53
7.2 ข้าราชการ	72	24.49
7.3 พนักงานเอกชน	66	22.45
7.4 นักเรียน/นักศึกษา	12	4.08
7.5 แม่บ้าน	6	2.04
7.6 เกษตรกร	0	0.00
7.7 เกษียณอายุ	6	2.04
7.8 อื่น ๆ (ระบุ).....	54	18.37
รวม	294	100

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.43) รองลงมาเพศชาย (ร้อยละ 28.57) มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี (ร้อยละ 44.90) รองลงมาอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 32.65) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.06) รองลงมาสถานภาพ

สมรส (ร้อยละ 46.94) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 57.14) รองลงมา ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 42.86) ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 8 ปี (ร้อยละ 67.35) รองลงมา ประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 3 ปี (ร้อยละ 16.33) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 51.02) รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000-40,000 บาท (ร้อยละ 28.57) และอาชีพผู้บริหาร/นักธุรกิจ (ร้อยละ 26.53) รองลงมา อาชีพข้าราชการ (ร้อยละ 24.49)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

ตาราง 3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวม

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการจับต้องได้ของบริการ	3.98	0.60	มาก
ด้านการตอบโต้ทันที	3.95	0.62	มาก
ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล	3.99	0.63	มาก
ด้านความน่าไว้วางใจ	3.97	0.63	มาก
ด้านการเข้าถึงได้	4.03	0.60	มาก
ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง	4.04	0.62	มาก
ด้านการตอบสนองทันที	4.00	0.64	มาก
ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย	3.95	0.69	มาก
โดยรวม	3.98	0.59	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 8 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ($\bar{X} = 4.04$) ด้านการเข้าถึงได้ ($\bar{X} = 4.03$) และด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

ตาราง 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เส้นทางการเดินทางมาพักที่โรงแรมสะดวก คั้นหาง่าย	4.10	0.67	มาก
2. โรงแรมมีสถานที่และบริเวณรอบ ๆ ตกแต่งที่สวยงามทันสมัย	4.00	0.70	มาก
3. โรงแรมมีความปลอดภัย มีสัญลักษณ์บ่งบอกชัดเจน	3.93	0.71	มาก
4. การบริการของโรงแรมมีความหลากหลาย	3.88	0.69	มาก
โดยรวม	3.98	0.60	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการจับต้องได้ของบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ เส้นทาง การเดินทางมาพักที่โรงแรมสะดวก คั้นหาง่าย ($\bar{X} = 4.10$) โรงแรมมีสถานที่และบริเวณรอบ ๆ ตกแต่งที่สวยงามทันสมัย ($\bar{X} = 4.00$) และโรงแรมมีความปลอดภัย มีสัญลักษณ์บ่งบอกชัดเจน ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

ตาราง 5 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. โรงแรมมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ทันที	3.88	0.69	มาก
2. พนักงานของโรงแรมมีความกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	3.97	0.71	มาก
3. โรงแรมมีระบบเช็คอิน เช็คเอาท์ ที่สะดวกรวดเร็ว	4.00	0.70	มาก
โดยรวม	3.95	0.62	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการตอบโต้ทันทีโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โรงแรมมีระบบเช็คอิน เช็คเอาท์ที่สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.00$) พนักงานของโรงแรมมีความกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.97$) และโรงแรมมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ทันที ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

ตาราง 6 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานของโรงแรมสามารถปฏิบัติงานได้ดี ทำให้เกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือได้	3.90	0.66	มาก
2. พนักงานของโรงแรมมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริการได้เป็นอย่างดี	4.00	0.65	มาก
3. พนักงานของโรงแรมให้บริการตรงตามเวลา เช่น การเช็คอิน การจัดส่งกระเป๋า เป็นต้น	3.98	0.71	มาก
4. พนักงานของโรงแรมให้ข้อมูลต่าง ๆ และให้บริการอย่างถูกต้อง	3.97	0.67	มาก
5. โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี	3.99	0.69	มาก
โดยรวม	3.97	0.63	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.00$) โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ($\bar{X} = 3.99$) และพนักงานของโรงแรมให้บริการตรงตามเวลา เช่น การเช็คอิน การจัดส่งกระเป๋า เป็นต้น ($\bar{X} = 3.98$)

ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานของโรงแรมมีพฤติกรรมที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ	3.90	0.66	มาก
2. พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยรอยยิ้ม สุภาพ อ่อนโยน และมีอัธยาศัยที่ดี	4.00	0.65	มาก
3. พนักงานของโรงแรมปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการที่กำหนดให้	3.98	0.71	มาก
4. พนักงานของโรงแรมให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าใช้บริการ	3.97	0.68	มาก
5. พนักงานของโรงแรมแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องและเชื่อถือได้	3.99	0.69	มาก
โดยรวม	3.97	0.63	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านความน่าไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยรอยยิ้ม สุภาพ อ่อนโยน และมีอัธยาศัยที่ดี ($\bar{X} = 4.00$) พนักงานของโรงแรมแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.99$) และพนักงานของโรงแรมปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการที่กำหนดให้ ($\bar{X} = 3.98$)

ตาราง 8 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานของโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ที่สำคัญได้ดี	3.97	0.67	มาก
2. พนักงานของโรงแรมเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย	4.01	0.71	มาก
3. พนักงานของโรงแรมให้บริการเป็นอย่างดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ	4.08	0.63	มาก
4. พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยความเต็มใจ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที	4.10	0.67	มาก
โดยรวม	4.03	0.60	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการเข้าถึงได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยความเต็มใจ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที ($\bar{X} = 4.10$) พนักงานของโรงแรมให้บริการเป็นอย่างดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.08$) และพนักงานของโรงแรมเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.01$)

ตาราง 9 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงแรมมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ	4.04	0.63	มาก

ตาราง 9 (ต่อ)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. พนักงานของโรงแรมใส่ใจผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี	4.08	0.66	มาก
3. โรงแรมมีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง	4.02	0.69	มาก
โดยรวม	4.04	0.62	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมใส่ใจผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.08$) โรงแรมมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.04$) และโรงแรมมีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง ($\bar{X} = 4.02$)

ตาราง 10 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานของโรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ	3.97	0.65	มาก
2. พนักงานของโรงแรมมีความพร้อม เต็มใจบริการ สามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็ว	3.95	0.70	มาก
3. พนักงานของโรงแรมให้บริการที่ทันเวลา และสะดวกรวดเร็ว	4.04	0.72	มาก
โดยรวม	3.99	0.64	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการตอบสนองทันที โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ใน ระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของ โรงแรมให้บริการที่ทันเวลา และสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.04$) พนักงานของโรงแรมมีจำนวนเพียงพอ ต่อความต้องการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.97$) และพนักงานของโรงแรมมีความพร้อม เต็มใจบริการ สามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.95$)

ตาราง 11 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เกี่ยวกับ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. โรงแรมมีการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการอย่าง ปลอดภัยและไม่เปิดเผยโดยง่าย	3.98	0.72	มาก
2. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เช่น ตู้নিরภัย ในห้องพัก สถานที่จอดรถที่ปลอดภัย มี รปภ. รักษาการตลอด 24 ชั่วโมง	3.93	0.71	มาก
3. พนักงานของโรงแรมสามารถรักษาความเป็นส่วนตัว ของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี	3.97	0.72	มาก
4. โรงแรมทำให้ผู้บริการรู้สึกปลอดภัยต่อสถานการณ์ ที่เข้าพัก	3.94	0.71	มาก
โดยรวม	3.95	0.69	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ โรงแรมมีการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการอย่างปลอดภัยและไม่เปิดเผยโดยง่าย ($\bar{X} = 3.98$)

พนักงานของโรงแรมสามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.97$) และโรงแรมทำให้ผู้ให้บริการรู้สึกปลอดภัยต่อสถานการณ์ที่เข้าพัก ($\bar{X} = 3.95$)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	4.01	0.70	มาก
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.08	0.66	มาก
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	0.71	มาก
โดยรวม	4.07	0.67	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.11$) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.08$) และด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การให้บริการของโรงแรมมีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน เข้าใจง่าย	3.97	0.79	มาก
2. การให้บริการของโรงแรมมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ	4.02	0.77	มาก

ตาราง 13 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	4.04	0.69	มาก
โดยรวม	4.01	0.70	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.04$) การให้บริการของโรงแรมมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ ($\bar{X} = 4.02$) และการให้บริการของโรงแรมมีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานผู้ให้บริการมีกิริยาสุภาพเรียบร้อยเป็นมิตร	4.04	0.70	มาก
2. พนักงานทำให้รู้สึกว่าการบริการนั้นเกิดความพึงพอใจและความประทับใจต่อการใช้บริการ	4.12	0.69	มาก
3. พนักงานสามารถตอบคำถามและให้บริการที่ชัดเจน หายข้อสงสัย	4.08	0.69	มาก
โดยรวม	4.08	0.66	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานทำให้รู้สึกว่าการบริการนั้นเกิดความพึงพอใจและความประทับใจต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.12$) พนักงานสามารถตอบคำถามและให้บริการที่ชัดเจน หายข้อสงสัย ($\bar{X} = 4.08$) และพนักงานผู้ให้บริการมีกิริยาสุภาพเรียบร้อยเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตาราง 15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงแรมมีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วน	4.12	0.71	มาก
2. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความ สะดวกสบาย	4.10	0.76	มาก
3. โรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย	4.13	0.71	มาก
โดยรวม	4.11	0.71	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.13$) โรงแรมมีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วน ($\bar{X} = 4.12$) และโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

พูน ปณ ทิโต ชเว

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ตาราง 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านประเมินทางเลือก	4.02	0.65	มาก
ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	4.16	0.66	มาก
ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	4.04	0.63	มาก
โดยรวม	4.07	0.61	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.071$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ($\bar{X} = 4.16$) ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.04$) ด้านประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

ตาราง 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านประเมินทางเลือก

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านประเมินทางเลือก	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ท่านได้เปรียบเทียบโรงแรมที่พักจากหลาย ๆ โรงแรม ก่อนการตัดสินใจเข้าพัก	3.97	0.71	มาก
2. โรงแรมนี้สามารถสนองความต้องการ และการมองหา ประโยชน์ที่ได้รับจากบริการได้เป็นอย่างดี	4.02	0.71	มาก
3. ท่านได้ตัดสินใจเข้ารับบริการจากโรงแรม ด้วยเหตุผลที่ไตร่ตรองแล้ว	4.08	0.66	มาก
โดยรวม	4.02	0.65	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านได้ตัดสินใจเข้ารับการบริการจากโรงแรมด้วยเหตุผลที่ตรงตรงแล้ว ($\bar{X} = 4.08$) โรงแรมนี้สามารถสนองความต้องการ และการมองหาประโยชน์ที่ได้รับจากบริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.02$) และท่านได้เปรียบเทียบโรงแรมที่พักจากหลาย ๆ โรงแรม ก่อนการตัดสินใจเข้าพัก ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ตาราง 18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกเข้าพัก	4.16	0.68	มาก
2. การตัดสินใจเข้าพักถือว่าเหมาะสมที่สุด	4.24	0.69	มาก
3. ท่านเลือกเข้าพักด้วยความจำเป็นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริการของโรงแรม	4.08	0.66	มาก
โดยรวม	4.16	0.66	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การตัดสินใจเข้าพักถือว่าเหมาะสมที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ท่านใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกเข้าพัก ($\bar{X} = 4.16$) และท่านเลือกเข้าพักด้วยความจำเป็นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริการของโรงแรม ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

ตาราง 19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. หลังจากเข้าพักแล้วท่านมีความประทับใจและจะบอกต่อผู้อื่นให้มาพัก	4.04	0.63	มาก
2. หลังจากเข้าพักแล้วท่านจะกลับมาพักอีกในครั้งต่อไป	4.06	0.65	มาก
3. ท่านให้ข้อเสนอแนะในการเข้าใช้บริการทุกครั้งที่มีการใช้บริการ	4.02	0.74	มาก
โดยรวม	4.04	0.63	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ หลังจากเข้าพักแล้วท่านจะกลับมาพักอีกในครั้งต่อไป ($\bar{X} = 4.06$) หลังจากเข้าพักแล้วท่านมีความประทับใจและจะบอกต่อผู้อื่นให้มาพัก ($\bar{X} = 4.04$) และท่านให้ข้อเสนอแนะในการเข้าใช้บริการทุกครั้งที่มีการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การวิเคราะห์แบบพหุคูณสมมุติฐานการวิจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์แบบถอยแบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมุติฐาน ดังนี้

H₁ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์โควิด-19

H₂ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₃ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล มีความสัมพันธ์ และผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์โควิด-19

H₄ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₅ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₆ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₇ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₈ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์โควิด-19

H₉ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₀ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₁ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล มีความสัมพันธ์ และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

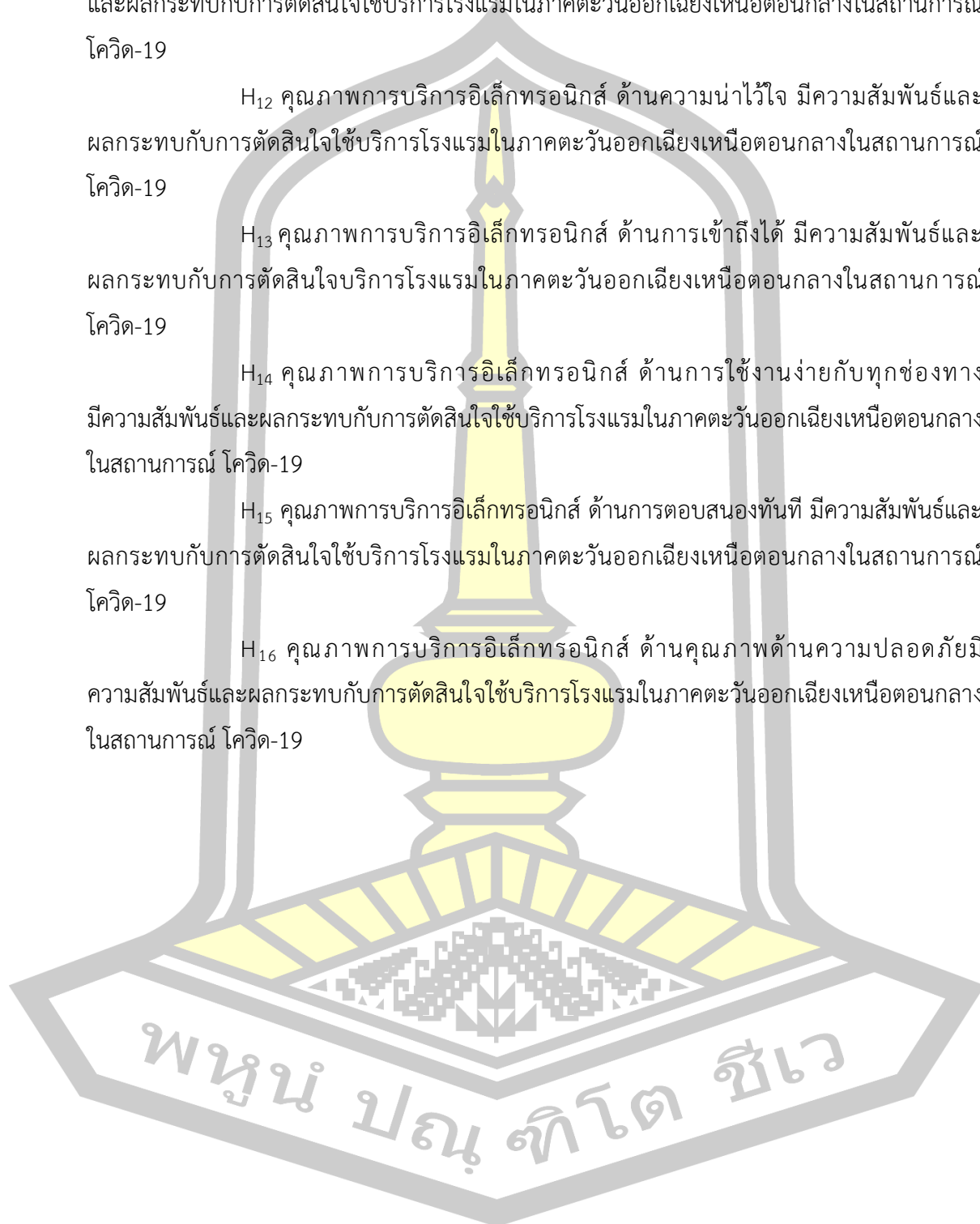
H₁₂ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₃ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับการตัดสินใจบริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₄ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₅ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

H₁₆ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัยมี ความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19



ตาราง 20 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ตัวแปร	YYA	XX1	XX2	XX3	XX4	XX5	XX6	XX7	XX8	VIFs
\bar{X}	4.06	3.97	3.94	3.98	4.03	4.04	3.98	3.95	3.96	
S.D.	0.66	0.60	0.62	0.63	0.60	0.62	0.64	0.69	0.63	
YYA		0.829*	0.774*	0.826*	0.839*	0.859*	0.932*	0.896*	0.771*	
XX1			0.804*	0.852*	0.799*	0.802*	0.849*	0.861*	0.807*	1.666
XX2				0.868*	0.807*	0.775*	0.801*	0.745*	0.810*	1.618
XX3					0.894*	0.847*	0.884*	0.837*	0.940*	1.796
XX4						0.914*	0.909*	0.876*	0.861*	1.722
XX5							0.919*	0.872*	0.830*	1.791
XX6								0.942*	0.844*	1.982
XX7									0.829*	1.021
XX8										1.739

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันโดยรวม ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระพฤติกรรมการใช้เวลาว่างมีค่าตั้งแต่ 1.021 – 1.982 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.771 - 0.932 จากนั้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYA) ได้ดังนี้

$$YYA = 0.186 - 0.088XX1 - 0.079XX2 - 0.087XX3 - 0.292XX4 - 0.114XX5 \\ + 0.564XX6 + 0.447XX7 - 0.375XX8$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYA) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 264.790$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.879 (ตาราง 21) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้านกับตัวแปรตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYA) ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.186	0.100	1.853	0.065
ด้านการจับต้องได้ของบริการ (XX1)	-0.088	0.103	-0.857	0.392
ด้านการตอบโต้ทันที (XX2)	-0.079	0.075	-1.055	0.292
ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล (XX3)	-0.087	0.095	-0.911	0.363
ด้านความน่าไว้วางใจ (XX4)	-0.292	0.108	-2.708	0.007*
ด้านการเข้าถึงได้ (XX5)	-0.114	0.089	-1.280	0.201
ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (XX6)	0.564	0.140	4.027	0.000*
ด้านการตอบสนองทันที (XX7)	-0.447	0.544	2.659	0.008*
ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8)	-0.375	0.107	-3.515	0.001*

$F = 264.790$ $p = 0.000$ $AdjR^2 = 0.879$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ (XX4) ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (XX6) ด้านการตอบสนองทันที (XX7) และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 4 6 7 และ 8

เมื่อนำคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ (XX4) ด้านการใช้งานง่าย กับทุกช่องทาง (XX6) ด้านการตอบสนองทันที (XX7) และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYA) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.874 (ตาราง 26 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$YYA = 0.310 - 0.051XX4 + 0.0886XX6 + 0.179XX7 - 0.071XX8$$

ตาราง 22 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ตัวแปร	YYB	XX1	XX2	XX3	XX4	XX5	XX6	XX7	XX8	VIFs
\bar{X}	4.07	3.97	3.94	3.98	4.03	4.04	3.98	3.95	3.96	
S.D.	0.61	0.60	0.62	0.63	0.60	0.62	0.64	0.69	0.63	
YYB		0.817*	0.748*	0.799*	0.862*	0.892*	0.882*	0.855*	0.744*	
XX1			0.804*	0.852*	0.799*	0.802*	0.849*	0.861*	0.807*	1.666
XX2				0.868*	0.807*	0.775*	0.801*	0.745*	0.810*	1.618
XX3					0.894*	0.847*	0.884*	0.837*	0.940*	1.796
XX4						0.914*	0.909*	0.876*	0.861*	1.722
XX5							0.919*	0.872*	0.830*	1.791
XX6								0.942*	0.844*	1.982
XX7									0.829*	1.021
XX8										1.739

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันโดยรวม ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีค่าตั้งแต่ 1.021 – 1.982 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามรูปแบบการเรียนรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.390- 0.543 จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ การตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYB) ได้ดังนี้

$$YYB = 0.345 + 0.118XX1 - 0.082XX2 - 0.034XX3 + 0.096XX4 + 0.349XX5 + 0.024XX6 + 0.854XX7 - 0.398XX8$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYB) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 198.532$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.845 (ตาราง 23) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้านกับตัวแปรตามการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยรวม (YYB) ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	การตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.345	0.104	3.307	0.001
ด้านการจับต้องได้ของบริการ (XX1)	0.118	0.107	1.096	0.274
ด้านการตอบโต้ทันที (XX2)	-0.082	0.078	-1.053	0.293
ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล (XX3)	-0.034	0.099	-0.346	0.730
ด้านความน่าไว้วางใจ (XX4)	0.096	0.112	0.852	0.395
ด้านการเข้าถึงได้ (XX5)	0.349	0.092	3.780	0.000*

ตาราง 23 (ต่อ)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	การตัดสินใจเข้าใช้บริการ โดยรวม		t	p- value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน		
ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (XX6)	0.024	0.146	0.167	0.867
ด้านการตอบสนองทันที (XX7)	0.854	0.111	1.508	0.133
ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8)	-0.398	0.566	3.581	0.000*
F = 198.532 p = 0.000 AdjR ² = 0.845				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ (XX5) และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม (YYB) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 และ 8

เมื่อนำคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ (XX5) และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม (YYB) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR²) เท่ากับ 0.799 (ตาราง 27 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$YYB = 0.550 + 0.861XX5 - 0.011XX8$$

ตาราง 24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

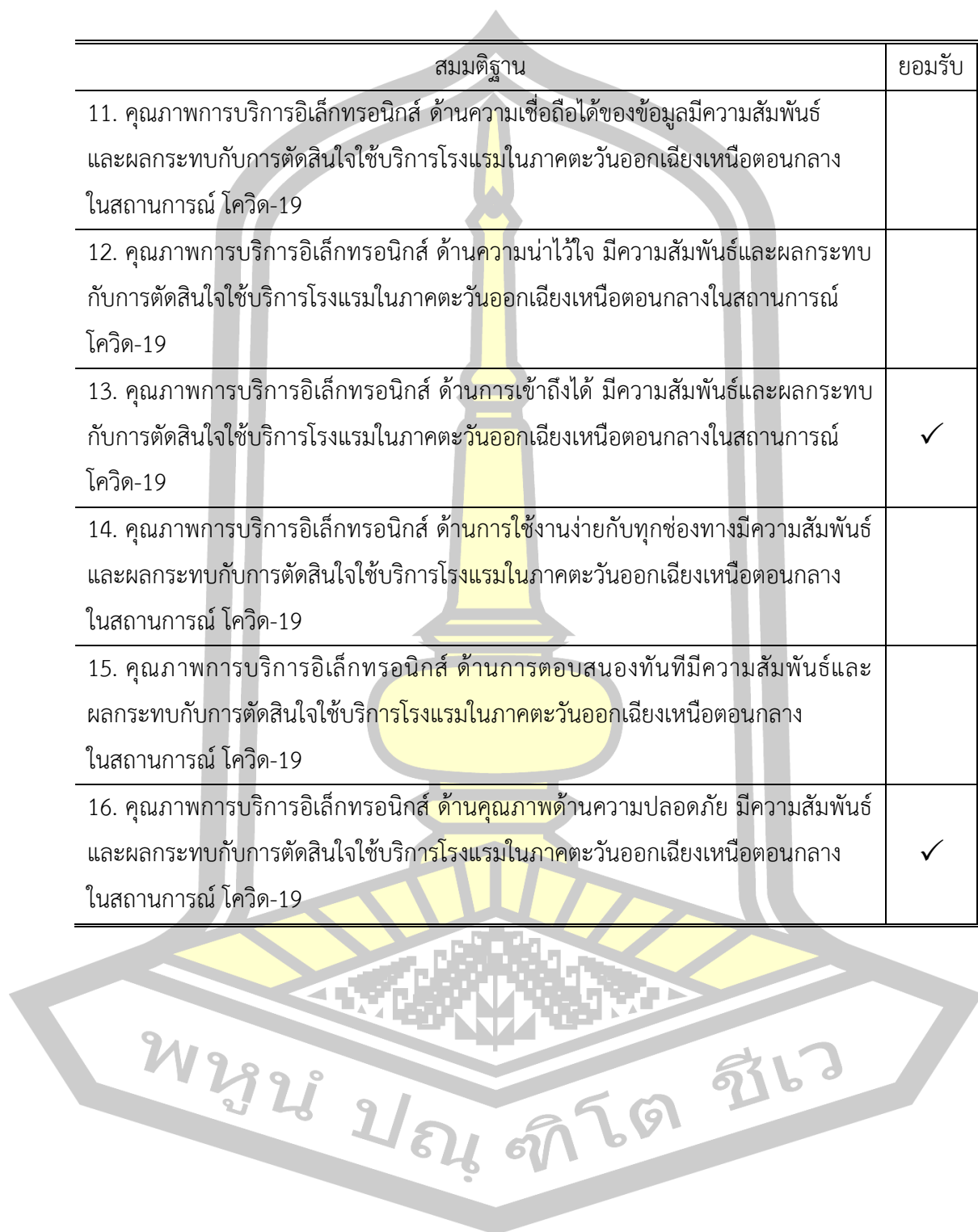
สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19		✓

ตาราง 24 (ต่อ)

สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
2. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันที มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓
3. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูลมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓
4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19	✓	
5. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓
6. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทางมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19	✓	
7. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันทีที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19	✓	
8. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19	✓	
9. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจับต้องได้ของบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓
10. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบโต้ทันทีที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓

ตาราง 24 (ต่อ)

สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
11. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูลมีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19		✓
12. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19		✓
13. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19	✓	
14. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทางมีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19		✓
15. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันทีที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19		✓
16. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในสถานการณ์ โควิด-19	✓	



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19
4. เพื่อทดสอบผลกระทบระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

สรุปผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี รองลงมาอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า

ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 8 ปี รองลงมาน้อยกว่า 3 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท รองลงมาอยู่ระหว่าง 30,000-40,000 บาท และอาชีพผู้บริหาร/นักธุรกิจ รองลงมาข้าราชการ

2. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 8 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ด้านการเข้าถึงได้ และด้านการตอบสนองทันที

3. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมใส่ใจผู้ให้บริการเป็นอย่างดี โรงแรมมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้ให้บริการ และโรงแรมมีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง

4. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการเข้าถึงได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยความเต็มใจ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที) พนักงานของโรงแรมให้บริการเป็นอย่างดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ และพนักงานของโรงแรมเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย

5. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการตอบสนองทันที โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของโรงแรมให้บริการที่ทันเวลา และสะดวกรวดเร็ว พนักงานของโรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ และพนักงานของโรงแรมมีความพร้อม เต็มใจบริการ สามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็ว

6. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

7. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย โรงแรมมีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วน และโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความสะดวกสบาย

8. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ ด้านประเมินทางเลือก

9. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การตัดสินใจเข้าพักถือว่าเหมาะสมที่สุด ท่านใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกเข้าพัก และท่านเลือกเข้าพักด้วยความจำเป็นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริการของโรงแรม

10. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ด้านการตอบสนองทันที และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวมและ รายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง ซึ่งปัจจุบันการบริการมีช่องทางการให้บริการหลายรูปแบบและการใช้งานง่ายขึ้น เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) พบว่า คุณภาพการท่องเที่ยวยูเอิลเอชที การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use) เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการที่ได้ขยายขอบเขตการประเมิน คุณภาพการท่องเที่ยวยูเอิลเอชทีจากการให้บริการยูเอิลเอชทีผ่านช่องทางหลายช่องทางรวมถึงเทคโนโลยี Internet of Things ซึ่งแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการที่ผ่านเทคโนโลยี Internet of Things ที่ช่วยให้มีการตอบสนองการให้บริการทันที 2) ด้านการเข้าถึงได้ คือการที่พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยความเต็มใจให้บริการเป็นอย่างดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทันที เข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย มีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานตามขั้นตอนหรือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการยูเอิลเอชที ไม่ว่าจะเป็น ความเข้าใจได้ และความเพียงพอล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการยูเอิลเอชทีทั้งสิ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman Zeithaml และ Berry (2013) กล่าวว่า ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้องและไว้วางใจ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกไว้วางใจ รับรู้ถึงการเข้าถึงการบริการ คือ ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าการทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษา อุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และ 3) ด้านการตอบสนองทันที เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับพนักงานของโรงแรมให้บริการที่ทันเวลา และสะดวกรวดเร็ว มีความพร้อม เต็มใจบริการ สามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าร้องขอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการยูเอิลเอชที ไม่ว่าจะเป็น การตอบสนองความพร้อมของระบบ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการยูเอิลเอชทีทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการยูเอิลเอชทีก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจขอ ผู้ใช้งาน โดยให้ตระหนักถึง ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งนอกเหนือจากการกำหนดรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกันกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแล้ว

2. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจการใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งโรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย มีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความสะดวกสบายสำหรับผู้เข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบเอื้อต่อการเรียนรู้และเข้าใช้บริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) กล่าวว่า การบริการที่สร้าง

ความพึงพอใจที่เป็นรูปธรรมของบริการ คือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

3. ผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ เป็นการตัดสินใจของผู้ใช้บริการที่ตัดสินใจเข้าพักเหมาะสมที่สุด และเลือกเข้าพักด้วยความจำเป็นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริการของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Keller (2016) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้วจากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นั้นหมายถึงผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม เนื่องจาก การที่ธุรกิจโรงแรมสร้างความน่าไว้วางใจให้เกิดขึ้นในมุมมองของผู้เข้าใช้บริการย่อมส่งผลให้ผู้เข้าใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเกิด ความประทับใจในการเลือกใช้บริการนั้นเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าไว้วางใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ ความเข้าใจได้ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การตระหนักถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งนอกเหนือจากการกำหนดรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกันกับความ ต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแล้ว ยังควรมีการทำ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องในบริการของแอปพลิเคชัน กับ ผู้ใช้บริการความเข้าใจได้ ความเชื่อถือไว้วางใจ ด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิต ธนะ นิมิตร (2559) พบว่า เว็บไซต์ค้าปลีกที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะคุณภาพการบริการตามเกณฑ์ การประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ใช้งานมีความเชื่อมั่นไว้วางใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ และเกิดความพึงพอใจ และส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ค้าปลีกมากขึ้น ซึ่งความ เชื่อมั่น ไว้วางใจของผู้ใช้งานเกิดจากปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการ และการรับรู้ความสะดวก ในการใช้งานเว็บไซต์ และความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้งาน ยังส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการรับรู้ประโยชน์ ในการใช้งานเว็บไซต์และส่งผลให้เกิดการใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น

5. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม เนื่องจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึง การบริการทุกช่องทาง ด้วยความสะดวกสบาย รวดเร็ว เป็นการสร้างความพึงพอใจอันดับแรกในการ เข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) พบว่า คุณภาพ

การท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง จากการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางหลายช่องทางรวมถึงเทคโนโลยี Internet of Things ซึ่งแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการที่ผ่านเทคโนโลยี Internet of Things ที่ช่วยให้มี การตอบสนองการให้บริการที่ผ่านอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน Internet of Things เป็นหนึ่ง ในองค์ประกอบของคุณภาพการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยและภาครัฐ จะต้องให้ความสนใจและสนับสนุนการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน IOT ให้มีคุณภาพอย่างเป็น รูปธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพสิน ลิ้มวัฒนกุล (2563) พบว่า คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออม สติน มี 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความสะดวกสบายและความง่ายต่อการใช้งาน โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความ พึงพอใจในการใช้ บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

6. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันที มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม เนื่องจากการที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการ เข้าพักโรงแรม และมีการตอบสนองความต้องการที่ทันต่อความต้องการ มีการโต้ตอบกับลูกค้าได้ทันที ทันเวลา และรวดเร็ว โดยที่ลูกค้า ไม่ต้องรอนาน จะสร้างความประทับใจในการให้บริการ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) พบว่า คุณภาพการท่องเที่ยว อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองทันทีผ่าน ซึ่งแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึง คุณภาพการให้บริการที่ผ่านเทคโนโลยี Internet of Things ที่ช่วยให้มีการตอบสนองการให้บริการ ทันทีผ่านอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน Internet of Things และสอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2559) พบว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้ง ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย สะดวก รวมทั้งกระจายการบริการได้ทั่วถึงไม่ต้องรอนานจน ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ

7. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม เนื่องจากความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่ง ในความต้องการและมีความจำเป็นต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งไม่มีใครที่อยากจะให้เกิดความเสียหายต่อตนเอง และทรัพย์สิน ดังนั้น การใช้บริการโรงแรม ผู้เข้าใช้บริการย่อมคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พัฒนา พรหมณี (2563) พบว่า ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับการ ตอบสนอง เป็นการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นความปลอดภัย เกิดความอบอุ่นและ มั่นคง ในชีวิตเป็นความต้องการระดับแรกของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วจะเกิด ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ

8. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงได้ ความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม เนื่องจาก การที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการบริการนั้นได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลาจะทำให้เกิดการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการนั้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทศน์พล แสงสี (2559) กล่าวว่า ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทันสมัย พร้อมทั้งจะรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว การจำหน่ายสินค้าผ่าน การบริการอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ ต่างให้ความสนใจ เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูล และช่องทางจำหน่าย ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้จากทั่วทุกมุมโลก เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นและเกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว

9. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม เนื่องจากความปลอดภัย เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการและคำนึงถึงเสมอก่อนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2559) กล่าวว่า ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นธุรกิจที่สนับสนุนการเดินทาง เพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศาสนา และการแสวงหา ความเพลิดเพลิน ความปลอดภัย ความสะดวกสบายใน การเดินทาง องค์ประกอบอย่างหนึ่งซึ่งขาดไม่ได้ในการเดินทาง และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ความปลอดภัยของชีวิต และทรัพย์สินของผู้เข้าใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

1.2 ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญ เนื่องจากจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้กับแหล่งชุมชนอีกทางหนึ่ง

1.3 ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ควรมีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ให้ตอบสนองความต้องการที่ทันต่อความต้องการ มีการโต้ตอบกับลูกค้าได้ทันที ทันเวลา และรวดเร็ว โดยที่ลูกค้าไม่ต้องรอนาน ซึ่งจะสร้างความประทับใจและเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 เปรียบเทียบกับของกลุ่มธุรกิจอื่น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการให้บริการ

2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ตรงประเด็น เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.3 ควรศึกษาโอกาสในการแข่งขันในระดับประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจของโรงแรม

3. ข้อจำกัดในการวิจัย

3.1 การเก็บข้อมูลเป็นไปค่อนข้างยาก เนื่องจากอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้การเก็บข้อมูลต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้วิจัย และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสำคัญ

3.2 ความซับซ้อนของเนื้อหาและกรอบแนวคิดทำให้ต้องสืบค้นงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากที่สุด



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กมลชนก กุดเมือง. (2560). *ธุรกิจโรงแรม*. สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 มีนาคม 2564. จาก <http://kamonchanok01.blogspot.com/p/2.html>.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2563 และแนวโน้มปี 2564*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการปกครอง. (2564). *ศูนย์บริการข้อมูล อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น*. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม*. สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 มีนาคม 2564. จาก <https://www.trustmarkthai.com/th>.
- กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2564). *ข้อมูลการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ขอนแก่น: กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. (2564). *รายงานประจำปี 2564*. ขอนแก่น: กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2559). *การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ณัฐนันท์ อุนรัตน์. (2559). *กลยุทธ์การบริการเชิงรุกและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐภัทร สมุทรจินดา. (2565). *ผลกระทบของการจัดการคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทัศน์พล แสงสี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธนาภรณ์ ทัศนภักดิ์. (2562). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมสวนวรุณ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ธนิต ธนะนิมิตร. (2559). *ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจและการใช้งานของเว็บไซต์ค้าปลีกในประเทศไทย*. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 2(1), 63-76, มกราคม-มีนาคม.

- ธิตีมา พลพวง และคณะ. (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. *วารสารบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(2), 34.
- น้ำลิน เทียวแก้ว. (2561). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บิณิชา พุทธเกิด. (2565). ผลกระทบของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และความไว้วางใจต่อการรับรู้ประโยชน์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาร์เก็ตเพลส. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 14(1), 29-41.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปัทิตตา หวายสันเทียะ. (2560). *คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา : หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ปณณวัชร พังราวาลัย. (2558). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัฒนา พรหมณี. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 26(1), 61-62, มกราคม-มิถุนายน.
- ไพลิน ลิ้มวัฒน์กุล. (2563). *ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อบริการสืบค้นรายการบรรณานุกรม*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาณุเดช เพียรความสุข. (2558). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์. (2560). *คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนา โพธิ์วรรณ. (2562). *การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

- วจนะ ภูพานี. (2555). *การตัดสินใจของผู้บริโภค เอกสารประกอบการสอนเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค*. มหาสารคาม: คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วราพรรณ อภิศุภะโชค และศิริพร เลิศไพศาลวงศ. (2560). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 24(2), 30-47, กรกฎาคม-ธันวาคม.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2562). การแบ่งประเภทของโรงแรม. สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 มีนาคม 2564. จาก <https://marketeeronline.co/archives/68468>.
- ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2556). คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 35(137), 86-99, กรกฎาคม-กันยายน.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและเศรษฐกิจฐานราก. (2560). *อัตราการเติบโตมูลค่าสินค้า OTOP เทียบกับปีฐาน* (2560). ม.ป.ท.: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและเศรษฐกิจฐานราก.
- สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ. (2564). *การบริหารทรัพยากรเชิงกลยุทธ์*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์. (2564). *ข้อมูลสารสนเทศจังหวัดกาฬสินธุ์*. กาฬสินธุ์: สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์.
- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. (2564). *แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564*. ขอนแก่น: สำนักงานจังหวัดขอนแก่น.
- สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. (2564). *รายงานการปฏิบัติราชการประจำปี 2564*. มหาสารคาม: สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม.
- สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). *ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารราชการจังหวัดร้อยเอ็ด*. ร้อยเอ็ด: สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด.
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้ บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อาชนัน เกาะไพบูลย์ และเพชรธรินทร์ วงศ์เจริญ. (2563). *เอกสารประกอบการสัมมนา ผลกระทบของ COVID-19 ต่ออุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Academic Resources Development Center: A R D C. (2012). *Service Psychology*. Date to Accessed March 2, 2021. from <http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse>.

- Babu, S. R., & Subramoniam, S. (2015). Development of a Scale to Measure e-Tourism Service Quality in Kerala. *Journal of IT and Economic Development*, 6(2): 36-59.
- Chinomona, R., and other. (2014). The Influence of e-service Quality on Customer Perceived Value, Customer Satisfaction and Loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331.
- Chiu, S. C., Liu, C. H., & Tu, J. H. (2016). The Influence of Tourists' Expectations on Purchase Intention: Linking Marketing Strategy for Low-cost Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 53, 226-234.
- Fang, Y., and other. (2014). Trust, Satisfaction, and Online Repurchase Intention : The Moderating Effectiveness of E-commerce Institutional Mechanisms. *MIS Quarterly*, 38(2), 407-427.
- Fatma, D. O., & Ali, K. (2014). Supermarket Self-checkout Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty : Empirical Evidence from an Emerging Market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 118-129.
- Hahn, S., and other. (2017). E-service Quality Management of a Hotel Website: A Scale and Implications for Management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(7), 694-716.
- Huang, Z., & Cai, L. A. (2015). Modeling Consumer-based Brand Equity for Multinational Hotel brands—When Hosts Become Guests. *Tourism Management*, 46, 431-443.
- Hussain, R., Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service Quality and Customer Satisfaction of a UAE-based Airline : An Empirical Investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
- Johnston, E. (2013). *5 Steps to Understanding Your Customer's Buying Process*. Date to Accessed March 10, 2021. from <https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>.
- Kontis, A. P., & Lagos, D. (2015). Factor Framework for the Evaluation of Multichannel Marketing Mixes in 5 City Hotels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175(1), 408-414.

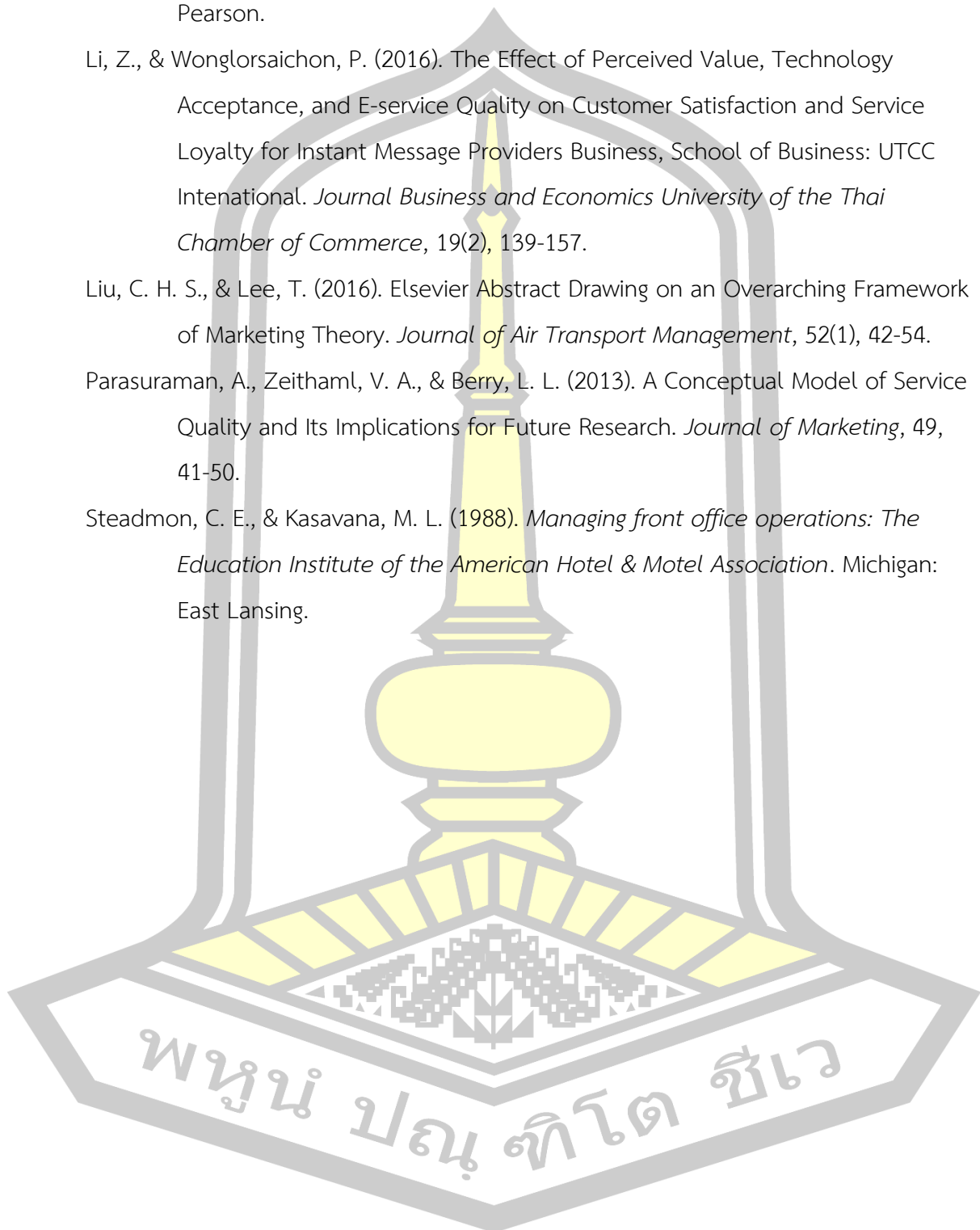
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Global ed. Edinburgh: Pearson.

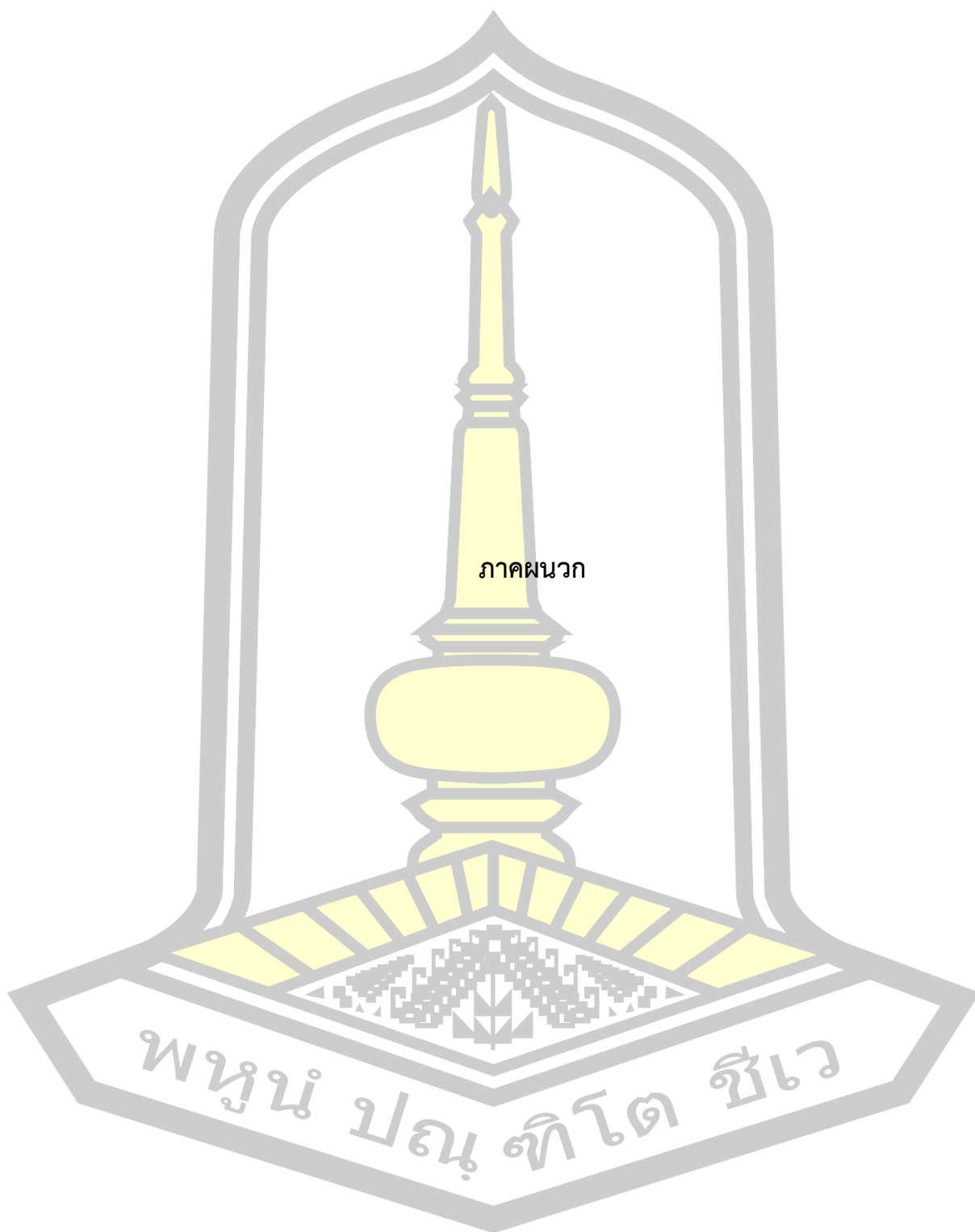
Li, Z., & Wonglorsaichon, P. (2016). The Effect of Perceived Value, Technology Acceptance, and E-service Quality on Customer Satisfaction and Service Loyalty for Instant Message Providers Business, School of Business: UTCC International. *Journal Business and Economics University of the Thai Chamber of Commerce*, 19(2), 139-157.

Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Elsevier Abstract Drawing on an Overarching Framework of Marketing Theory. *Journal of Air Transport Management*, 52(1), 42-54.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

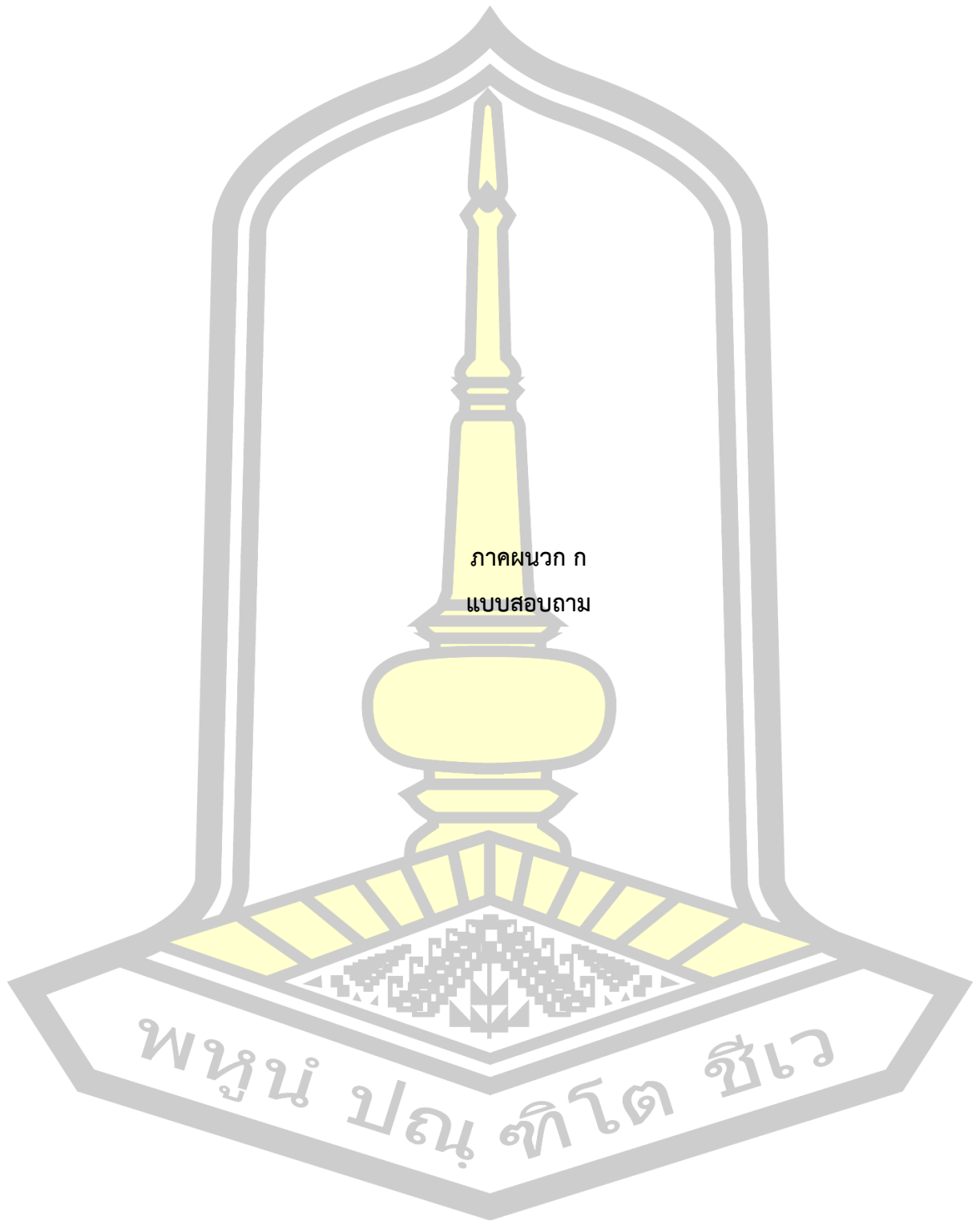
Steadmon, C. E., & Kasavana, M. L. (1988). *Managing front office operations: The Education Institute of the American Hotel & Motel Association*. Michigan: East Lansing.





ภาคผนวก

พหุมนุ ปณ ทิโต ชีเว



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

พหุบัณฑิตยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
และการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์ โควิด-19

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
จำนวน 7 ข้อ
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ข้อ
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 9 ข้อ
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้บริการ จำนวน 9 ข้อ
 2. การตอบแบบสอบถามครั้งนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์
ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบคำถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การ
วิจัยนี้ มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
 3. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูก
เก็บเป็นความลับ และการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
 4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปผลการวิจัย โปรดแนบชื่อและที่อยู่หรือนามบัตรของ
ท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้
() ต้องการ () ไม่ต้องการ
 5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามฉบับนี้ โปรดติดต่อ
ข้าพเจ้านายสงกรานต์ เจริญบุญ บ้านเลขที่ 13 ถนนศรีสวัสดิ์รัตนโกสินทร์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม 44000 หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ 088-3380010 หรือ E-mail address :
pkrusong8@gmail.com
- ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและ
ขอความกรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายใน 15 วัน นับจากวันที่ท่านได้รับแบบสอบถามด้วย
จักขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นายสงกรานต์ เจริญบุญ)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 30ปี 30 - 40 ปี
 41 - 50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

- โสด สมรส
 หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

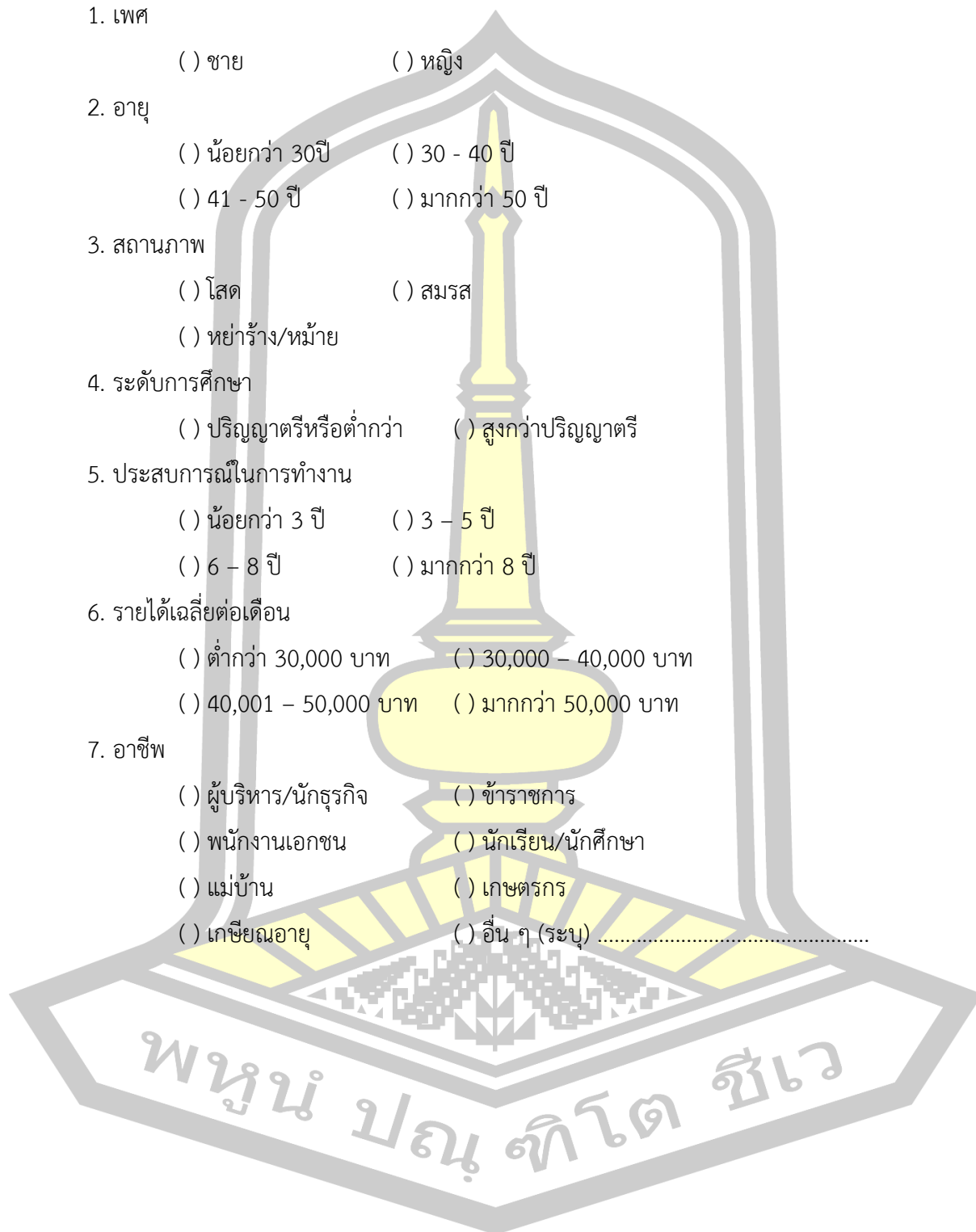
- น้อยกว่า 3 ปี 3 - 5 ปี
 6 - 8 ปี มากกว่า 8 ปี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 30,000 บาท 30,000 - 40,000 บาท
 40,001 - 50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท

7. อาชีพ

- ผู้บริหาร/นักธุรกิจ ข้าราชการ
 พนักงานเอกชน นักเรียน/นักศึกษา
 แม่บ้าน เกษตรกร
 เกษียณอายุ อื่น ๆ (ระบุ)



ตอนที่ 2 ระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การจับต้องได้ของบริการ (Tangibility)					
1. เส้นทางการเดินทางมาพักที่โรงแรมสะดวก คั้นหาง่าย					
2. โรงแรมมีสถานที่และบริเวณรอบ ๆ ตกแต่งที่สวยงาม ทันสมัย					
3. โรงแรมมีความปลอดภัย มีสัญลักษณ์บ่งบอกชัดเจน					
4. การบริการของโรงแรมมีความหลากหลาย					
การตอบโต้ทันที (Responsiveness)					
5. โรงแรมมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ทันที					
6. พนักงานของโรงแรมมีความกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
7. โรงแรมมีระบบเช็คอิน เช็คเอาท์ ที่สะดวกรวดเร็ว					
ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability)					
8. พนักงานของโรงแรมสามารถปฏิบัติงานได้ดี ทำให้เกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือได้					
9. พนักงานของโรงแรมมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริการได้เป็นอย่างดี					
10. พนักงานของโรงแรมให้บริการตรงตามเวลา เช่น การเช็คอิน การจัดส่งกระเป๋า เป็นต้น					
11. พนักงานของโรงแรมให้ข้อมูลต่าง ๆ และให้บริการอย่างถูกต้อง					
12. โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี					
ความน่าไว้วางใจ (Trust)					
13. พนักงานของโรงแรมมีพฤติกรรมที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ					
14. พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยรอยยิ้ม สุภาพอ่อนโยน และมีอัธยาศัยที่ดี					

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15. พนักงานของโรงแรมปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการที่กำหนดให้					
16. พนักงานของโรงแรมให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าใช้บริการ					
17. พนักงานของโรงแรมแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องและเชื่อถือได้					
18. พนักงานของโรงแรมสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ที่สำคัญได้ดี					
19. พนักงานของโรงแรมเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย					
20. พนักงานของโรงแรมให้บริการเป็นอย่างดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ					
21. พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยความเต็มใจ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที					
การใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (Ease of Use)					
22. โรงแรมมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ					
23. พนักงานของโรงแรมใส่ใจผู้ให้บริการเป็นอย่างดี					
24. โรงแรมมีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง					
การตอบสนองทันที (Internet of Things)					
25. พนักงานของโรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ					
26. พนักงานของโรงแรมมีความพร้อม เต็มใจบริการ สามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้อย่างรวดเร็ว					
27. พนักงานของโรงแรมให้บริการที่ทันเวลา และสะดวกรวดเร็ว					
คุณภาพด้านความปลอดภัย (Security)					
28. โรงแรมมีการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการอย่างปลอดภัย และไม่เปิดเผยโดยง่าย					
29. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เช่น ตู้নিরภัยในห้องพัก สถานที่จอดรถที่ปลอดภัย มี รปภ.รักษาการตลอด 24 ชั่วโมง					

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
30. พนักงานของโรงแรมสามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี					
31. โรงแรมทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยต่อสถานการณ์ที่เข้าพัก					
ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ (Service Process)					
1. การให้บริการของโรงแรมมีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เข้าใจง่าย					
2. การให้บริการของโรงแรมมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอใช้บริการ					
3. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม					
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (Service Personnel)					
4. พนักงานผู้ให้บริการมีกิริยาสุภาพเรียบร้อยเป็นมิตร					
5. พนักงานทำให้รู้สึกว่าการบริการนั้นเกิดความพึงพอใจและความประทับใจต่อการใช้บริการ					
6. พนักงานสามารถตอบคำถามและให้บริการที่ชัดเจน หายข้อสงสัย					
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Location and Facilities)					
7. โรงแรมมีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วน					
8. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดความสะดวกสบาย					
9. โรงแรมมีความสะอาดเรียบร้อย					

ตอนที่ 4 ระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

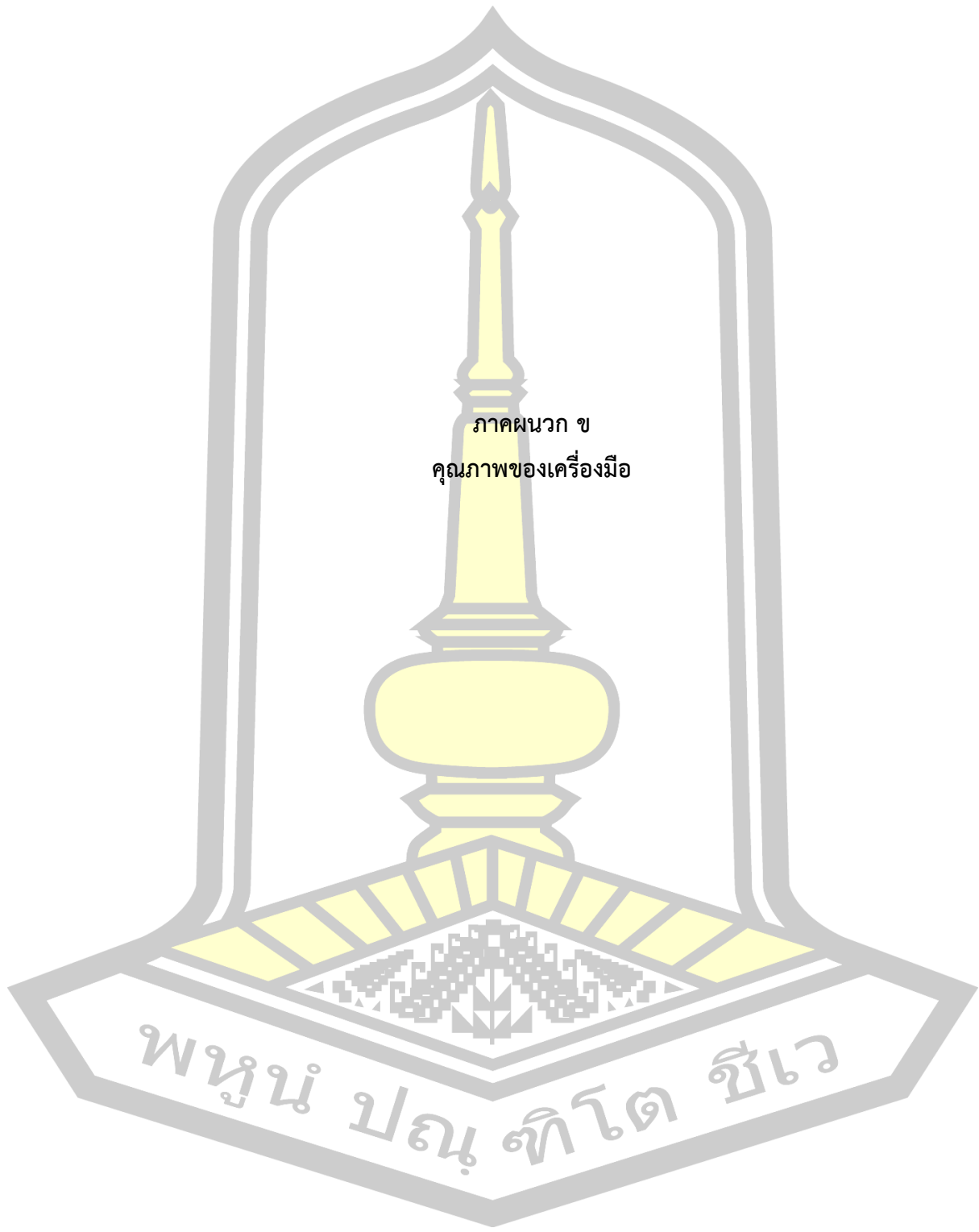
ระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)					
1. ท่านได้เปรียบเทียบโรงแรมที่พักจากหลาย ๆ โรงแรม ก่อนการตัดสินใจเข้าพัก					
2. โรงแรมนี้สามารถสนองความต้องการ และการมองหาประโยชน์ที่ได้รับจากบริการได้เป็นอย่างดี					
3. ท่านได้ตัดสินใจเข้ารับบริการจากโรงแรมด้วยเหตุผลที่ไตร่ตรองแล้ว					
การตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making)					
4. ท่านใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกเข้าพัก					
5. การตัดสินใจเข้าพักถือว่าเหมาะสมที่สุด					
6. ท่านเลือกเข้าพักด้วยความจำเป็นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริการของโรงแรม					
พฤติกรรมหลังการใช้บริการ (Behavior after using the Service)					
7. หลังจากเข้าพักแล้วท่านมีความประทับใจและจะบอกต่อผู้อื่นให้มาพัก					
8. หลังจากเข้าพักแล้วท่านจะกลับมาพักอีกในครั้งต่อไป					
9. ท่านให้ข้อเสนอแนะในการเข้าใช้บริการทุกครั้งที่มีการใช้บริการ					

ขอขอบพระคุณ ที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

(นายสงกรานต์ เจริญบุญ)

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ภาคผนวก ข
คุณภาพของเครื่องมือ

พหุบัณฑิต โท ชีวะ

ตาราง 25 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

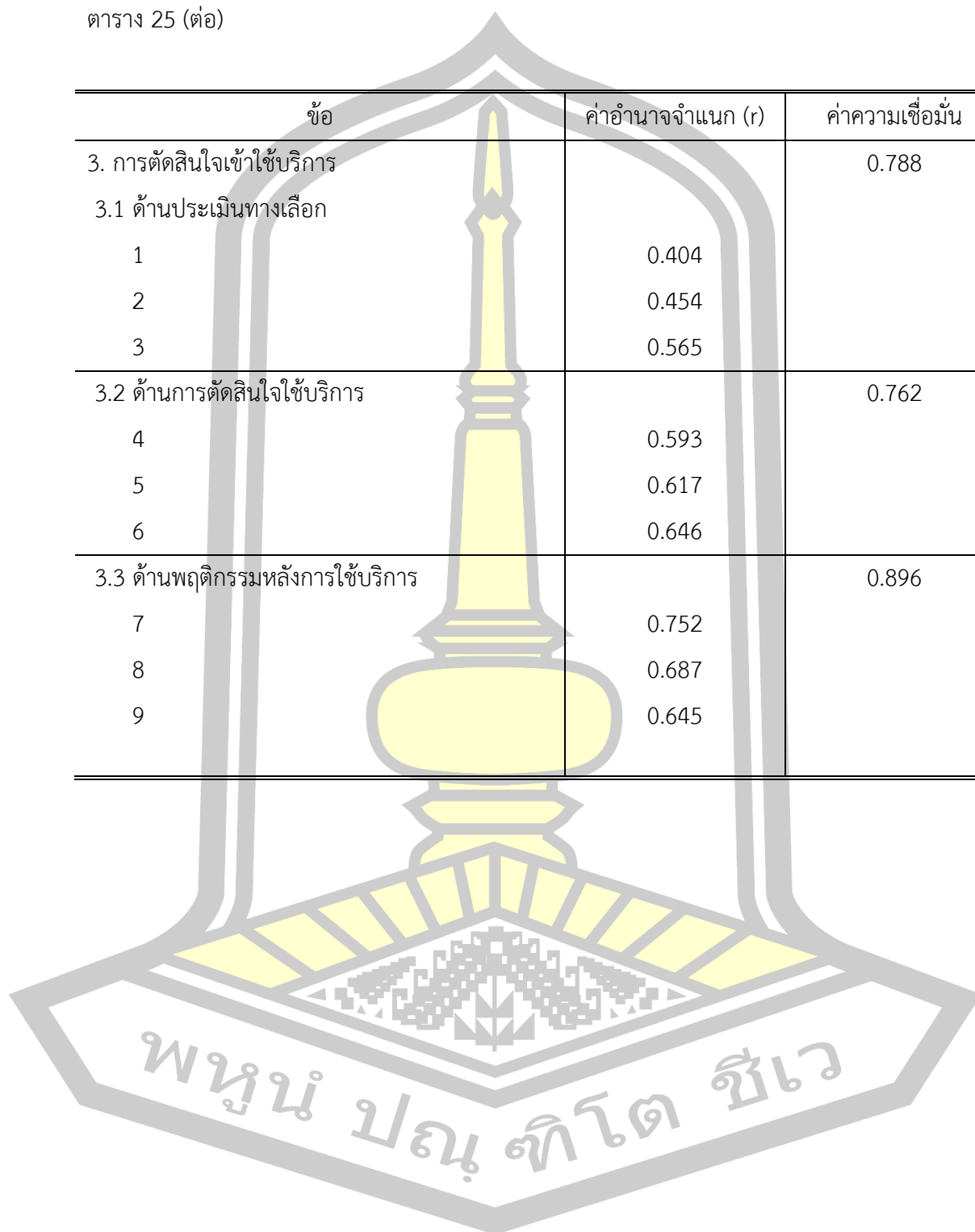
ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์		
1.1 ด้านการจับต้องได้ของบริการ		0.781
1	0.501	
2	0.478	
3	0.493	
4	0.665	
1.2 ด้านการโต้ทันที		0.788
5	0.597	
6	0.441	
7	0.508	
1.3 ด้านความเชื่อถือได้ของข้อมูล		0.791
8	0.505	
9	0.505	
10	0.660	
11	0.720	
12	0.651	
1.4 ด้านความน่าไว้วางใจ		0.812
13	0.540	
14	0.553	
15	0.636	
16	0.689	
17	0.670	
1.5 ด้านการเข้าถึงได้		0.741
18	0.671	
19	0.588	
20	0.695	
21	0.715	

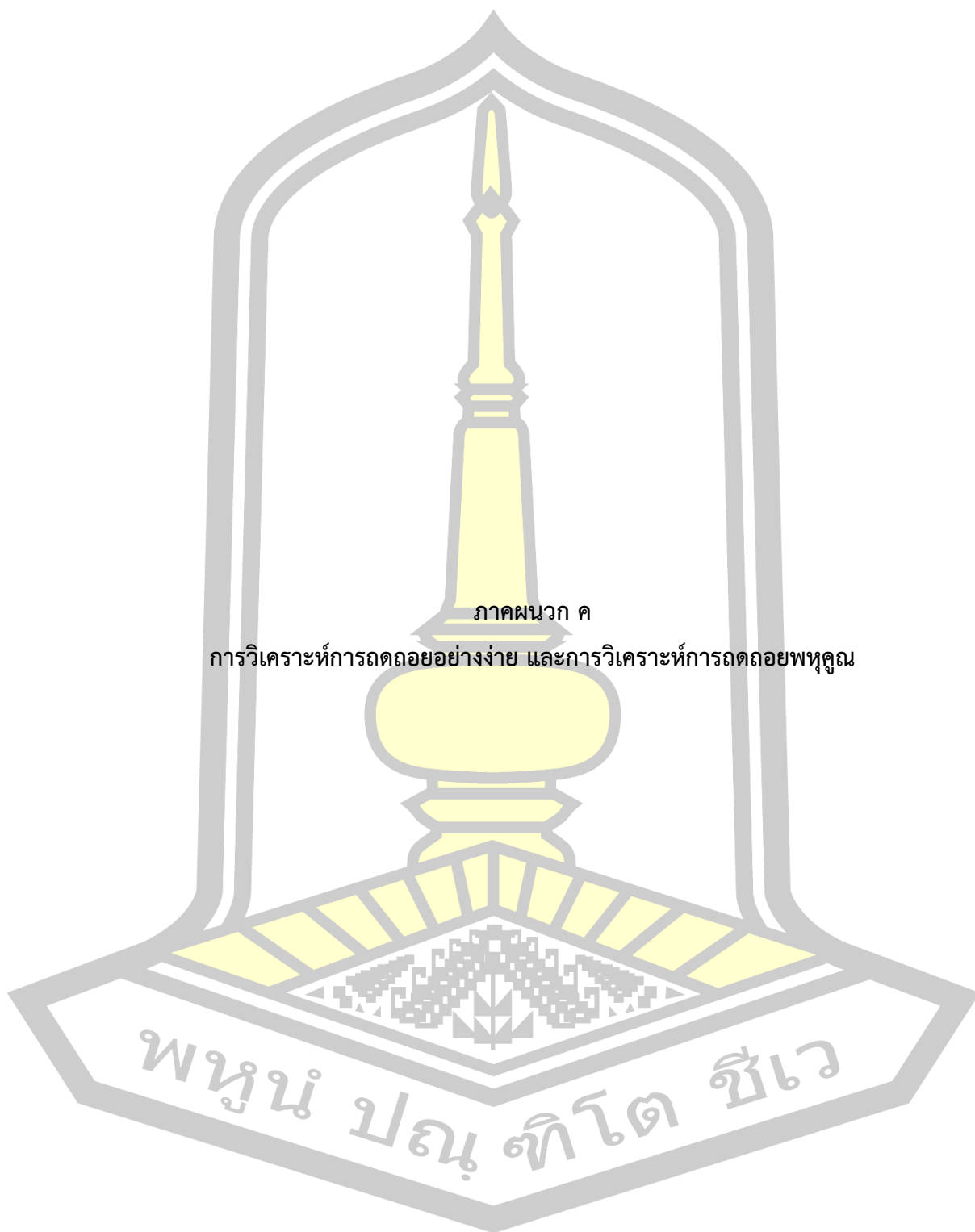
ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1.6 ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง		0.744
22	0.635	
23	0.689	
24	0.752	
1.7 การตอบสนองทันที		0.891
25	0.516	
26	0.517	
27	0.501	
1.8 ด้านคุณภาพความปลอดภัย		0.805
28	0.553	
29	0.562	
30	0.526	
31	0.430	
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ		0.781
2.1 ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	0.520	
1	0.523	
2	0.653	
3	0.658	
2.2 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ		0.875
4	0.562	
5	0.695	
6	0.751	
2.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก		0.780
7	0.476	
8	0.610	
9	0.563	

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
3. การตัดสินใจเข้าใช้บริการ		0.788
3.1 ด้านประเมินทางเลือก		
1	0.404	
2	0.454	
3	0.565	
3.2 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ		0.762
4	0.593	
5	0.617	
6	0.646	
3.3 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ		0.896
7	0.752	
8	0.687	
9	0.645	





ภาคผนวก ค

การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

พหุคูณ ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 26 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

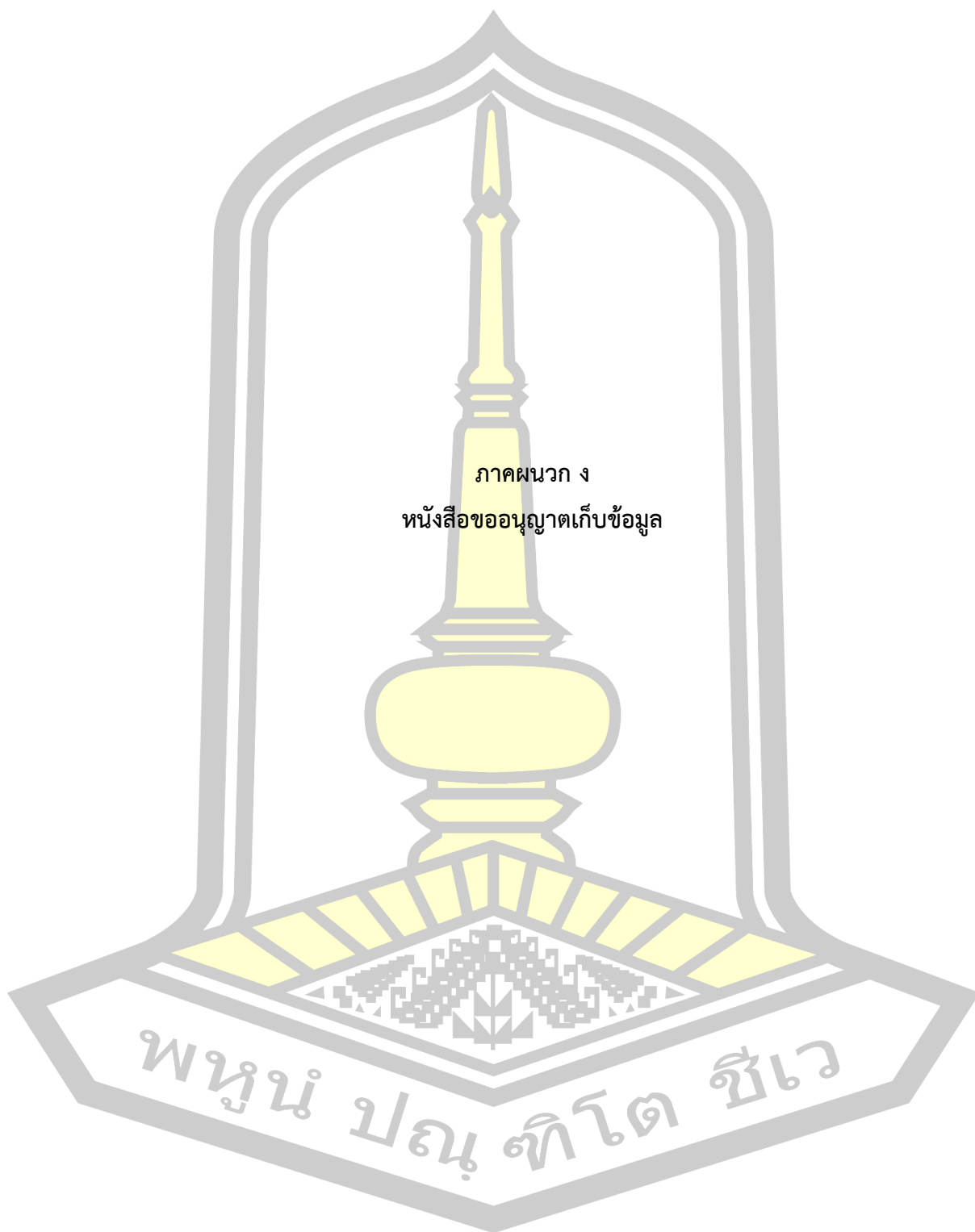
คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.310	0.095	3.254	0.001*
ด้านความน่าไวใจ (XX4)	-0.051	0.060	-0.838	0.403
ด้านการใช้งานง่ายกับทุกช่องทาง (XX6)	0.886	0.076	11.711	0.000*
ด้านการตอบสนองทันที (XX7)	0.179	0.061	2.916	0.004*
ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8)	-0.071	0.045	-1.561	0.120
F = 505.600 p = 0.000 AdjR ² = 0.874				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	การตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.550	0.108	5.097	0.000*
ด้านการเข้าถึงได้ (XX5)	0.861	0.046	18.615	0.000*
ด้านคุณภาพด้านความปลอดภัย (XX8)	0.011	0.046	0.233	0.816
F = 576.769 p = 0.000 AdjR ² = 0.797				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาคผนวก ง
หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล

พหุ ประทีป ชัยเว



ที่ อว 0605.17(3)/114

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 มีนาคม 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย

เรียน ผู้จัดการโรงแรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามวิจัย จำนวน ชุด

ด้วย นายสงกรานต์ เจริญบุญ นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิสิต 62011080006 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ
โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัย
ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้ว
เห็นว่าหน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสม ดังนั้น จึงขออนุญาตเก็บข้อมูลประกอบการทำวิจัย
ดังกล่าว โดยมอบหมายให้ นายสงกรานต์ เจริญบุญ หมายเลขติดต่อ 08 8338 0010 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

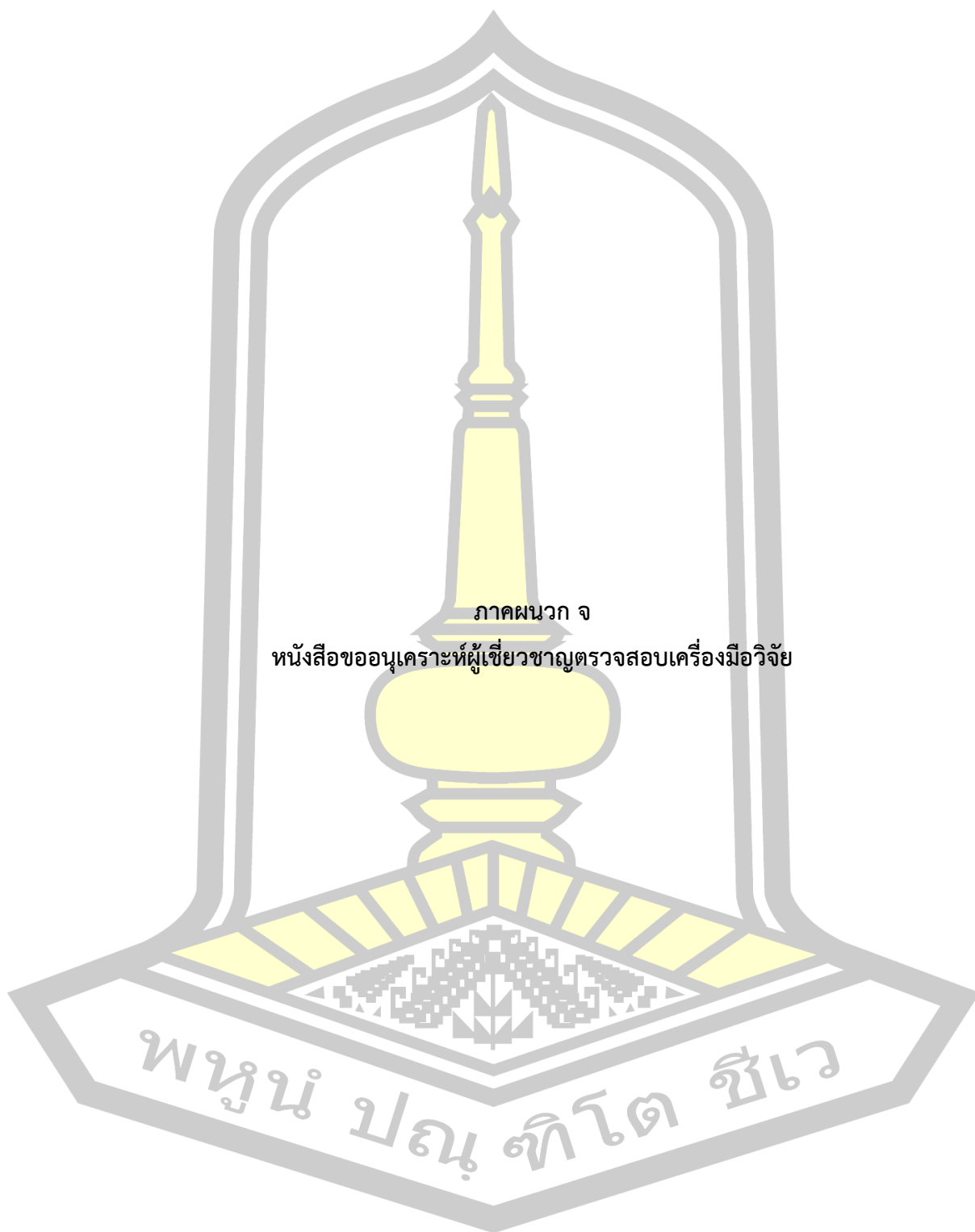
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763



ภาคผนวก จ

หนังสือขออนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

พหุบัน ปณ ทิโต ชีเว

ที่ อว 0605.17(3)006



คณะกรรมการส่งเสริมและสร้างเสริม
มหาวิทยาลัยอภยศาสตร์
ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

10 มกราคม 2565

เรื่อง ขอบขออนุญาตฯ ให้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ เสงี่ยมกุล (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวกานต์ เจริญบุญ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 62011080006 สาขาวิชาการจัดการการส่งเสริมและสร้างเสริม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่ง นิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีคุณสมบัติความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในกรณี เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยดังกล่าวไปได้ด้วยดี คณะกรรมการส่งเสริมและสร้างเสริม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงขอขออนุญาตฯ ให้ท่านเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ในการพิจารณากรณีออกแบบสอบถามเพื่อ นิสิต จะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะขออภัยให้ นางสาวกานต์ เจริญบุญ หมายเลขติดต่อ 08 8338 0010 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการส่งเสริมและสร้างเสริม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและสร้างเสริม

โทรศัพท์ 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/008

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

10 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสงกรานต์ เจริญบุญ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 62011080006 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในกรณี เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาค้นคว้าวิจัยดังกล่าวไปได้อย่างดี คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะขออภัยให้ นางสงกรานต์ เจริญบุญ หมายเลขติดต่อ 08 8338 0010 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐุม หงษ์สุวรรณ)
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763

ที่ อว 0605.17(3)/007



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

10 มกราคม 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิตา นุริตมนตรี (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสงกรานต์ เจริญบุญ นิสิตรระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 62011080006 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในสถานการณ์โควิด-19 ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในกรณี เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถามเพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ นางสงกรานต์ เจริญบุญ หมายเลขติดต่อ 08 8338 0010 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปoom พงษ์สุวรรณ)
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4397 0763

