

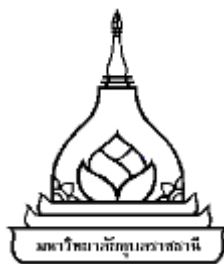
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

ตารางวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

หัวข้อ	ข้อที่	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	1	1	1	1	3	1.00
	2	1	1	1	3	1.00
	3	1	1	1	3	1.00
	4	1	1	1	3	1.00
	5	1	0	1	2	0.67
ความน่าเชื่อถือ	6	1	1	1	3	1.00
	7	1	1	1	3	1.00
	8	1	1	1	3	1.00
	9	1	1	1	3	1.00
การตอบสนอง	10	1	1	1	3	1.00
	11	1	1	1	3	1.00
	12	1	1	1	3	1.00
	13	1	1	1	3	1.00
	14	1	1	1	3	1.00
การให้ความมั่นใจ	15	0	1	1	2	0.67
	16	1	1	1	3	1.00
	17	1	1	1	3	1.00
	18	1	1	1	3	1.00
ความเอาใจใส่	19	1	1	1	3	1.00
	20	1	1	1	3	1.00
	21	1	1	1	3	1.00
	22	1	1	1	3	1.00

หัวข้อ	ข้อที่	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
ความตั้งใจซื้อ	23	1	1	1	3	1.00
	24	1	1	1	3	1.00
	25	1	1	1	3	1.00
ความไม่อ่อนไหวต่อราคา	26	1	1	1	3	1.00
	27	1	1	1	3	1.00
	28	1	1	1	3	1.00
การบอกต่อ	29	1	1	1	3	1.00
	30	1	1	1	3	1.00
	31	1	1	1	3	1.00
พฤติกรรมกรร ร้องเรียน	32	1	1	1	3	1.00
	33	1	1	1	3	1.00
	34	1	0	1	2	0.67



แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลล์
รีสอร์ท อำเภอมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

แบบสอบถามชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ในเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี” โดยข้อมูลที่ท่านให้จะไม่ส่งผลกระทบต่อตัวท่าน และข้อมูลทุกอย่างจะเก็บเป็นความลับ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโรงแรม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าโรงแรม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความจริงของท่าน

1.1 เพศ

() 1. ชาย () 2. หญิง () 3. เพศทางเลือก

1.2 อายุ

() 1. ต่ำกว่า 21 () 2. 21 - 25 ปี () 3. 26 - 30 ปี
() 4. 31 - 35 ปี () 5. 36 - 40 ปี () 6. 41 - 45 ปี
() 7. 46 - 50 ปี () 8. 51 - 55 ปี () 9. 56 - 60 ปี
() 10. 60 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป

1.4 อาชีพ

- () 1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ () 2. พนักงานบริษัทเอกชน
() 3. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย () 4. นิสิต / นักศึกษา
() 5. เกษตรกร () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,000-15,000 บาท
() 3. 15,001-20,000 บาท () 4. 20,001-25,000 บาท
() 5. 25,001-30,000 บาท () 6. 30,001-35,000 บาท
() 7. 35,001-40,000 บาท () 8. 40,001-45,000 บาท
() 9. 45,001-50,000 บาท () 10. 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโรงแรม

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับของคุณภาพการบริการที่ได้รับ				
		5	4	3	2	1
2.1 สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม (Tangibility)						
2.1.1	พนักงานแต่งกายในเครื่องแบบเดียวกัน และสะอาดเรียบร้อย					
2.1.2	มีบรรยากาศที่ร่มรื่น สวนหย่อม มุมนั่งเล่น และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน					
2.1.3	มีที่จอดรถกว้างขวางสามารถเข้าจอดได้อย่างสะดวกสบาย					
2.1.4	มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่สะอาดครบถ้วน และจัดวางอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย					
2.1.5	อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความแข็งแรงพร้อมใช้งานทุกครั้งที่ใช้บริการ					
2.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
2.2.1	มีการแสดงใบประกอบกิจการโรงแรม และใบรับรองมาตรฐานโรงแรมเปิดเผยให้ลูกค้าทราบที่เคาเตอร์					
2.2.2	ห้องพักที่ใช้บริการตรงกับภาพที่ใช้ในการโฆษณาของโรงแรม					

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับของคุณภาพการบริการที่ได้รับ				
		5	4	3	2	1
2.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
2.2.3	ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า หากไม่ได้รับการอนุญาตจากลูกค้า					
2.2.4	มีการออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมัดจำค่าที่พัก หรือชำระเงินทันที					
2.3 การตอบสนอง (Responsiveness)						
2.3.1	สามารถจัดห้องพักได้ตามจำนวน และประเภทห้องตามความต้องการที่ตกลงกับลูกค้า					
2.3.2	พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร แนะนำ และเสนอบริการได้อย่างชัดเจน					
2.3.3	พนักงานได้แจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนในการเข้ารับบริการต่าง ๆ เช่น เวลาในการให้บริการอาหารเช้า เวลาในการ check in และ check out เป็นต้น					
2.3.4	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี					
2.3.5	มีพนักงานประจำที่เคาเตอร์เพื่อให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง					
2.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance)						
2.4.1	เพจ Facebook โรงแรม มีการนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ					
2.4.2	ขั้นตอนการกรอกข้อมูล Check in (เปิดห้องพัก) และ Check out (คืนห้องพัก) มีความสะดวกรวดเร็ว					
2.4.3	มีพนักงานบริการยกกระเป๋า เปิดห้องพัก แนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า					
2.4.4	มีระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด และถังดับเพลิงบริเวณทางเดินหน้าห้องพักที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ					

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับของคุณภาพการบริการที่ได้รับ				
		5	4	3	2	1
2.5 ความเอาใจใส่ (Empathy)						
2.5.1	พนักงานโรงแรมให้ความเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน					
2.5.2	พนักงานสามารถจดจำชื่อ และข้อมูลสำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
2.5.3	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และกล่าวทักทายด้วยความเป็นมิตร					
2.5.4	พนักงานให้บริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้ เช่น รับฝากของ บริการโทรปลุก ออกใบเสร็จสำหรับเบิกจ่าย ค่าราชการ เรียกรถรับส่ง เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าโรงแรม

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ข้อที่	ความภักดีของลูกค้าโรงแรม	ระดับของความภักดีที่ได้รับ				
		5	4	3	2	1
3.1 ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)						
3.1.1	ถ้าต้องเดินทางมาจังหวัดอุบลราชธานี จะมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรก					
3.1.2	หากท่านต้องการโรงแรมที่มีบรรยากาศดี พนักงานเป็นมิตร และให้ความช่วยเหลืออย่างดีจะนึกถึงที่นี่เป็นอันดับแรก					
3.1.3	ท่านยินดีจะเดินทางมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ แม้วาท่านต้องใช้เวลาในการเดินทางที่มากขึ้น หรือโรงแรมอยู่ไกลจากสถานที่ทำธุระของท่าน					
3.2 ความไม่อ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity)						
3.2.1	ท่านรู้สึกว่าการบริการมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย (ช่วงราคา 400-1,000 บาท/ห้อง)					

ข้อที่	ความภักดีของลูกค้าโรงแรม	ระดับของความภักดีที่ได้รับ				
		5	4	3	2	1
3.2 ความไม่อ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity)						
3.2.2	ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้จะมีการปรับราคาค่าห้องพักเพิ่มขึ้นเล็กน้อย					
3.2.3	ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้ที่พักอื่นจะมีราคาห้องพักใกล้เคียงกับที่นี่					
3.3 การบอกต่อ (Word-of-Mouth Communication)						
3.3.1	ท่านจะแนะนำครอบครัว และคนรู้จักให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้					
3.3.2	ท่านจะแชร์ข่าวสาร กิจกรรม หรือโฆษณา ของโรงแรมแห่งนี้ทางช่องทางออนไลน์ ของท่าน เช่น ทางเพจ facebook ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ เป็นต้น					
3.3.3	ท่านจะถ่ายภาพ เช็คอิน หรือเขียนรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ					
3.4 พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior)						
3.4.1	ท่านยินดีแจ้งให้โรงแรมทราบทันที เมื่อเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลให้โรงแรมได้ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น					
3.4.2	ท่านสามารถให้อภัยในความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการให้บริการของโรงแรมได้					
3.4.3	ท่านยินดีจะช่วยเหลือต่างให้โรงแรมแห่งนี้ หากเกิดการโจมตีด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จจากบุคคลอื่น					