

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา: โรงแรม ฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้า จากกลุ่มตัวอย่าง 255 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอรูปแบบ ตารางประกอบคำอธิบาย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 255 คน แต่ในช่วงเวลาที่มีการเก็บข้อมูลมีลูกค้าจำนวนมากกว่าที่ได้ประมาณการไว้ จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 302 คน เพื่อให้เป็นตัวแทนประชากรได้มากที่สุด โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละในการอธิบายผลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	35	11.6
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	102	33.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	114	37.7
นักเรียน/นักศึกษา	19	6.3
เกษตรกร	22	7.3
อื่น ๆ	10	3.3
รวม	302	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 อาชีพเกษตรกร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต แม่บ้าน อาชีพอิสระ เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	24	7.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	112	37.1
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	14	4.6
ปริญญาตรี	130	43
สูงกว่าปริญญาตรี	22	7.3
รวม	302	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และระดับการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	48	15.9
10,000-15,000 บาท	62	20.5
15,001-20,000 บาท	47	15.6
20,001-25,000 บาท	47	15.6
25,001-30,000 บาท	25	8.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
30,001-35,000 บาท	21	7
35,001-40,000 บาท	15	5
สูงกว่า 40,000 บาท	37	12.3
รวม	302	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 รายได้ต่อเดือน สูงกว่า 40,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และรายได้ต่อเดือน 35,001-40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5

4.1.2 คุณภาพการบริการ

ผลการประมวลผลข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมฟาร์ม แลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการโดยรวม

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.60	0.44	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	4.61	0.40	มากที่สุด
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.61	0.40	มากที่สุด
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.61	0.42	มากที่สุด
การเข้าใจลูกค้า	4.60	0.44	มากที่สุด
รวม	4.61	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.42$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.40$) การตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.40$) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.42$) ความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$) และการเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ห้องพักรับความสะดวก สะอาด เรียบร้อย	4.72	0.49	มากที่สุด
2. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สะอาด ครบถ้วน และจัดวางอย่างเป็นระเบียบ	4.62	0.54	มากที่สุด
3. โรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม น่าดึงดูด บรรยากาศดี	4.48	0.65	มาก
4. โรงแรมมีที่จอดรถยนต์ที่เหมาะสม สะดวก และเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	4.59	0.59	มากที่สุด
5. โรงแรมมีช่องทางในการติดต่อลูกค้าหรือการให้บริการที่หลากหลาย ชัดเจน	4.58	0.59	มากที่สุด
รวม	4.60	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ห้องพักรับความสะดวก สะอาด เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.72$, $SD = 0.49$) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สะอาด ครบถ้วน และจัดวางอย่างเป็นระเบียบ ($\bar{X} = 4.62$, $SD = 0.54$) โรงแรมมีที่จอดรถยนต์ที่เหมาะสม สะดวก และเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.59$) โรงแรมมีช่องทางในการติดต่อลูกค้าหรือการให้บริการที่หลากหลาย ชัดเจน ($\bar{X} = 4.58$, $SD = 0.59$) และโรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม น่าดึงดูด บรรยากาศดี ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.56	0.55	มากที่สุด
2. พนักงานให้บริการอย่างเต็มที่ เช่น พนักงานมีความพร้อมด้านการให้บริการอยู่เสมอ เป็นต้น	4.66	0.53	มากที่สุด
3. พนักงานชี้แจงรายละเอียดการชำระเงินต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน และโปร่งใส	4.65	0.54	มากที่สุด
4. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.57	0.54	มากที่สุด
5. พนักงานสามารถปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าได้	4.61	0.55	มากที่สุด
รวม	4.61	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.61$, SD = 0.40) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานให้บริการอย่างเต็มที่ เช่น พนักงานมีความพร้อมด้านการให้บริการอยู่เสมอ เป็นต้น ($\bar{X}=4.66$, SD = 0.53) พนักงานชี้แจงรายละเอียดการชำระเงินต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน และโปร่งใส ($\bar{X} = 4.65$, SD = 0.54) พนักงานสามารถปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าได้ ($\bar{X} = 4.61$, SD = 0.55) พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.57$, SD = 0.54) และพนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.56$, SD = 0.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	4.65	0.50	มากที่สุด
2. พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.60	0.55	มากที่สุด
3. พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเต็มที่ และพร้อมให้บริการตลอดเวลา	4.65	0.52	มากที่สุด
4. พนักงานมีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการเข้าพัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด และชัดเจน	4.56	0.57	มากที่สุด
5. โรงแรมมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ไม่ซับซ้อน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.59	0.59	มากที่สุด
รวม	4.61	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.40$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.50$) พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเต็มที่ และพร้อมให้บริการตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.52$) พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.55$) โรงแรมมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ไม่ซับซ้อน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.59$) และพนักงานมีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการเข้าพัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด และชัดเจน ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น
ต่อลูกค้า

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานของโรงแรมมีความสุภาพ เรียบร้อย อัธยาศัยดี มีใจรักในการบริการ	4.66	0.50	มากที่สุด
2. พนักงานมีทักษะในการให้บริการ	4.57	0.58	มากที่สุด
3. โรงแรมมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีและ ได้มาตรฐาน เช่น มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพ ตลอด 24 ชั่วโมง	4.60	0.57	มากที่สุด
4. อุปกรณ์ภายในโรงแรมมีมาตรฐานและความ ปลอดภัย เช่น ประตูหน้าต่างแข็งแรงคงทน	4.63	0.52	มากที่สุด
5. บริเวณที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีความ ปลอดภัย เช่น มีแสงสว่างทั่วบริเวณ มีกล้องวงจร ปิด เป็นต้น	4.61	0.56	มากที่สุด
รวม	4.61	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่น
ต่อลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.42$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถ
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานของโรงแรมมีความสุภาพ เรียบร้อย อัธยาศัยดี มีใจ
รักในการบริการ ($\bar{X} = 4.66$, $SD = 0.50$) อุปกรณ์ภายในโรงแรมมีมาตรฐานและความปลอดภัย เช่น
ประตูหน้าต่างแข็งแรงคงทน ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.52$) บริเวณที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีความ
ปลอดภัย เช่น มีแสงสว่างทั่วบริเวณ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.56$) โรงแรมมีระบบ
การรักษาความปลอดภัยที่ดีและได้มาตรฐาน เช่น มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมง
($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.57$) และพนักงานมีทักษะในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.57$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจลูกค้า

การเข้าใจลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานดูแลเอาใจใส่ความสะดวกสบายของลูกค้า เช่น การรับฝากกระเป๋าก่อนเวลาเช็คอิน บริการโทรปลุกลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าแจ้ง	4.64	0.56	มากที่สุด
2. พนักงานยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้า	4.63	0.53	มากที่สุด
3. พนักงานสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	4.55	0.56	มากที่สุด
4. พนักงานใส่ใจในการตอบคำถามและการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่เสมอให้กับลูกค้าอยู่เสมอ	4.59	0.60	มากที่สุด
5. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.60	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานดูแลเอาใจใส่ความสะดวกสบายของลูกค้า เช่น การรับฝากกระเป๋าก่อนเวลาเช็คอิน บริการโทรปลุกลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าแจ้ง ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.56$) พนักงานยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้า ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.53$) พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.55$) พนักงานใส่ใจในการตอบคำถามและการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่เสมอให้กับลูกค้าอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.60$) และพนักงานสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.55$, $SD = 0.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีของลูกค้าโดยรวม

ความภักดีของลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความภักดีเชิงทัศนคติ	4.60	0.44	มากที่สุด
ความภักดีเชิงพฤติกรรม	4.53	0.45	มากที่สุด
รวม	4.56	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.42$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความภักดีเชิงทัศนคติ ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$) และความภักดีเชิงพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.53$, $SD = 0.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีของลูกค้าเชิงทัศนคติ

ความภักดีเชิงทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกประทับใจในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม	4.63	0.51	มากที่สุด
2. ท่านรู้สึกประทับใจสภาพแวดล้อมของโรงแรม	4.56	0.56	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกประทับใจการให้บริการของพนักงาน	4.58	0.55	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกมีความสุข และอบอุ่นทุกครั้งที่ได้มาพักที่โรงแรมแห่งนี้	4.57	0.58	มากที่สุด
5. ท่านจะนึกถึงโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรกเมื่อมีโอกาสได้มาท่องเที่ยวหรือทำธุระบริเวณใกล้เคียง	4.64	0.55	มากที่สุด
รวม	4.60	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความภักดีเชิงทัศนคติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.44$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ท่านจะนึกถึงโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรกเมื่อมีโอกาสได้มาท่องเที่ยวหรือทำธุระบริเวณใกล้เคียง ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.55$) ท่านรู้สึกประทับใจในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

($\bar{X}$ = 4.63, SD = 0.51) ท่านรู้สึกประทับใจการให้บริการของพนักงาน ($\bar{X}$ = 4.58, SD = 0.55) ท่านรู้สึกมีความสุข และอบอุ่นทุกครั้งที่ได้มาพักที่โรงแรมแห่งนี้ ($\bar{X}$ = 4.57, SD = 0.58) และท่านรู้สึกประทับใจสภาพแวดล้อมของโรงแรม ($\bar{X}$ = 4.56, SD = 0.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีของลูกค้าเชิงพฤติกรรม

ความภักดีเชิงพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านจะใช้บริการโรงแรมนี้ต่อไป แม้จะมีโรงแรมใหม่เปิดให้บริการเพิ่ม	4.49	0.59	มาก
2. ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการห้องพักของโรงแรมนี้ ถึงแม้ว่าห้องพักจะมีราคาแพงขึ้น	4.45	0.64	มาก
3. ท่านจะแนะนำคนใกล้ชิดหรือคนที่ต้องการหาห้องพักมาใช้บริการโรงแรมนี้เพิ่ม	4.59	0.56	มากที่สุด
4. ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่น่าประทับใจของโรงแรมนี้ให้กับแก่คนใกล้ชิด	4.60	0.54	มากที่สุด
5. หากมีใครกล่าวถึงโรงแรมในแง่ลบ ท่านจะแก้ต่าง หรือชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องแก่บุคคลนั้น	4.50	0.61	มาก
รวม	4.53	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความภักดีเชิงพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, SD = 0.45) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่น่าประทับใจของโรงแรมนี้ให้กับแก่คนใกล้ชิด ($\bar{X}$ = 4.60, SD = 0.54) ท่านจะแนะนำคนใกล้ชิดหรือคนที่ต้องการหาห้องพักมาใช้บริการโรงแรมนี้เพิ่ม ($\bar{X}$ = 4.59, SD = 0.56) หากมีใครกล่าวถึงโรงแรมในแง่ลบ ท่านจะแก้ต่าง หรือชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องแก่บุคคลนั้น ($\bar{X}$ = 4.50, SD = 0.61) ท่านจะใช้บริการโรงแรมนี้ต่อไป แม้จะมีโรงแรมใหม่เปิดให้บริการเพิ่ม ($\bar{X}$ = 4.49, SD = 0.59) และท่านจะยังคงเลือกใช้บริการห้องพักของโรงแรมนี้ ถึงแม้ว่าห้องพักจะมีราคาแพงขึ้น ($\bar{X}$ = 4.45, SD = 0.64) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน จำแนกเป็น

สมมติฐานที่ 1.1 อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความเท่าเทียมกันของความแปรปรวนความภักดีของลูกค้า ระหว่างอาชีพของลูกค้า

Test of Homogeneity of Variances				
ความภักดีของลูกค้า	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	2.378	16	281	0.03*

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความเท่าเทียมกันของความแปรปรวนความภักดีของลูกค้าระหว่างอาชีพของลูกค้า โดยใช้การทดสอบ Homogeneity of Variances พบว่า ความแปรปรวนความภักดีของลูกค้าระหว่างอาชีพของลูกค้ามีค่าไม่เท่ากันหรือมีค่าแตกต่างกัน (Levene Statistic = 2.378, df1 = 16, df2 = 281 และค่า Sig. = 0.03 < 0.05)

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความภักดีของลูกค้าระหว่างอาชีพของลูกค้า

อาชีพ	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	59.70	20	2.99	2.34	0.03*
ภายในกลุ่ม	358.64	281	1.28		
รวม	418.33	301			

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามอาชีพ มีค่า F เท่ากับ 2.34 และค่า Sig เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F=2.34$, $Sig=0.03 < 0.05$) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า แตกต่างกัน อย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้วิธี LSD

Multiple Comparisons				
อาชีพ		Mean Difference (I-J)	Sig.	
LSD	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	-0.02	0.83
		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	0.13	0.10
		นักเรียน/นักศึกษา	0.02	0.88
		เกษตรกร	.26	0.03*
		อื่น ๆ	-0.04	0.81
	พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	.15	0.01*
		นักเรียน/นักศึกษา	0.03	0.74
		เกษตรกร	.27	0.01*
		อื่น ๆ	-0.02	0.89
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	-0.11	0.27
		เกษตรกร	0.12	0.21
		อื่น ๆ	-0.17	0.22
	นักเรียน/นักศึกษา	เกษตรกร	0.24	0.07
		อื่น ๆ	-0.05	0.74
	เกษตรกร	อื่น ๆ	-0.29	0.07

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

- (1) คู่ที่ 1 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ กับ เกษตรกร มีค่าเฉลี่ยตามอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรม แตกต่างกัน
- (2) คู่ที่ 2 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง กับ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยตามอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรม แตกต่างกัน

(3) คู่ที่ 3 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง กับ เกษตรกร มีค่าเฉลี่ยตามอาชีพของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความภักดีของลูกค้าระหว่างระดับการศึกษาของลูกค้า

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	45.01	20	2.25	1.66	0.04*
ภายในกลุ่ม	380.35	281	1.35		
รวม	425.35	301			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า F เท่ากับ 1.66 และค่า Sig เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F=1.66$, $Sig=0.04 < 0.05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า แตกต่างกัน อย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความเท่าเทียมกันของความแปรปรวนความภักดีของลูกค้า ระหว่างระดับการศึกษาของลูกค้า

Test of Homogeneity of Variances				
ความภักดีของลูกค้า	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	2.50	4	297	0.04*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความเท่าเทียมกันของความแปรปรวนความภักดีของลูกค้าระหว่างระดับการศึกษาของลูกค้า โดยใช้การทดสอบ Homogeneity of Variances พบว่า ความแปรปรวนความภักดีของลูกค้าระหว่างระดับการศึกษาของลูกค้ามีค่าไม่เท่ากันหรือมีค่าแตกต่างกัน (Levene Statistic = 2.50, $df1 = 4$, $df2 = 297$ และค่า Sig. = $0.04 < 0.05$)

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามระดับการศึกษาของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรม
ฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้วิธี Dunnett T3

Multiple Comparisons				
ระดับการศึกษา			Mean Difference (I-J)	Sig.
Dunnett T3	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	0.19	0.17
		ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	0.18	0.84
		ปริญญาตรี	0.32	0.00*
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.12	0.97
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	-0.01	1.00
		ปริญญาตรี	0.14	0.11
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.07	1.00
	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	ปริญญาตรี	0.55	0.73
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.34	0.82
	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.20	0.48

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามระดับการศึกษาของผู้ที่มาใช้บริการ
โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้วิธี Dunnett T3 พบว่า มีค่าเฉลี่ย
ระดับการศึกษาของผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีที่
แตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ผู้ที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.3 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความภักดีของลูกค้าระหว่างรายได้ต่อเดือนของลูกค้า

รายได้ต่อเดือน	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	66.814	20	3.34	0.63	0.89
ภายในกลุ่ม	1486.17	281	5.29		
รวม	1552.98	301			

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามรายได้ ต่อเดือน มีค่า F เท่ากับ 0.63 และค่า Sig เท่ากับ 0.89 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F=0.63$, $Sig=0.89 > 0.05$) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

4.2.2 สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรม ฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัยตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multi collinearity) ตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ด้วยการตรวจค่า Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) โดยถ้าหากตัวแปรต้นมีค่า Tolerance มากกว่า 0.19 และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.30 (Hair et al., 2010) หมายความว่าตัวแปรต้นที่จะทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีค่า Tolerance มากกว่า 0.19 และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.30 ซึ่งหมายความว่าไม่มีปัญหาระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปร รายละเอียดดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม

คุณภาพการบริการ	B	SE. b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	0.31	0.16		1.88	0.06		
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.22	0.05	0.22	4.79	0.00**	0.41	2.42
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	-0.07	0.05	-0.07	-1.43	0.15	0.40	2.49
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	0.04	0.05	0.04	0.80	0.43	0.34	2.94
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.34	0.05	0.34	6.59	0.00**	0.34	2.94
ด้านการเข้าใจลูกค้า	0.40	0.05	0.41	7.88	0.00**	0.33	3.08
$R = 0.86$, $R^2 = 0.73$, $R^2(\text{Adjusted}) = 0.73$, $SEE = 0.22$, $F = 166.41$, $Sig = 0.00$							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.86 และค่าอำนาจในการพยากรณ์ (R^2) 0.73 หมายถึง ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความภักดีของลูกค้าได้ร้อยละ 73.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ได้แก่ ด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ

ด้านความเข้าใจลูกค้า จากผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนน (b) และสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) จากการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ค่า Beta เท่ากับ 0.41 หมายความว่า ถ้าการเข้าใจลูกค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี จะเพิ่มขึ้น 0.41 หน่วย โดยตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จากผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนน (b) และสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) จากการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ค่า Beta เท่ากับ 0.34 หมายความว่า ถ้าการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี จะเพิ่มขึ้น 0.34 หน่วย โดยตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จากผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนน (b) และสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) จากการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ค่า Beta เท่ากับ 0.22 หมายความว่า ถ้าความเป็นรูปธรรมของบริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี จะเพิ่มขึ้น 0.22 หน่วย โดยตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

นอกนั้นตัวแปรอื่น ๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัยได้นำค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทำนายมาสร้างสมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

(1) สมการทำนายรูปแบบคะแนนดิบ (B)

ความภักดีของลูกค้าโรงแรม = $0.31 + 0.22^{**}$ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ + 0.34^{**} ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า + 0.40^{**} ด้านการเข้าใจลูกค้า

(2) สมการทำนายรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta)

ความภักดีของลูกค้าโรงแรม = 0.41^{**} ด้านการเข้าใจลูกค้า + 0.34^{**} ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า + 0.22^{**} ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ