

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 322 ราย ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอในตารางที่ 1 – ตารางที่ 11

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริงของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ เสนอในตารางที่ 12 – ตารางที่ 14

2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ เสนอในตารางที่ 15 – 16

2.3 ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป และอายุ เสนอในตารางที่ 17 – ตารางที่ 26

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ เสนอในตารางที่ 27 - 28

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	173	53.7
หญิง	149	46.3
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และเป็นเพศหญิง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	98	30.4
26 – 35 ปี	149	46.3
36 - 45 ปี	38	11.8
46 - 55 ปี	25	7.8
55 ปีขึ้นไป	12	3.7
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปีมากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 ช่วงอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ช่วงอายุระหว่าง 46 – 55 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	66	20.5
ข้าราชการ/พนักงานองค์กรของรัฐ	57	17.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	14.0
พนักงานบริษัทเอกชน	136	42.2
เกษตรกร	9	2.8
อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ ทนาย และผู้ที่ไม่มียานทำ	9	2.8
รวม	322	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน จำนวน 4 คน ข้าราชการบำนาญ จำนวน 2 คน ทนาย จำนวน 2 คน และไม่มีงานทำ จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือนักเรียน นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ข้าราชการ/พนักงานองค์กรของรัฐ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เกษตรกร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน จำนวน 4 คน ข้าราชการบำนาญ จำนวน 2 คน ทนาย จำนวน 2 คน และผู้ที่ไม่มียานทำ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30,000 บาท	75	23.3
30,001 – 60,000 บาท	82	25.5
60,001 – 90,000 บาท	78	24.2
90,001 – 120,000 บาท	27	8.4
120,001 – 150,000 บาท	20	6.2
มากกว่า 150,001 บาท	40	12.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 30,001 – 60,000 บาทมากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาคือ รายได้ 60,001 – 90,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รายได้ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้มากกว่า 150,001 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 รายได้ 90,001 - 120,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ รายได้ 120,001 - 150,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศ

ทวีป	ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยุโรปเหนือ	เดนมาร์ก	3	0.9
	ไอซ์แลนด์	9	2.8
ยุโรปตะวันออก	ฮังการี	3	0.9
ยุโรปตะวันตก	สหราชอาณาจักร	23	7.1
	ฝรั่งเศส	27	8.4
	เยอรมนี	9	2.8
	สวิตเซอร์แลนด์	3	0.9
ยุโรปใต้	อิตาลี	56	17.4
	สเปน	48	14.9
	คาตาลเนีย	4	1.2
	โปรตุเกส	2	0.6
อเมริกาเหนือ	สหรัฐอเมริกา	29	9.0
	แคนาดา	23	7.1
ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย	35	10.9
	นิวซีแลนด์	13	4.0
เอเชีย	สิงคโปร์	6	1.9
	จีน	15	4.7
	มาเลเซีย	7	2.2
	เกาหลี	4	1.2
อื่นๆ (อเมริกากลาง)	คอสตาริกา	3	0.9
รวม		322	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมาจากประเทศอิตาลีมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 รองลงมาคือ ประเทศสเปน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และประเทศออสเตรเลีย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

เมื่อจัดกลุ่มใหม่เพื่อนำไปวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้ำที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป ได้จำแนกเป็น 5 กลุ่ม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมาจากทวีปยุโรปใต้ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ทวีปยุโรป ประกอบด้วยทวีปยุโรปเหนือ ยุโรปตะวันออก ยุโรปตะวันตก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 ทวีปอเมริกา ประกอบด้วยทวีปอเมริกาเหนือ และอเมริการกลาง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ทวีปออสเตรเลีย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และทวีปเอเชีย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	322	100.0
เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า	0	0.0
เพื่อปฏิบัติงานราชการ	0	0.0
เพื่อศึกษาค้นคว้า	0	0.0
เพื่อประชุมสัมมนา	0	0.0
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	33	10.2
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-5 คน	289	89.8
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6-10 คน	0	0.0
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 10 คนขึ้นไป	0	0.0
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-5 คน จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก

ระยะเวลาในการเข้าพักต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 คืน	106	32.9
3-5 คืน	192	59.6
6-8 คืน	24	7.5
8 คืน ขึ้นไป	0	0.0
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-5 คน จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจองห้องพักก่อนเข้าพัก

การจองห้องพักก่อนเข้าพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จอง	242	75.2
ไม่จอง	80	24.8
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจองห้องพักก่อนเข้าพัก จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 และไม่จอง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รู้จักโรงแรม

แหล่งข้อมูลที่รู้จักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	37	11.5
อินเทอร์เน็ต	144	44.7
ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	7	2.2
นิตยสาร	0	0.0
หนังสือนำเที่ยว	18	5.6
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	50	15.5
บริษัทท่องเที่ยว	61	18.9
อื่นๆ ได้แก่ การเดินเข้าไปถามหาห้องว่างโดยไม่ได้จองไว้	13	4.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 322 คน

อื่นๆ ได้แก่ การเดินเข้าไปถามหาห้องว่างโดยไม่ได้จองไว้ จำนวน 13 คน

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลที่รู้จักโรงแรมจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ บริษัทท่องเที่ยว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 หนังสือนำเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 อื่นๆ ได้แก่ การเดินเข้าไปถามหาห้องว่างโดยไม่ได้จองไว้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจในการเลือกโรงแรมที่พัก

ผู้ตัดสินใจในการเลือกโรงแรมที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นผู้ตัดสินใจเอง	173	53.7
ผู้ร่วมเดินทาง	78	24.2
บริษัท/ที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้	0	0.0
บริษัทการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้	66	20.5
ญาติ/เพื่อนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้จัดเตรียมให้	5	1.6
รวม	322	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักเอง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 บริษัทการท่องเที่ยวเป็นผู้จัดหาให้ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และญาติ/เพื่อนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้จัดเตรียมให้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมพาราซอล อินน์

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ ทั้ง 10 ด้าน ซึ่งได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ได้แสดงในตารางที่ 12 - ตารางที่ 14

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1.ด้านการเข้าถึงลูกค้า	5.63	6.31
2.ด้านการติดต่อสื่อสาร	5.63	6.32
3.ด้านความสามารถ	5.60	6.31
4.ด้านความมีน้ำใจ	5.87	6.49
5.ด้านความน่าเชื่อถือ	5.75	6.32
6.ด้านความไว้วางใจ	5.76	6.30
7.ด้านการตอบสนองลูกค้า	5.77	6.36
8.ด้านความปลอดภัย	5.83	6.48
9.ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	5.51	5.84
10.ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	5.62	6.30

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงสูงกว่าระดับความคาดหวังในทุกด้าน โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ สูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ (ค่าเฉลี่ย 6.49) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 6.48) และด้านการตอบสนองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.36) ตามลำดับ

ระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ พบว่ามีความคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ (ค่าเฉลี่ย 5.87) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 5.83) และด้านการตอบสนองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า								
โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	90 (29.1)	98 (31.7)	80 (25.9)	39 (12.6)	2 (0.6)	-	-	5.76 (มาก)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	88 (27.3)	98 (30.4)	82 (25.5)	45 (14.0)	9 (2.8)	-	-	5.66 (มาก)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทาง และอื่นๆ)	43 (14.0)	124 (40.4)	88 (28.7)	41 (13.4)	11 (3.6)	-	-	5.48 (มาก)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร								
พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	65 (20.4)	129 (40.4)	76 (23.8)	40 (12.5)	9 (2.8)	-	-	5.63 (มาก)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
3. ด้านความสามารถ พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพักได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑน์, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	77 (24.3)	101 (31.9)	83 (26.2)	47 (14.8)	9 (2.8)	-	-	5.60 (มาก)
4. ด้านความมีน้ำใจ พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	118 (36.6)	98 (30.4)	67 (20.8)	34 (10.6)	5 (1.6)	-	-	5.90 (มาก)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	92 (28.6)	126 (39.1)	71 (22.0)	24 (7.5)	9 (2.8)	-	-	5.83 (มาก)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	95 (31.0)	94 (30.7)	62 (20.3)	51 (16.7)	4 (1.3)	-	-	5.74 (มาก)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้	88 (27.8)	105 (33.1)	87 (27.4)	33 (10.4)	4 (1.3)	-	-	5.76 (มาก)
6. ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	87 (27.0)	136 (42.2)	41 (12.7)	49 (15.2)	9 (2.8)	-	-	5.75 (มาก)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง	80 (24.8)	141 (43.8)	53 (16.5)	37 (11.5)	11 (3.4)	-	-	5.75 (มาก)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	77 (24.4)	128 (40.6)	70 (22.2)	28 (8.9)	12 (3.8)	-	-	5.73 (มาก)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง							ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.)	84 (26.8)	113 (36.0)	68 (21.7)	45 (14.3)	4 (1.3)	-	-	5.73 (มาก)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที	81 (25.2)	135 (41.9)	64 (19.9)	30 (9.3)	12 (3.7)	-	-	5.75 (มาก)
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	103 (32.4)	109 (34.3)	63 (19.8)	43 (13.5)	-	-	-	5.86 (มาก)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และมีการชัดเจนความไม่สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	74 (26.3)	102 (36.3)	46 (16.4)	51 (18.1)	8 (2.8)	-	-	5.65 (มาก)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ	79 (25.7)	98 (31.9)	68 (22.1)	58 (18.9)	4 (1.3)	-	-	5.62 (มาก)
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่	99 (31.0)	104 (32.6)	86 (27.0)	26 (8.2)	4 (1.3)	-	-	5.83 (มาก)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	43 (13.4)	115 (35.7)	97 (30.1)	59 (18.3)	8 (2.5)	-	-	5.39 (มาก)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง							ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	35 (11.3)	112 (36.1)	81 (26.1)	65 (21.0)	9 (2.9)	8 (2.6)	-	5.24 (ค่อนข้างมาก)
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	51 (15.8)	121 (37.6)	87 (27.0)	48 (14.9)	15 (4.7)	-	-	5.45 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	60 (18.6)	129 (40.1)	87 (27.0)	40 (12.4)	5 (1.6)	1 (0.3)	-	5.61 (มาก)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด	70 (21.7)	123 (38.2)	77 (23.9)	39 (12.1)	13 (4.0)	-	-	5.61 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอต่อความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	84 (26.1)	101 (31.4)	66 (20.5)	55 (17.1)	4 (1.2)	12 (3.7)	-	5.53 (มาก)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	77 (24.4)	93 (29.5)	77 (24.4)	39 (12.4)	25 (7.9)	4 (1.2)	-	5.46 (มาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	86 (27.0)	105 (33.0)	80 (25.2)	30 (9.4)	13 (4.1)	4 (1.3)	-	5.66 (มาก)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	95 (29.5)	108 (33.5)	65 (20.2)	49 (15.2)	5 (1.6)	-	-	5.74 (มาก)

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง							ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	36 (17.3)	63 (30.3)	50 (24.0)	28 (13.5)	18 (8.7)	13 (6.3)	-	5.15 (ค่อนข้างมาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานของ โรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	87 (27.6)	106 (33.7)	72 (22.9)	37 (11.7)	13 (4.1)	-	-	5.69 (มาก)
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	84 (26.7)	97 (30.8)	59 (18.7)	56 (17.8)	19 (6.0)	-	-	5.54 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ ด้านการเข้าถึงลูกค้า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.76)

ด้านการติดต่อสื่อสาร มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาอังกฤษ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 5.63)

ด้านความสามารถ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 5.60)

ด้านความมีน้ำใจ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 5.90)

ด้านความน่าเชื่อถือ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้ (ค่าเฉลี่ย 5.76)

ด้านความไว้วางใจ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการ ได้ตามที่สัญญาไว้ และการให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 5.75 เท่ากัน)

ด้านการตอบสนองลูกค้า มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของ โรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.86)

ด้านความปลอดภัย มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 5.83)

ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของ โรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของ โรงแรม) (ค่าเฉลี่ย 5.74) และมีความคาดหวังในระดับค่อนข้างมากในปัจจัยย่อยด้านห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.24) และด้าน โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน (ค่าเฉลี่ย 5.15)

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยคาดหวังสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของ โรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.69)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับการรับรู้จริงในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้							ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	169 (54.7)	96 (31.1)	36 (11.7)	8 (2.6)	-	-	-	6.38 (มากที่สุด)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	162 (51.1)	102 (32.2)	42 (13.2)	6 (1.9)	5 (1.6)	-	-	6.29 (มากที่สุด)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ)	141 (47.0)	105 (35.0)	47 (15.7)	7 (2.3)	-	-	-	6.27 (มากที่สุด)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาอังกฤษ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	168 (53.5)	90 (28.7)	47 (15.0)	7 (2.2)	2 (0.6)	-	-	6.32 (มากที่สุด)
3. ด้านความสามารถ พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพักได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิธีกรรม, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	182 (59.3)	61 (19.9)	52 (16.9)	5 (1.6)	2 (0.7)	5 (1.6)	-	6.31 (มากที่สุด)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับการรับรู้จริงในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
4. ด้านความมีน้ำใจ พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	216 (67.1)	67 (20.8)	30 (9.3)	4 (1.2)	3 (0.9)	2 (0.6)	-	6.50 (มากที่สุด)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	209 (64.9)	67 (20.8)	35 (10.9)	11 (3.4)	-	-	-	6.47 (มากที่สุด)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	174 (58.4)	59 (19.8)	41 (13.8)	22 (7.4)	2 (0.7)	-	-	6.28 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้	174 (55.2)	90 (28.6)	43 (13.7)	6 (1.9)	-	2 (0.6)	-	6.35 (มากที่สุด)
6. ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	164 (50.9)	100 (31.1)	36 (11.2)	16 (5.0)	6 (1.9)	-	-	6.24 (มากที่สุด)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง	168 (52.7)	95 (29.8)	38 (11.9)	16 (5.0)	2 (0.6)	-	-	6.29 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	152 (48.3)	104 (33.3)	46 (14.6)	11 (3.5)	2 (0.6)	-	-	6.25 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ต้องการ ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.)	162 (52.6)	104 (33.8)	31 (10.1)	11 (3.6)	-	-	-	6.35 (มากที่สุด)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับการรับรู้จริงในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่	160 (50.2)	115 (36.1)	35 (11.0)	9 (2.8)	-	-	-	6.34 (มากที่สุด)
พนักงานของ โรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	206 (64.8)	78 (24.5)	27 (8.5)	5 (1.6)	2 (0.6)	-	-	6.51 (มากที่สุด)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	116 (45.3)	93 (36.3)	29 (11.3)	18 (7.0)	-	-	-	6.20 (มากที่สุด)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ	152 (51.5)	75 (25.4)	47 (15.9)	17 (5.8)	2 (0.7)	-	2 (0.7)	6.19 (มากที่สุด)
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่	198 (62.1)	79 (24.8)	38 (11.9)	4 (1.3)	-	-	-	6.48 (มากที่สุด)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	75 (23.3)	121 (37.6)	72 (22.4)	52 (16.1)	2 (0.6)	-	-	5.67 (มาก)
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	70 (23.1)	84 (27.7)	73 (24.1)	48 (15.8)	15 (5.0)	9 (3.0)	4 (1.3)	5.34 (มาก)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับการรับรู้จริงในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย	น้อย ที่สุด	
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	85 (26.7)	94 (29.6)	85 (26.7)	49 (15.4)	-	5 (1.6)	-	5.63 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	131 (40.7)	93 (28.9)	64 (19.9)	33 (10.2)	1 (0.3)	-	-	5.99 (มาก)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด	127 (39.4)	76 (23.6)	79 (24.5)	23 (7.1)	17 (5.3)	-	-	5.85 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	126 (39.1)	80 (24.8)	64 (19.9)	36 (11.2)	7 (2.2)	9 (2.8)	-	5.79 (มาก)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	109 (35.6)	87 (28.4)	59 (19.3)	40 (13.1)	3 (1.0)	8 (2.6)	-	5.77 (มาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	148 (48.2)	89 (29.0)	49 (16.0)	14 (4.6)	3 (1.0)	4 (1.3)	-	6.15 (มากที่สุด)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	176 (54.7)	106 (32.36)	30 (9.3)	12 (3.7)	-	-	-	6.38 (มากที่สุด)
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	48 (27.6)	43 (24.7)	45 (25.9)	30 (17.2)	3 (1.7)	5 (2.9)	-	5.51 (มาก)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับการรับรู้จริงในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้							ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	189 (60.4)	80 (25.6)	35 (11.2)	9 (2.9)	-	-	-	6.43 (มากที่สุด)
พนักงานให้ความสนใจกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	163 (52.9)	81 (26.3)	27 (8.8)	30 (9.7)	5 (1.6)	2 (0.6)	-	6.17 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ ด้านการเข้าถึงลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.38)

ด้านการติดต่อสื่อสาร มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้าน พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 6.32)

ด้านความสามารถ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากปัจจัยย่อยด้าน พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ๆ น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 6.31)

ด้านความมีน้ำใจ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.50)

ด้านความน่าเชื่อถือ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้ (ค่าเฉลี่ย 6.35)

ด้านความไว้วางใจ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.) (ค่าเฉลี่ย 6.35)

ด้านการตอบสนองลูกค้า มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.51)

ด้านความปลอดภัย มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 6.48)

ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม) (ค่าเฉลี่ย 6.38)

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยรับรู้สูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.43)

ส่วนที่ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรม พาราซอล อินน์

ตารางที่ 15 แสดงค่าความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง	การรับรู้ที่ ได้รับจริง	ความ แตกต่าง (P-E)	t-test	P-value	การแปล ผล
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	5.63	6.31	0.68	14.49	0.000*	ประทับใจ
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	5.63	6.32	0.69	13.53	0.000*	ประทับใจ
3. ด้านความสามารถ	5.60	6.31	0.71	12.34	0.000*	ประทับใจ
4. ด้านความมีน้ำใจ	5.87	6.49	0.62	13.56	0.000*	ประทับใจ
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	5.75	6.32	0.57	15.14	0.000*	ประทับใจ
6. ด้านความไว้วางใจ	5.76	6.30	0.54	13.00	0.000*	ประทับใจ
7. ด้านการตอบสนอง ลูกค้า	5.77	6.36	0.59	13.91	0.000*	ประทับใจ
8. ด้านความปลอดภัย	5.83	6.48	0.65	13.11	0.000*	ประทับใจ
9. ด้านการสร้างบริการ ให้เป็นที่รู้จัก	5.51	5.84	0.33	8.91	0.000*	ประทับใจ
10. ด้านการเข้าใจและรู้จัก ลูกค้า	5.62	6.30	0.68	14.90	0.000*	ประทับใจ

หมายเหตุ : ค่าความแตกต่าง (P-E) เกิดจาก ค่าการรับรู้ (P) - ค่าความคาดหวัง (E)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้าน
ความสามารถ (ความแตกต่าง 0.71) รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (ความแตกต่าง 0.69) และ
ด้านการเข้าถึงลูกค้าและด้านการเข้าใจลูกค้า (ความแตกต่าง 0.68 เท่ากัน) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน

คุณภาพการบริการ	ความคาดหวัง	การรับรู้ที่ได้รับจริง	ความแตกต่าง (P-E)	t-test	P-value	การแปลผล
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	5.76	6.38	0.62	13.32	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	5.65	6.29	0.64	10.47	0.000*	ประทับใจ
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทาง และอื่นๆ)	5.51	6.27	0.75	14.11	0.000*	ประทับใจ
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	5.66	6.32	0.67	13.53	0.000*	ประทับใจ
3. ด้านความสามารถ พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิธีกรัณฑ์, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	5.61	6.31	0.70	12.34	0.000*	ประทับใจ
4. ด้านความมีน้ำใจ พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	5.90	6.50	0.60	10.72	0.000*	ประทับใจ
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	5.83	6.47	0.64	14.61	0.000*	ประทับใจ

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์
จำแนกตามคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง	การรับรู้ ที่ได้รับ จริง	ความ แตกต่าง (P-E)	t-test	P-value	การแปลผล
5. ด้านความน่าเชื่อถือ						
โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เดียวกัน	5.75	6.28	0.53	12.23	0.000*	ประทับใจ
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้	5.77	6.35	0.58	14.15	0.000*	ประทับใจ
6. ด้านความไว้วางใจ						
โรงแรมอำนวยความสะดวกและ ให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	5.75	6.24	0.49	9.33	0.000*	ประทับใจ
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง	5.76	6.29	0.53	11.66	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรง ตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	5.73	6.25	0.52	10.53	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การ รับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.75	6.35	0.61	12.49	0.000*	ประทับใจ
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า						
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ แก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่	5.76	6.34	0.57	12.10	0.000*	ประทับใจ
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่า จะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	5.86	6.51	0.66	12.80	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้า ร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่ สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	5.64	6.20	0.56	10.93	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการ ให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ	5.61	6.19	0.57	9.84	0.000*	ประทับใจ

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์
จำแนกตามคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง	การรับรู้ ที่ได้รับ จริง	ความ แตกต่าง (P-E)	t-test	P-value	การแปลผล
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่	5.83	6.48	0.65	13.11	0.000*	ประทับใจ
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	5.39	5.67	0.28	5.44	0.000*	ประทับใจ
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	5.24	5.34	0.10	1.62	0.106	พึงพอใจ
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และ อื่นๆ.)	5.43	5.63	0.20	3.94	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและ อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และ อื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และ สงบ)	5.61	5.99	0.39	7.34	0.000*	ประทับใจ
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งาน ได้ดี ไม่ชำรุด	5.61	5.85	0.23	4.01	0.000*	ประทับใจ
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมี เพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	5.53	5.79	0.26	3.81	0.000*	ประทับใจ
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ ลูกค้า	5.45	5.77	0.32	7.49	0.000*	ประทับใจ
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและ ปลอดภัย	5.66	6.15	0.49	9.84	0.000*	ประทับใจ

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์
จำแนกตามคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง	การรับรู้ ที่ได้รับ จริง	ความ แตกต่าง (P-E)	t-test	P-value	การแปลผล
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายใน เครื่องแบบของโรงแรม)	5.74	6.38	0.64	12.73	0.000*	ประทับใจ
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	5.06	5.51	0.45	4.78	0.000*	ประทับใจ
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ ละราย สร้างความประทับใจในการ ให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	5.53	6.17	0.64	12.59	0.000*	ประทับใจ
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า						
พนักงานของโรงแรมทราบถึงความ ต้องการของลูกค้า	5.70	6.43	0.73	14.16	0.000*	ประทับใจ
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ ละราย สร้างความประทับใจในการ ให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	5.53	6.17	0.64	12.59	0.000*	ประทับใจ

หมายเหตุ : ค่าความแตกต่าง (P-E) เกิดจาก ค่าการรับรู้ (P) - ค่าความคาดหวัง (E)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรม พาราซอล อินน์ ด้านการเข้าถึงลูกค้าในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปีจ้อย
ด้านการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการ
สอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ) (ความแตกต่าง 0.75)

ด้านการติดต่อสื่อสาร มีความประทับใจในปีจ้อยด้านพนักงานเป็นผู้มีความรู้และ
ความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ) (ความ
แตกต่าง 0.67)

ด้านความสามารถ มีความประทับใจในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ชื่อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ความแตกต่าง 0.70)

ด้านความมีน้ำใจ มีความประทับใจในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ (ความแตกต่าง 0.64)

ด้านความน่าเชื่อถือ มีความประทับใจในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้ (ความแตกต่าง 0.58)

ด้านความไว้วางใจ มีความประทับใจในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ) (ความแตกต่าง 0.61)

ด้านการตอบสนองลูกค้า มีความประทับใจในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า (ความแตกต่าง 0.66)

ด้านความปลอดภัย มีความประทับใจในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ (ความแตกต่าง 0.65)

ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักมีความประทับใจสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม) (ความแตกต่าง 0.64) รองลงมาคือ อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.49) และโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิการ (ความแตกต่าง 0.45) และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า (ความแตกต่าง 0.10)

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความประทับใจในทุกด้าน โดยประทับใจสูงที่สุดในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ความแตกต่าง 0.73)

ส่วนที่ 2.3 ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป และอายุ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการ
บริการ ทั้ง 10 ด้านของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	5.77 (มาก)	5.47 (มาก)	5.47 (มาก)	5.89 (มาก)	5.76 (มาก)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	5.74 (มาก)	5.52 (มาก)	5.58 (มาก)	5.79 (มาก)	5.59 (มาก)
3. ด้านความสามารถ	5.92 (มาก)	5.21 (ค่อนข้างมาก)	5.62 (มาก)	5.65 (มาก)	6.00 (มาก)
4. ด้านความมั่นใจ	5.94 (มาก)	5.57 (มาก)	5.88 (มาก)	6.41 (มากที่สุด)	5.88 (มาก)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	5.80 (มาก)	5.43 (มาก)	5.65 (มาก)	6.42 (มากที่สุด)	5.92 (มาก)
6. ด้านความไว้วางใจ	5.88 (มาก)	5.56 (มาก)	5.79 (มาก)	5.90 (มาก)	5.94 (มาก)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	5.89 (มาก)	5.51 (มาก)	5.71 (มาก)	6.13 (มาก)	5.92 (มาก)
8. ด้านความปลอดภัย	5.78 (มาก)	5.57 (มาก)	5.77 (มาก)	6.50 (มากที่สุด)	5.91 (มาก)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	5.52 (มาก)	5.50 (มาก)	5.28 (ค่อนข้างมาก)	5.75 (มาก)	5.50 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	5.66 (มาก)	5.34 (มาก)	5.61 (มาก)	6.09 (มาก)	5.70 (มาก)

จากตารางที่ 17 ระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรป และทวีปเอเชีย มีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปได้ มีความคาดหวังในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านความสามารถ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปอเมริกา มีความคาดหวังในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปออสเตรเลีย มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพการบริการด้านความมีน้ำใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความปลอดภัย ในขณะที่ด้านอื่นๆ อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า					
โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	5.77 (มาก)	5.51 (มาก)	5.58 (มาก)	6.50 (มากที่สุด)	5.79 (มาก)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	5.86 (มาก)	5.57 (มาก)	5.49 (มาก)	5.60 (มาก)	5.81 (มาก)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ)	5.69 (มาก)	5.33 (มาก)	5.26 (มาก)	5.49 (มาก)	5.86 (มาก)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร					
พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	5.74 (มาก)	5.52 (มาก)	5.58 (มาก)	5.79 (มาก)	5.59 (มาก)
3. ด้านความสามารถ					
พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิธีกรรม, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	5.92 (มาก)	5.21 (ค่อนข้างมาก)	5.62 (มาก)	5.65 (มาก)	6.00 (มาก)
4. ด้านความมีน้ำใจ					
พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	5.91 (มาก)	5.65 (มาก)	5.84 (มาก)	6.50 (มากที่สุด)	5.94 (มาก)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตรเสมอ	5.97 (มาก)	5.48 (มาก)	5.93 (มาก)	6.31 (มากที่สุด)	5.81 (มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	5.92 (มาก)	5.31 (มาก)	5.55 (มาก)	6.33 (มากที่สุด)	6.14 (มาก)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจและเชื่อใจได้	5.68 (มาก)	5.52 (มาก)	5.67 (มาก)	6.52 (มากที่สุด)	5.81 (มาก)
6. ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	5.90 (มาก)	5.51 (มาก)	5.95 (มาก)	5.77 (มาก)	5.91 (มาก)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้ อย่างถูกต้อง	5.84 (มาก)	5.59 (มาก)	5.67 (มาก)	5.96 (มาก)	5.91 (มาก)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตาม เวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	5.92 (มาก)	5.55 (มาก)	5.69 (มาก)	5.76 (มาก)	5.91 (มาก)
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ต้อง ไม่ มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึก ข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่ง ต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.81 (มาก)	5.52 (มาก)	5.72 (มาก)	5.88 (มาก)	6.03 (มาก)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่	5.90 (มาก)	5.65 (มาก)	5.60 (มาก)	5.94 (มาก)	5.78 (มาก)
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะ ตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	5.86 (มาก)	5.65 (มาก)	5.80 (มาก)	6.31 (มากที่สุด)	5.94 (มาก)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้า ร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่ สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	5.90 (มาก)	5.28 (ค่อนข้างมาก)	5.55 (มาก)	6.05 (มาก)	5.93 (มาก)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ตามที่ลูกค้าร้องขอ	5.87 (มาก)	5.15 (ค่อนข้างมาก)	5.51 (มาก)	6.04 (มาก)	6.03 (มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพัก ในเรื่องของความปลอดภัยของ สถานที่	5.78 (มาก)	5.57 (มาก)	5.77 (มาก)	6.50 (มากที่สุด)	5.91 (มาก)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่ รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่ง อำนวยความสะดวกในโรงแรม	5.36 (มาก)	5.42 (มาก)	5.22 (ค่อนข้าง มาก)	5.67 (มาก)	5.25 (ค่อนข้าง มาก)
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ ลูกค้า	5.09 (ค่อนข้าง มาก)	5.26 (ค่อนข้าง มาก)	5.38 (มาก)	5.35 (มาก)	5.16 (ค่อนข้าง มาก)
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์ สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.43 (มาก)	5.47 (มาก)	5.09 (มาก)	5.90 (มาก)	5.38 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและ อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และ อื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	5.64 (มาก)	5.65 (มาก)	5.27 (ค่อนข้าง มาก)	5.79 (มาก)	5.69 (มาก)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้ งานได้ดี ไม่ชำรุด	5.71 (มาก)	5.64 (มาก)	5.51 (มาก)	5.60 (มาก)	5.50 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรม มีเพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	5.44 (มาก)	5.61 (มาก)	5.25 (ค่อนข้าง มาก)	5.96 (มาก)	5.28 (ค่อนข้าง มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	5.38 (มาก)	5.38 (มาก)	5.19 (ค่อนข้างมาก)	5.94 (มาก)	5.69 (มาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	5.75 (มาก)	5.58 (มาก)	5.38 (มาก)	6.02 (มาก)	5.59 (มาก)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	5.86 (มาก)	5.65 (มาก)	5.67 (มาก)	5.73 (มาก)	5.91 (มาก)
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	5.35 (มาก)	5.12 (ค่อนข้างมาก)	4.57 (ค่อนข้างมาก)	5.12 (ค่อนข้างมาก)	5.79 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	5.65 (มาก)	5.36 (มาก)	5.73 (มาก)	6.35 (มากที่สุด)	5.81 (มาก)
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	5.68 (มาก)	5.33 (มาก)	5.48 (มาก)	5.83 (มาก)	5.59 (มาก)

จากตารางที่ 18 ระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ (ค่าเฉลี่ย 5.97) รองลงมาคือด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัย

ย่อยด้านโรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ และด้านความน่าเชื่อถือในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 5.92 เท่ากัน) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปได้มีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อย ด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ ด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที และปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ) และปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของ โรงแรม) (ค่าเฉลี่ย 5.65 เท่ากัน) รองลงมาคือ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 5.64) และปัจจัยย่อยด้านเครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 5.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปอเมริกามีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 5.95) รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ (ค่าเฉลี่ย 5.93) และพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 5.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปออสเตรเลียมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้ (ค่าเฉลี่ย 6.52) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.50 เท่ากัน) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปเอเชียมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน(ค่าเฉลี่ย 6.14) รองลงมาคือด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้าน โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการ

บันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.) (ค่าเฉลี่ย 6.03 เท่ากัน) และพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า และด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 6.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้ง 10 ด้านของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	6.36 (มากที่สุด)	6.07 (มาก)	6.58 (มากที่สุด)	6.37 (มากที่สุด)	6.42 (มากที่สุด)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	6.35 (มากที่สุด)	6.15 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.52 (มากที่สุด)	6.22 (มากที่สุด)
3. ด้านความสามารถ	6.42 (มากที่สุด)	5.75 (มาก)	6.75 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.66 (มากที่สุด)
4. ด้านความมีน้ำใจ	6.66 (มากที่สุด)	6.08 (มาก)	6.77 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.69 (มากที่สุด)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	6.34 (มากที่สุด)	6.00 (มาก)	6.58 (มากที่สุด)	6.58 (มากที่สุด)	6.53 (มากที่สุด)
6. ด้านความไว้วางใจ	6.37 (มากที่สุด)	6.07 (มาก)	6.61 (มากที่สุด)	6.21 (มากที่สุด)	6.52 (มากที่สุด)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	6.44 (มากที่สุด)	6.18 (มากที่สุด)	6.64 (มากที่สุด)	6.32 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)
8. ด้านความปลอดภัย	6.58 (มากที่สุด)	6.24 (มากที่สุด)	6.71 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	5.96 (มาก)	5.70 (มาก)	6.09 (มาก)	5.67 (มาก)	5.80 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	6.38 (มากที่สุด)	5.99 (มาก)	6.44 (มากที่สุด)	6.51 (มากที่สุด)	6.63 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 19 ระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปมีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้นด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปได้ มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพการ บริการด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความปลอดภัย ในขณะที่ด้านอื่นๆ อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย มีการรับรู้จริงใน ระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับ มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า					
โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	6.33 (มากที่สุด)	6.17 (มากที่สุด)	6.56 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.48 (มากที่สุด)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	6.51 (มากที่สุด)	6.02 (มาก)	6.54 (มากที่สุด)	6.21 (มากที่สุด)	6.47 (มากที่สุด)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ)	6.32 (มากที่สุด)	5.99 (มาก)	6.63 (มากที่สุด)	6.22 (มากที่สุด)	6.59 (มากที่สุด)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร					
พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	6.35 (มากที่สุด)	6.15 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.52 (มากที่สุด)	6.22 (มากที่สุด)
3. ด้านความสามารถ					
พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพักได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิธีกรัณฑ์, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	6.42 (มากที่สุด)	5.75 (มาก)	6.75 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.66 (มากที่สุด)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
4. ด้านความมีน้ำใจ					
พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	6.65 (มากที่สุด)	6.14 (มาก)	6.76 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.69 (มากที่สุด)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	6.68 (มากที่สุด)	6.03 (มาก)	6.78 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.69 (มากที่สุด)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ					
โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	6.37 (มากที่สุด)	5.92 (มาก)	6.52 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.66 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจและเชื่อใจได้	6.31 (มากที่สุด)	6.09 (มาก)	6.58 (มากที่สุด)	6.65 (มากที่สุด)	6.56 (มากที่สุด)
6. ด้านความไว้วางใจ					
โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	6.39 (มากที่สุด)	5.89 (มาก)	6.58 (มากที่สุด)	6.13 (มาก)	6.69 (มากที่สุด)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรมทำได้อย่างถูกต้อง	6.27 (มากที่สุด)	6.13 (มาก)	6.63 (มากที่สุด)	6.13 (มาก)	6.56 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการตรงตามเวลาที่แจ้งให้ทราบ	6.38 (มากที่สุด)	5.99 (มาก)	6.62 (มากที่สุด)	5.95 (มาก)	6.56 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.)	6.40 (มากที่สุด)	6.22 (มากที่สุด)	6.54 (มากที่สุด)	6.48 (มากที่สุด)	6.25 (มากที่สุด)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า					
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันเวลาที่	6.44 (มากที่สุด)	6.12 (มาก)	6.62 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.44 (มากที่สุด)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	6.56 (มากที่สุด)	6.33 (มากที่สุด)	6.80 (มากที่สุด)	6.48 (มากที่สุด)	6.56 (มากที่สุด)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	6.17 (มากที่สุด)	6.08 (มาก)	6.54 (มากที่สุด)	6.15 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ถูกคำร้องขอ	6.36 (มากที่สุด)	5.97 (มาก)	6.39 (มากที่สุด)	6.13 (มาก)	6.25 (มากที่สุด)
8. ด้านความปลอดภัย					
โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่	6.58 (มากที่สุด)	6.24 (มากที่สุด)	6.71 (มากที่สุด)	6.67 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก					
ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	5.75 (มาก)	5.57 (มาก)	6.05 (มาก)	5.52 (มาก)	5.34 (มาก)
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	5.32 (มาก)	4.94 (ค่อนข้างมาก)	6.17 (มากที่สุด)	5.27 (ค่อนข้างมาก)	5.47 (มาก)
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.74 (มาก)	5.45 (มาก)	5.69 (มาก)	5.92 (มาก)	5.44 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	5.91 (มาก)	5.97 (มาก)	6.33 (มากที่สุด)	5.63 (มาก)	6.25 (มากที่สุด)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามทวีป				
	ยุโรป (n=77)	ยุโรปใต้ (n=110)	อเมริกา (n=55)	ออสเตรเลีย (n=48)	เอเชีย (n=32)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด	5.94 (มาก)	5.70 (มาก)	6.13 (มาก)	5.60 (มาก)	6.03 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	6.26 (มากที่สุด)	5.55 (มาก)	6.00 (มาก)	5.44 (มาก)	5.66 (มาก)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	5.78 (มาก)	5.58 (มาก)	5.85 (มาก)	6.00 (มาก)	5.94 (มาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	6.42 (มากที่สุด)	5.98 (มาก)	6.28 (มากที่สุด)	6.26 (มากที่สุด)	5.72 (มาก)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	6.45 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.73 (มากที่สุด)	6.13 (มาก)	6.28 (มากที่สุด)
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	5.80 (มาก)	5.65 (มาก)	5.00 (ค่อนข้างมาก)	4.69 (ค่อนข้างมาก)	6.07 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	6.44 (มากที่สุด)	6.28 (มากที่สุด)	6.44 (มากที่สุด)	6.52 (มากที่สุด)	6.78 (มากที่สุด)
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	6.31 (มากที่สุด)	5.68 (มาก)	6.44 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.47 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 20 ระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปมีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้าน

พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.68) รองลงมาคือปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.65) และด้านความปลอดภัย ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 6.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปได้มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.33) รองลงมาคือ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของ โรงแรม) (ค่าเฉลี่ย 6.29) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปอเมริกาได้มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.80) รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.78) และด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปออสเตรเลียได้มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความปลอดภัย ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ และพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตรเสมอ ด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพักได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ชื่อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 6.67 เท่ากัน) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้ (ค่าเฉลี่ย 6.65) และด้านการติดต่อสื่อสาร ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปเอเชียมีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 6.78) รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้าน

โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตรเสมอ และพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย 6.69 เท่ากัน) และด้านความน่าเชื่อถือ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิพิธภัณฑ, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ) (ค่าเฉลี่ย 6.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้ง 10 ด้านของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	5.46 (มาก)	5.74 (มาก)	5.68 (มาก)	5.60 (มาก)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	5.32 (มาก)	5.73 (มาก)	6.03 (มาก)	5.68 (มาก)
3. ด้านความสามารถ	5.30 (มาก)	5.67 (มาก)	5.82 (มาก)	5.89 (มาก)
4. ด้านความมีน้ำใจ	5.55 (มาก)	6.02 (มาก)	5.97 (มาก)	5.99 (มาก)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	5.55 (มาก)	5.82 (มาก)	5.94 (มาก)	5.86 (มาก)
6. ด้านความไว้วางใจ	5.44 (มาก)	5.88 (มาก)	6.05 (มาก)	5.88 (มาก)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	5.48 (มาก)	5.87 (มาก)	6.01 (มาก)	5.89 (มาก)
8. ด้านความปลอดภัย	5.71 (มาก)	5.83 (มาก)	5.97 (มาก)	5.97 (มาก)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	5.24 (ค่อนข้างมาก)	5.64 (มาก)	5.74 (มาก)	5.44 (มาก)

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้ง 10 ด้านของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	5.42 (มาก)	5.61 (มาก)	5.99 (มาก)	5.80 (มาก)

จากตารางที่ 20 ระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านการเข้าถึงลูกค้า และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-35 ปี มีความคาดหวังในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-45 ปี มีความคาดหวังในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้นด้านการเข้าถึงลูกค้า อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า				
โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	5.55 (มาก)	5.81 (มาก)	6.00 (มาก)	5.86 (มาก)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	5.54 (มาก)	5.79 (มาก)	5.63 (มาก)	5.43 (มาก)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ)	5.24 (ค่อนข้างมาก)	5.63 (มาก)	5.49 (มาก)	5.46 (มาก)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร				
พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	5.32 (มาก)	5.73 (มาก)	6.03 (มาก)	5.68 (มาก)
3. ด้านความสามารถ				
พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, ฟิสิทริแอมท์, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	5.30 (มาก)	5.67 (มาก)	5.82 (มาก)	5.89 (มาก)
4. การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้				
อย่างถูกต้อง	5.58 (มาก)	6.05 (มาก)	6.11 (มาก)	5.92 (มาก)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	5.52 (มาก)	5.98 (มาก)	5.84 (มาก)	6.05 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	5.46 (มาก)	5.82 (มาก)	6.00 (มาก)	5.86 (มาก)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจ และเชื่อใจได้	5.58 (มาก)	5.80 (มาก)	5.97 (มาก)	5.86 (มาก)
6. ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ ตามที่สัญญาไว้	5.43 (มาก)	5.89 (มาก)	6.03 (มาก)	5.78 (มาก)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่าง ถูกต้อง	5.39 (มาก)	5.83 (มาก)	6.16 (มากที่สุด)	6.00 (มาก)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ ได้แจ้งให้ทราบ	5.32 (มาก)	5.96 (มาก)	6.00 (มาก)	5.60 (มาก)
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มี ข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูล ลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และ อื่นๆ.)	5.48 (มาก)	5.79 (มาก)	6.00 (มาก)	5.81 (มาก)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ได้ทันทั่วทั้งที่	5.33 (มาก)	5.95 (มาก)	6.00 (มาก)	5.86 (มาก)
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะ ตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	5.57 (มาก)	5.96 (มาก)	6.08 (มาก)	5.97 (มาก)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และ มีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้น ให้แก่ลูกค้าได้	5.44 (มาก)	5.80 (มาก)	5.72 (มาก)	5.58 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ	5.40 (มาก)	5.61 (มาก)	6.03 (มาก)	5.81 (มาก)
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่	5.71 (มาก)	5.83 (มาก)	5.97 (มาก)	5.97 (มาก)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม	5.05 (มาก)	5.51 (มาก)	5.68 (มาก)	5.51 (มาก)
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	4.89 (มาก)	5.61 (มาก)	5.47 (มาก)	4.47 (มาก)
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.22 (ค่อนข้างมาก)	5.59 (มาก)	5.58 (มาก)	5.35 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	5.41 (มาก)	5.68 (มาก)	5.92 (มาก)	5.54 (มาก)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด	5.57 (มาก)	5.59 (มาก)	5.71 (มาก)	5.73 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	5.20 (ค่อนข้างมาก)	5.62 (มาก)	5.92 (มาก)	5.62 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวังจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	5.01 (ค่อนข้างมาก)	5.76 (มาก)	5.91 (มาก)	5.08 (ค่อนข้างมาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	5.28 (ค่อนข้างมาก)	5.80 (มาก)	5.89 (มาก)	5.86 (มาก)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	5.49 (มาก)	5.89 (มาก)	5.89 (มาก)	5.65 (มาก)
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิถีพิถัน	5.14 (ค่อนข้างมาก)	4.93 (ค่อนข้างมาก)	5.63 (มาก)	5.63 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า				
พนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	5.41 (มาก)	5.82 (มาก)	5.91 (มาก)	5.70 (มาก)
พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	5.44 (มาก)	5.40 (มาก)	6.06 (มาก)	5.89 (มาก)

จากตารางที่ 22 ระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความปลอดภัย ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ ด้านความน่าเชื่อถือ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจและเชื่อใจได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 35 ปีมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตรเสมอ และด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 46 ปีมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง รองลงมาคือด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง และด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความสามารถ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง และด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้ง 10 ด้านของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	6.31 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.28 (มากที่สุด)	6.40 (มากที่สุด)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	6.31 (มากที่สุด)	6.28 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)	6.41 (มากที่สุด)
3. ด้านความสามารถ	6.13 (มาก)	6.29 (มากที่สุด)	6.57 (มากที่สุด)	6.57 (มากที่สุด)
4. ด้านความมีน้ำใจ	6.41 (มากที่สุด)	6.48 (มากที่สุด)	6.41 (มากที่สุด)	6.77 (มากที่สุด)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	6.26 (มากที่สุด)	6.27 (มากที่สุด)	6.40 (มากที่สุด)	6.59 (มากที่สุด)
6. ด้านความไว้วางใจ	6.18 (มากที่สุด)	6.33 (มากที่สุด)	6.34 (มากที่สุด)	6.47 (มากที่สุด)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	6.24 (มากที่สุด)	6.37 (มากที่สุด)	6.37 (มากที่สุด)	6.61 (มากที่สุด)
8. ด้านความปลอดภัย	6.53 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)	6.40 (มากที่สุด)	6.78 (มากที่สุด)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	5.69 (มาก)	5.92 (มาก)	5.81 (มาก)	5.91 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	6.28 (มากที่สุด)	6.26 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)	6.36 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 23 ระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมากต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านความมีน้ำใจ ด้านความปลอดภัย และ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-35 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้นด้านความสามารถ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-45 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมาก ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้น ด้านความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจ อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพการบริการทุกด้าน ยกเว้นด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสมกับลูกค้า	6.27 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.66 (มากที่สุด)	6.73 (มากที่สุด)
โรงแรมตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (มีรถโดยสารที่สามารถเข้าถึงได้, สถานที่รับ-ส่ง, พื้นที่สำหรับจอดรถ, และอื่นๆ)	6.36 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)	6.05 (มาก)	6.03 (มาก)
การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของโรงแรม (โดยการสอบถามทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, ป้ายบอกทางและอื่นๆ)	6.30 (มากที่สุด)	6.19 (มากที่สุด)	6.31 (มากที่สุด)	6.54 (มากที่สุด)
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานเป็นผู้มีความรู้และความสามารถ (ทักษะในการทำงาน, ภาษาต่างประเทศ, ทักษะในการสื่อสาร, และอื่นๆ)	6.31 (มากที่สุด)	6.28 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)	6.4 (มากที่สุด) 1
3. ด้านความสามารถ พนักงานสามารถให้ข้อมูลและความช่วยเหลือแก่ที่เข้าพัก ได้อย่างถูกต้อง (สถานที่ซื้อของ, พิธีกรัณฑ์, สถานที่ที่น่าสนใจ, และอื่นๆ)	6.13 (มาก)	6.29 (มากที่สุด)	6.57 (มากที่สุด)	6.57 (มากที่สุด)
4. ด้านความมีน้ำใจ พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ	6.50 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)	6.39 (มากที่สุด)	6.76 (มากที่สุด)
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ	6.33 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.42 (มากที่สุด)	6.78 (มากที่สุด)
5. ด้านความน่าเชื่อถือ โรงแรมให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	6.14 (มาก)	6.25 (มากที่สุด)	6.62 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราชอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
พนักงานสามารถทำให้ลูกค้าวางใจและเชื่อใจได้	6.31 (มากที่สุด)	6.31 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.71 (มากที่สุด)
6. ด้านความไว้วางใจ โรงแรมอำนวยความสะดวกและให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้	6.15 (มากที่สุด)	6.26 (มากที่สุด)	6.29 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)
การให้บริการเริ่มแรกของโรงแรม ทำได้อย่างถูกต้อง	6.19 (มากที่สุด)	6.32 (มากที่สุด)	6.26 (มากที่สุด)	6.43 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	5.98 (มาก)	6.36 (มากที่สุด)	6.42 (มากที่สุด)	6.37 (มากที่สุด)
โรงแรมมีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.)	6.29 (มากที่สุด)	6.34 (มากที่สุด)	6.39 (มากที่สุด)	6.51 (มากที่สุด)
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที	6.20 (มากที่สุด)	6.40 (มากที่สุด)	6.26 (มากที่สุด)	6.49 (มากที่สุด)
พนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า	6.43 (มากที่สุด)	6.50 (มากที่สุด)	6.39 (มากที่สุด)	6.89 (มากที่สุด)
โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียนและมีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้	6.25 (มากที่สุด)	6.25 (มากที่สุด)	6.10 (มาก)	5.78 (มาก)
โรงแรมมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ	5.88 (มากที่สุด)	6.21 (มากที่สุด)	6.56 (มากที่สุด)	6.58 (มากที่สุด)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราชอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
8. ด้านความปลอดภัย โรงแรมให้ความมั่นใจกับผู้เข้าพักในเรื่อง ของความปลอดภัยของสถานที่	6.53 (มากที่สุด)	6.38 (มากที่สุด)	6.40 (มากที่สุด)	6.78 (มากที่สุด)
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในโรงแรม	5.59 (มาก)	5.74 (มาก)	5.45 (มาก)	5.78 (มาก)
ห้องอาหารพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า	5.13 (มาก)	5.68 (มาก)	5.24 (มาก)	4.52 (ค่อนข้างมาก)
โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (เครื่องปรับอากาศ, เฟอร์นิเจอร์, ลิฟท์, อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ, และอื่นๆ.)	5.57 (มาก)	5.68 (มาก)	5.45 (มาก)	5.73 (มาก)
โรงแรมมีสภาพบรรยากาศและอุปกรณ์ที่ เหมาะสมกับการเข้าพัก (เตียงนอน, เก้าอี้, ห้องต่างๆ, และอื่นๆ โดยมีสภาพน่าอยู่, สะอาด, และสงบ)	6.03 (มาก)	5.99 (มาก)	5.68 (มาก)	6.24 (มากที่สุด)
อุปกรณ์ของโรงแรมสามารถใช้งานได้ดี ไม่ชำรุด	5.55 (มาก)	5.95 (มาก)	5.92 (มาก)	6.14 (มาก)
เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอ กับความต้องการ (สบู่, แชมพู, ผ้าเช็ดตัว, และอื่นๆ)	5.47 (มาก)	5.91 (มาก)	6.08 (มาก)	5.89 (มาก)
มีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการแก่ลูกค้า	5.47 (มาก)	5.98 (มาก)	5.83 (มาก)	5.59 (มาก)
อาหารและเครื่องดื่ม สะอาดและปลอดภัย	6.18 (มากที่สุด)	6.12 (มาก)	6.05 (มาก)	6.30 (มากที่สุด)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ระดับการรับรู้จริงจำแนกตามอายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)	26-35 ปี (n=149)	36-45 ปี (n=38)	46 ปีขึ้นไป (n=37)
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ)
พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม)	6.40 (มากที่สุด)	6.30 (มากที่สุด)	6.37 (มากที่สุด)	6.65 (มากที่สุด)
โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการลูกค้าที่พิการ	5.56 (มาก)	5.45 (มาก)	5.96 (มาก)	4.50 (มาก)
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า				
พนักงานของโรงแรมทราบถึงความต้องการของลูกค้า	6.44 (มากที่สุด)	6.46 (มากที่สุด)	6.57 (มากที่สุด)	6.22 (มากที่สุด)
พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละราย สร้างความประทับใจในการให้บริการ รู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ	6.13 (มาก)	6.07 (มาก)	6.34 (มากที่สุด)	6.59 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 24 ระดับการรับรู้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 25 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความปลอดภัย ในปัจจุบันย่อ ด้านโรงแรมให้ความมั่นใจกับลูกค้าในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ รองลงมาคือด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจุบันย่อด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า และ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในปัจจุบันย่อด้านพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมั่นใจ ในปัจจุบันย่อพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ รองลงมาคือ ปัจจุบันย่อด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ และด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจุบันย่อด้านพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี มีการรับรู้จริงในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ และด้านความไว้วางใจในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการปิด-เปิดให้บริการ ตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ เท่ากัน รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ในปัจจัยย่อยด้านโรงแรมมีการบันทึกข้อมูลถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก, บันทึกข้อมูลลูกค้า, ใบแจ้งหนี้, การรับคำสั่งต่างๆ, และอื่นๆ.) ด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ และด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า เท่ากัน และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย (แต่งกายในเครื่องแบบของโรงแรม) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการรับรู้จริงในระดับมากต่อคุณภาพการบริการสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานของโรงแรมไม่ยุ่งเกินกว่าจะตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจ ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรเสมอ และปัจจัยย่อยด้านพนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจจำแนกตามทวีป														
	ยุโรป (n=77)			ยุโรปใต้ (n=110)			อเมริกา (n=55)			ออสเตรเลีย (n=48)			เอเชีย (n=32)		
	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	0.59	0.000*	ประทับใจ	0.60	0.000*	ประทับใจ	1.11	0.000*	ประทับใจ	0.48	0.000*	ประทับใจ	0.66	0.000*	ประทับใจ
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	0.61	0.000*	ประทับใจ	0.63	0.000*	ประทับใจ	0.92	0.000*	ประทับใจ	0.73	0.000*	ประทับใจ	0.63	0.000*	ประทับใจ
3. ด้านความสามารถ	0.50	0.000*	ประทับใจ	0.54	0.000*	ประทับใจ	1.13	0.000*	ประทับใจ	1.02	0.000*	ประทับใจ	0.66	0.000*	ประทับใจ
4. ด้านความมีน้ำใจ	0.72	0.000*	ประทับใจ	0.51	0.000*	ประทับใจ	0.89	0.000*	ประทับใจ	0.26	0.004*	ประทับใจ	0.81	0.000*	ประทับใจ
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.55	0.000*	ประทับใจ	0.58	0.000*	ประทับใจ	0.93	0.020*	ประทับใจ	0.17	0.004*	ประทับใจ	0.61	0.000*	ประทับใจ
6. ด้านความไว้วางใจ	0.49	0.000*	ประทับใจ	0.51	0.000*	ประทับใจ	0.82	0.000*	ประทับใจ	0.31	0.000*	ประทับใจ	0.57	0.000*	ประทับใจ

หมายเหตุ : ค่าความแตกต่าง (P-E) เกิดจาก ค่าการรับรู้ (P) - ค่าความคาดหวัง (E)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์
จำแนกตามทวีป

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจจำแนกตามทวีป														
	ยุโรป (n=77)			ยุโรปใต้ (n=110)			อเมริกา (n=55)			ออสเตรเลีย (n=48)			เอเชีย (n=32)		
	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	0.55	0.000*	ประทับใจ	0.67	0.000*	ประทับใจ	0.93	0.000*	ประทับใจ	0.19	0.002*	ประทับใจ	0.47	0.000*	ประทับใจ
8. ด้านความปลอดภัย	0.81	0.000*	ประทับใจ	0.66	0.000*	ประทับใจ	0.94	0.000*	ประทับใจ	0.17	0.004*	ประทับใจ	0.47	0.000*	ประทับใจ
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	0.44	0.000*	ประทับใจ	0.20	0.001*	ประทับใจ	0.81	0.000*	ประทับใจ	-0.08	0.451	พึงพอใจ	0.29	0.000*	ประทับใจ
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	0.71	0.000*	ประทับใจ	0.65	0.000*	ประทับใจ	0.83	0.004*	ประทับใจ	0.42	0.000*	ประทับใจ	0.92	0.000*	ประทับใจ

หมายเหตุ : ค่าความแตกต่าง (P-E) เกิดจาก ค่าการรับรู้ (P) - ค่าความคาดหวัง (E)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรป มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.81) รองลงมาคือ ด้านความมีน้ำใจ (ความแตกต่าง 0.72) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปยุโรปใต้ มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (ความแตกต่าง 0.67) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.66) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปอเมริกา มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความสามารถ (ความแตกต่าง 1.13) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า (ความแตกต่าง 1.11) และด้านความปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปออสเตรเลีย มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน ยกเว้นด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ที่มีความพึงพอใจ และมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความสามารถ (ความแตกต่าง 1.02) รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (ความแตกต่าง 0.73) และด้านการเข้าถึงลูกค้า (ความแตกต่าง 0.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทวีปเอเชีย มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.92) รองลงมาคือ ด้านความมีน้ำใจ (ความแตกต่าง 0.81) และด้านการเข้าถึงลูกค้าและด้านความสามารถ (ความแตกต่าง 0.66 เท่ากัน) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจจำแนกตามอายุ											
	ต่ำกว่า 25 ปี (n=98)			26-35 ปี (n=149)			36-45 ปี (n=38)			46 ปีขึ้นไป (n=37)		
	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล	ความแตกต่าง (P-E)	P-value	แปลผล
1. ด้านการเข้าถึงลูกค้า	0.85	0.000*	ประทับใจ	0.55	0.000*	ประทับใจ	0.60	0.000*	ประทับใจ	0.80	0.000*	ประทับใจ
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	1.00	0.000*	ประทับใจ	0.54	0.000*	ประทับใจ	0.43	0.000*	ประทับใจ	0.73	0.000*	ประทับใจ
3. ด้านความสามารถ	0.83	0.000*	ประทับใจ	0.62	0.000*	ประทับใจ	0.76	0.000*	ประทับใจ	0.68	0.000*	ประทับใจ
4. ด้านความมีน้ำใจ	0.86	0.000*	ประทับใจ	0.47	0.000*	ประทับใจ	0.43	0.000*	ประทับใจ	0.78	0.000*	ประทับใจ
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.71	0.000*	ประทับใจ	0.46	0.000*	ประทับใจ	0.46	0.000*	ประทับใจ	0.73	0.000*	ประทับใจ
6. ด้านความไว้วางใจ	0.74	0.000*	ประทับใจ	0.45	0.000*	ประทับใจ	0.29	0.000*	ประทับใจ	0.59	0.000*	ประทับใจ
7. ด้านการตอบสนองลูกค้า	0.77	0.000*	ประทับใจ	0.50	0.000*	ประทับใจ	0.37	0.000*	ประทับใจ	0.73	0.000*	ประทับใจ
8. ด้านความปลอดภัย	0.82	0.000*	ประทับใจ	0.55	0.000*	ประทับใจ	0.43	0.000*	ประทับใจ	0.81	0.000*	ประทับใจ
9. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	0.46	0.000*	ประทับใจ	0.28	0.000*	ประทับใจ	0.07	0.564	พึงพอใจ	0.48	0.000*	ประทับใจ
10. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	0.86	0.000*	ประทับใจ	0.65	0.000*	ประทับใจ	0.47	0.000*	ประทับใจ	0.57	0.003*	ประทับใจ

หมายเหตุ : ค่าความแตกต่าง (P-E) เกิดจาก ค่าการรับรู้ (P) - ค่าความคาดหวัง (E)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (ความแตกต่าง 1.00) รองลงมาคือ ด้านความมีน้ำใจ ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.86 เท่ากัน) และ ด้านการเข้าถึงลูกค้า (ความแตกต่าง 0.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.65) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ (ความแตกต่าง 0.62) และด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านความปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.55 เท่ากัน) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน ยกเว้นด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ที่มีความพึงพอใจ และมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความสามารถ (ความแตกต่าง 0.76) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า (ความแตกต่าง 0.60) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ความแตกต่าง 0.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความปลอดภัย (ความแตกต่าง 0.81) รองลงมาคือด้านการเข้าถึงลูกค้า (ความแตกต่าง 0.80) และด้านความมีน้ำใจ (ความแตกต่าง 0.78) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เกิดขึ้นในการรับบริการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการรับบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้รับปัญหาเมื่อมาใช้บริการ	294	91.3
ไม่ได้รับความสะดวกสบาย เมื่อมาใช้บริการ	1	0.3
สถานที่ตั้ง โรงแรมหายาก และไม่สะดวกในการมาใช้บริการ	0	0.0
การติดต่อเช็คอิน เช็คเอาท์ ต้องคอยนาน	2	0.6
พนักงานใช้คำพูดที่ไม่สุภาพและเข้าใจยาก	0	0.0
พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ ในงานที่บริการ	0	0.0
พนักงานขาดความเอาใจใส่และขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2	0.6
พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	0	0.0
พนักงานพูดคุย หรือรับโทรศัพท์ขณะปฏิบัติงานทำให้เสียเวลา	4	1.2
สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ทันสมัย ไม่สามารถให้บริการได้ดี	1	0.3
อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักมีจำนวนไม่เพียงพอ ต่อการให้บริการ	2	0.6
อื่นๆ ได้แก่ อาหารเช้าที่มีให้เล็กน้อยเกินไป พนักห้องค่อนข้างบาง ทำให้ได้ยินเสียงทีวีห้องข้างๆ ไม่มีลิฟท์ไว้คอยบริการ แผ่นพับโฆษณา โรงแรมไม่ทันสมัย โรงแรมดูเก่ากว่าความเป็นจริง เตียงนอนแข็งเกินไป และผ้าปูที่นอนเก่า พนักงานต้อนรับสื่อสารภาษาจีนไม่ได้ และลมจากเครื่องปรับอากาศตกลงบนเตียง (ไม่กระจายทั่วห้อง) ไม่สามารถนอนในขณะที่เปิดเครื่องปรับอากาศได้	34	10.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 322 ราย

อื่นๆ ได้แก่ อาหารเช้าที่มีให้เล็กน้อยเกินไป (10) พนักห้องค่อนข้างบาง ทำให้ได้ยินเสียงทีวีห้องข้างๆ (4) ไม่มีลิฟท์ไว้คอยบริการ (6) แผ่นพับโฆษณาโรงแรมไม่ทันสมัย โรงแรมดูเก่ากว่าความเป็นจริง (6) เตียงนอนแข็งเกินไปและผ้าปูที่นอนเก่า (2) พนักงานต้อนรับสื่อสารภาษาจีนไม่ได้ (1) ลมจากเครื่องปรับอากาศตกลงบนเตียง (ไม่กระจายทั่วห้อง) ไม่สามารถนอนในขณะที่เปิดเครื่องปรับอากาศได้ (5)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการบริการ จำนวน 294 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.3 ในขณะที่พบปัญหาที่เกิดขึ้นในการรับบริการมากที่สุด คือ พนักงานพูดคุ้ย หรือรับโทรศัพท์ขณะปฏิบัติงานทำให้เสียเวลา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ควรมีอาหารเข้าให้เลือกลากหลาย อาหารเข้าควรมีแบบบุฟเฟต์ และสามารถเปลี่ยนให้เลือกน้ำผลไม้แทนชา/กาแฟได้ น่าจะมีความยืดหยุ่นในการให้บริการอาหารเช้า (ต้องการให้บริการอาหารเช้าตอน 06.50 น. แต่พนักงานปฏิเสธ)	10	27.0
ควรมีการปรับปรุงแผ่นพับโฆษณาโรงแรม เพราะแผ่นพับปัจจุบันทำให้โรงแรมดูเก่า และแยกว่าความเป็นจริงมาก	6	16.2
ควรมีลิฟท์	6	16.2
ลมจากเครื่องปรับอากาศลงบนเตียงพอดี ควรมีการปรับทิศทางของเตียง เพื่อให้สามารถนอนในขณะที่เปิดเครื่องปรับอากาศได้	5	13.5
ควรเปลี่ยนเตียงและผ้าปูที่นอนใหม่	2	5.4
ควรมีเครื่องชงกาแฟ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า 1-2 ชั้นในห้องพัก	2	5.4
พนักงานต้อนรับควรสื่อสารภาษาจีนได้	1	2.7
ควรมีอัตราค่าที่พักพิเศษสำหรับลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ	1	2.7
ของที่วางบน โต๊ะที่หัวเตียงไม่เป็นระเบียบ ในห้องเตียงคู่ และเตียงมีเสียงดังที่น่าจะมีการซ่อมแซม นอกจากนี้ควรมีรายชื่อช่องทีวี เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าพักด้วย	1	2.7
ควรมีใครเป่าผมในห้องน้ำ	1	2.7
ควรเปลี่ยนนพรมปูพื้นใหม่เนื่องจากเสื่อมสภาพมีกลิ่น	1	2.7
ควรจัดตกแต่งสภาพแวดล้อมของโรงแรมให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะด้านหน้าของโรงแรม (Front) ควรตกแต่งให้สวยงาม	1	2.7
รวม	37	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ปรับปรุงคุณภาพ การบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ควรมีอาหารเช้าให้เลือกหลากหลาย อาหารเช้าควรมีแบบบุฟเฟ่ต์ และสามารถเปลี่ยนให้เลือกน้ำผลไม้แทนชา/กาแฟได้ น่าจะมีความยืดหยุ่นในการให้บริการอาหารเช้า (ต้องการให้บริการอาหารเช้าตอน 06.50 น. แต่พนักงานปฏิเสธ) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ ควรมีการปรับปรุงแผนผังโฆษณาโรงแรม เพราะแผนผังปัจจุบันทำให้โรงแรมดูเก่า และแยกว่าความเป็นจริงมาก และควรมีลิฟท์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.2 เช่นเดียวกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved