

ชื่อเรื่อง	ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ ต่อโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้วิจัย	นายหริรักษ์ จันทิมะ, นายสรายุทธ มุลอ้ต, นายธีรมิตร จันทร์สิงห์
สังกัด	คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปีที่ทำการวิจัย	ปีงบประมาณ 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการต่อโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล เพื่อใช้วิเคราะห์ตัวแปรในแบบสอบถามและอธิบายผลวิจัยเพื่อเติมจากแบบสอบถาม และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 267 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติวิธี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test : ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) วิเคราะห์สหพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบนัยความสำคัญระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา และสมมติฐานของการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า การคาดหวังบริการโดยการเปรียบเทียบกับ การรับรู้คุณภาพของการบริการ

ของผู้ใช้บริการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีความคาดหวังด้านความพึงพอใจ ด้านเครื่องมือ/สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคา ด้านการได้รับการแนะนำและด้านข่าวสาร/สื่อจากผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.590 – 0.835 และจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์การรับรู้คุณภาพของการบริการ (BTT) ได้ดังนี้ $BTT = 0.76 + 0.124(ACT) + 0.440(ADT) + .201(AET)$ ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการโดยรวม (BTT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.771 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ความคาดหวังบริการแต่ละด้านกับตัวแปรตามการรับรู้คุณภาพของการบริการโดยรวม) ในสมการถดถอยพหุคูณ พบว่าการรับรู้คุณภาพของการบริการ ด้านราคา(ACT) ด้านการได้รับการแนะนำ (AET) และด้านข่าวสาร/สื่อจากผู้ให้บริการ(AET) ส่งผลกระทบเชิงบวกกับการรับรู้บริการ (BTT) คือ ความคาดหวังบริการด้านราคา ความคาดหวังบริการด้านการได้รับคำแนะนำ และความคาดหวังบริการด้านข่าวสาร/สื่อจากผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกและกระทบกับการรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำสำคัญ : ความคาดหวัง, การรับรู้คุณภาพการบริการ, ผู้ใช้บริการ, โรงแรมบูติค