

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมเฉพาะกลุ่ม 1- 4 (กลุ่มโรงแรมระดับราคาคืนละ 500 บาทขึ้นไป) ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามได้จริงเพียง 397 รายและในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการ (Factor Analysis)

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบคุณภาพขององค์ประกอบคุณภาพบริการ (Reliability Analysis)

ตอนที่ 4 ผลการตรวจสอบคุณภาพขององค์ประกอบที่ได้ (Scale Validity) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way-ANOVA)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	163	41.1
หญิง	211	53.1
ไม่ระบุ	10	2.5
ไม่ตอบ	13	3.3
อายุ		
15-25 ปี	76	19.1
26-35 ปี	153	38.5
36-45 ปี	88	22.2
46-55 ปี	55	13.9
56 ปีขึ้นไป	12	3.0
ไม่ตอบ	13	3.3
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	89	22.4
ปริญญาตรี	233	58.7
สูงกว่าปริญญาตรี	62	15.6
อื่นๆ	4	1.0
ไม่ตอบ	9	2.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	37	9.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	18.6
พนักงานบริษัทเอกชน	158	39.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	95	23.9
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	14	3.5
อื่นๆ	5	1.3
ไม่ตอบ	14	3.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	128	32.2
10,000-20,000 บาท	135	34.0
20,001-30,000 บาท	56	14.1
มากกว่า 30,000 บาท	76	19.1
ไม่ตอบ	2	0.5
ภูมิลำเนา		
ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย	3	0.8
ภาคเหนือ	190	47.9
ภาคกลาง	147	37.0
ภาคใต้	16	4.0
ภาคตะวันตก	9	2.3
ภาคตะวันออก	20	5.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12	3.0

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมเฉพาะกลุ่ม 1- 4 (กลุ่มโรงแรมระดับราคาคืนละ 500 บาทขึ้นไป) ในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงหรือคิดเป็นร้อยละ 53.1 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 38.5) รองลงมาเป็นกลุ่มช่วงอายุ 36-45 ปี (ร้อยละ 22.2) และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่กลุ่มช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 3.0) การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 58.7) รองลงมาคือการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 22.4) และการศึกษาอื่นๆเป็นจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1) สำหรับอาชีพมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 39.8) รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (ร้อยละ 23.9) และเป็นกลุ่มอาชีพอื่น ๆ น้อยที่สุด (ร้อยละ 1.3) ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือกลุ่มที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท (ร้อยละ 34) รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 32.2) และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 14.1) ส่วนภูมิลำเนาส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (ร้อยละ 47.9) รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (ร้อยละ 37) และน้อยที่สุดคือกลุ่มที่ภูมิลำเนาไม่ได้อยู่ในประเทศไทย (ร้อยละ 0.8)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเข้าใช้บริการโรงแรม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
ไม่เคยมา	29	7.3
เคยมา 1-2 ครั้ง	107	27.0
เคยมา มากกว่า 2 ครั้ง	255	64.2
ไม่ตอบ	6	1.5
ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม		
1-2 ครั้งต่อปี	186	46.9
3-5 ครั้งต่อปี	116	29.2
6-10 ครั้งต่อปี	36	9.1
มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	58	14.6
ไม่ตอบ	1	.3
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการโรงแรมในแต่ละครั้ง		
1-2 วันต่อครั้ง	252	63.5
3-5 วันต่อครั้ง	122	30.7
มากกว่า 5 วันต่อครั้ง	21	5.3
ไม่ตอบ	2	.5
เคยมาพักที่โรงแรมนี้มาก่อนหรือไม่		
เคย	192	48.4
ไม่เคย	205	51.6

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมเฉพาะกลุ่ม 1- 4 (กลุ่มโรงแรมระดับราคาคืนละ 500 บาทขึ้นไป) ในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เคยมาเชียงใหม่ มากกว่า 2 ครั้ง (ร้อยละ 64.2) รองลงมาคือกลุ่มที่เคยมาเชียงใหม่ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 27) และกลุ่มที่ไม่เคยมาเชียงใหม่มีน้อยที่สุด (ร้อยละ 7.3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรม 1-2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 46.9) รองลงมาคือกลุ่มที่ใช้บริการโรงแรม 3-5 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 29.2) ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรม 6-10 ครั้งต่อปีมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 9.1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรม 1-2

วันต่อครั้ง (ร้อยละ 63.5) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่ใช้บริการโรงแรม 3-5 วันต่อครั้ง (ร้อยละ 30.7) และกลุ่มที่ใช้บริการโรงแรมมากกว่า 5 วันต่อครั้งมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 5.3) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ไม่เคยมาพักโรงแรมที่ทำการสำรวจนี้มีจำนวนพอๆกับผู้ที่เคยมาพักโรงแรมที่ทำการสำรวจคิดเป็นร้อยละ 51.6 และ 48.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการ (Factor Analysis)

เนื่องจากแนวคิดของ Parasuraman และคณะ เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง (Parasuraman et al., 1988) ดังนั้นในการวิเคราะห์ผลของการวิจัยจะใช้คะแนนคุณภาพบริการที่ได้มาจากการนำคะแนนการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับจริงจากการตอบแบบสอบถามมาหักลบกับคะแนนความคาดหวังของผู้รับบริการที่คาดว่าจะได้รับจากการตอบแบบสอบถาม ตามสูตรการคำนวณ

$$Q = P - E$$

โดย	Q =	คะแนนคุณภาพบริการ
	P =	คะแนนการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริงจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่
	E =	คะแนนความคาดหวังของผู้รับบริการที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

จากขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามสามารถสร้างแบบสอบถามที่มีรายละเอียดข้อ้อยซึ่งสามารถเทียบเคียงกับแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1988) ได้ดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles: T)

1. พนักงานของโรงแรมควรแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
2. เอกสารแนะนำบริการของโรงแรมควรมีรูปลักษณ์สวยงามและน่าอ่าน
3. โรงแรมควรตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก

4. การติดต่อเพื่อใช้บริการควรมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก เช่น โทรศัพท์ และ เว็บไซต์ของโรงแรม
5. สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโรงแรมควรมีความสวยงาม เหมาะสำหรับการพักผ่อน
6. สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงแรมควรมีความสะดวกสบายและปลอดภัย
7. โรงแรมควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและสวยงาม
8. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรมควรอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน
9. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของโรงแรมควรมีลักษณะเหมาะสมกับการใช้งานในโรงแรม
10. ห้องพักของโรงแรมควรมีเครื่องนอนและหมอนที่สะอาดและน่าใช้
11. เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักและบริเวณส่วนต้อนรับควรมีการตกแต่งอย่างสวยงาม
12. การตกแต่งโรงแรมทั้งภายนอกและภายในควรมีบรรยากาศแบบล้านนา ของใช้ในห้องพักควรมีเอกลักษณ์สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมเชียงใหม่
13. ทางโรงแรมควรเน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น เครื่องแบบของพนักงาน การฝึกให้พนักงานใช้ภาษาท้องถิ่น การเพิ่มเมนูอาหารพื้นเมือง และควรมีกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น อาจมีการแสดงโชว์พื้นเมือง
14. โรงแรมควรมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและอุปกรณ์ดับเพลิงอย่างพอเพียง
15. โรงแรมควรมีบริการอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น บริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก บริการอินเทอร์เน็ต บริการจัดหาทัวร์ บริการไปรษณีย์ ห้องออกกำลังกาย และห้องซาวน่า

ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability: R)

16. โรงแรมควรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด
17. โรงแรมควรมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดีเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
18. พนักงานควรมีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า
19. พนักงานควรจะสามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
20. โดยทั่วไปพนักงานของโรงแรมควรจะให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก
21. โดยทั่วไปการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการควรจะถูกต้องและน่าเชื่อถือ
22. การบันทึกการขายการใช้บริการของโรงแรมควรถูกต้อง ไม่มีหรือแทบจะไม่มีข้อผิดพลาด

การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RR)

23. การจองห้องพักควรทำได้สะดวกและรวดเร็ว
24. การเช็คอินและเช็คเอาท์ควรรวดเร็ว
25. พนักงานของโรงแรมควรจะแจ้งเวลาที่ใช้ในการให้บริการที่แน่นอนแก่ผู้มาใช้บริการได้
26. พนักงานของโรงแรมควรพร้อมที่จะให้บริการแก่แขกผู้มาใช้บริการในทันที
27. พนักงานควรมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาเข้าพักและผู้ใช้บริการเสมอ
28. พนักงานควรมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง
29. พนักงานของโรงแรมควรมีเวลาที่ให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอ
30. เมื่อผู้มาใช้บริการในโรงแรมพบปัญหา เจ้าหน้าที่หรือพนักงานของโรงแรมควรจะแสดงความใส่ใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็ว

การให้ความมั่นใจ (Assurance: A)

31. พฤติกรรมของพนักงานควรจะทำให้ผู้มาใช้บริการในโรงแรมมีความไว้วางใจ
32. พนักงานของโรงแรมควรจะทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในขณะที่ให้บริการ
33. พนักงานควรให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน ให้บริการพร้อมทั้งรอยยิ้ม
34. พนักงานควรจะปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพโดยเคร่งครัดต่อหน้าที่
35. พนักงานของโรงแรมควรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อแขกที่มาพักในโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ
36. พนักงานของโรงแรมควรมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน ทั้งความรู้เกี่ยวกับการให้บริการในโรงแรม และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องในท้องถิ่น เช่น คำแนะนำในการเดินทาง, สถานที่ท่องเที่ยว, แหล่งขายของที่ระลึกและของฝาก
37. ทางโรงแรมควรให้การสนับสนุนพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่
38. แขกที่มาพักในโรงแรมควรรู้สึกว่าการแจ้งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเชื่อถือได้
39. โรงแรมควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และควรมีผู้-night ในห้องพัก

การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy: E)

40. พนักงานควรจะให้บริการที่ดีกับผู้ใช้บริการทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติ
41. พนักงานควรจะปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอไม่ว่าจะมากี่ครั้งความรู้สึกรู้สึกของผู้ใช้บริการที่ได้กลับไปก็ยิ่งเหมือนเดิม
42. พนักงานควรเอาใจใส่รายละเอียดเล็กๆน้อยๆที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ เช่น ทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ แสดงความเอาใจใส่ และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นคนสำคัญ
43. พนักงานของโรงแรมควรจะเอาใจใส่และให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นรายบุคคล
44. พนักงานของโรงแรมควรเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ
45. ทางโรงแรมควรมีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการแต่ละท่านไว้ ไม่ต้องขอรายละเอียดใหม่เมื่อมีการเข้าพักซ้ำ
46. โรงแรมควรมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการ
47. โรงแรมควรมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ
48. โรงแรมควรจะให้บริการอาหารที่มีคุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ตามแนวทางที่ระบุไว้ในบทที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.968
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	16962.447
	df	1128
	Sig.	< 0.05

ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.968 ซึ่งเป็นค่าที่ค่อนข้างสูง (มากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1) แสดงว่าเป็นข้อมูลที่เหมาะสมกับเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Tabachnick and Fidell, 1996)

การทำ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าข้อมูลมีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 16962.447 ได้ค่า Significance น้อยกว่า 0.05 แปลว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548: 23) ซึ่งรายละเอียดการทำวิเคราะห์องค์ประกอบ แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 รายละเอียดการวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)	จำนวนข้อย่อย	จำนวนองค์ประกอบที่แยกได้	หมายเหตุ
ครั้งที่ 1	48	6	ตัดข้อ 19, 20, 28, 30, 36, 41, 46
ครั้งที่ 2	41	6	ตัดข้อ 22
ครั้งที่ 3	40	6	ไม่สามารถตัดทิ้งได้

หมายเหตุ: รายละเอียดผลการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งที่ 1, 2 และ 3 ดูภาคผนวก ก

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Extraction) เลือกใช้วิธีแกนหลัก (Principal Axis factoring) วิธีการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) ใช้วิธีการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) (Hair et al., 1992 อ้างใน Parasuraman et al., 2005, Aldlaigan and Buttle, 2002 และ Comrey, 2000)

การกำหนดจำนวนขององค์ประกอบ โดยการเลือกค่า Eigen Values มากกว่า 1 เพราะถือว่าเป็นกฎที่ดีที่สุดของการกำหนดจำนวนขององค์ประกอบ (Tinsley and Tinsley, 1987 และ Floyd and Widaman, 1995)

การพิจารณาว่าคำถามข้อนั้นอยู่ในองค์ประกอบใด พิจารณาจากค่าน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loading) โดยถ้าค่าน้ำหนักตัวประกอบของข้อคำถามนั้นมีค่ามาก (เข้าใกล้ +1 หรือ -1) ในองค์ประกอบใด และมีค่าน้ำหนักตัวประกอบต่ำ (เข้าใกล้ศูนย์) ในองค์ประกอบอื่น จะจัดข้อคำถามนั้นให้อยู่ในองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักตัวประกอบสูง โดย ค่าน้ำหนักตัวประกอบของแต่ละองค์ประกอบที่พิจารณาจะต้องมีค่ามากกว่า 0.32 และมีค่าแตกต่างกันกับ ค่าน้ำหนักตัวประกอบขององค์ประกอบอื่นมากกว่า 0.2 (Tabachnick and Fidell, 1996)

หลังจากการทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบครั้งที่ 3 สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่

- องค์ประกอบที่ 1 การบริการของพนักงานโรงแรมและการรักษาความปลอดภัย (C1)
- องค์ประกอบที่ 2 ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของโรงแรม (C2)
- องค์ประกอบที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรม (C3)
- องค์ประกอบที่ 4 การเข้าใจความต้องการของแขกที่มาใช้บริการโรงแรม (C4)
- องค์ประกอบที่ 5 ความพร้อม ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ (C5)
- องค์ประกอบที่ 6 เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม (C6)

องค์ประกอบที่ 1 การบริการของพนักงานและการรักษาความปลอดภัย

ประกอบด้วยคำถาม 9 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงผลองค์ประกอบ การบริการของพนักงาน โรงแรมและการรักษาความปลอดภัย

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
A31	พฤติกรรมของพนักงานควรจะทำให้ผู้มาใช้บริการในโรงแรมมีความไว้วางใจ	0.680
A32	พนักงานของโรงแรมควรจะทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในขณะให้บริการ	0.654
A33	พนักงานควรให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน ให้บริการพร้อมทั้งรอยยิ้ม	0.743
A34	พนักงานควรจะปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพโดยเคร่งครัดต่อหน้าที่	0.784
A35	พนักงานของโรงแรมควรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อแขกที่มาพักในโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ	0.750
A37	ทางโรงแรมควรให้การสนับสนุนพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่	0.456
A38	แขกที่มาพักในโรงแรมควรรู้สึกว่าการแจ้งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเชื่อถือได้	0.466
A39	โรงแรมควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และควรมีตู้নিরภัยในห้องพัก	0.527
E40	พนักงานควรจะให้บริการที่ดีกับผู้ให้บริการทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติ	0.405

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานของ โรงแรม ไม่ว่าจะป็นวิธีการปฏิบัติงานของพนักงาน หรือพฤติกรรมของพนักงานที่แสดงออกต่อผู้มาใช้บริการ รวมไปถึงระบบการรักษาความปลอดภัย

องค์ประกอบที่ 2 ลักษณะทางกายภาพของโรงแรม

ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงผลองค์ประกอบ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของ โรงแรม

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
T1	พนักงานของโรงแรมควรแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	0.649
T2	เอกสารแนะนำบริการของโรงแรมควรมีรูปลักษณ์สวยงามและน่าอ่าน	0.731
T3	โรงแรมควรตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก	0.725
T4	การติดต่อเพื่อใช้บริการควรมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก เช่น โทรศัพท์ และเว็บไซต์ของ โรงแรม	0.817
T5	สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของ โรงแรมควรมีความสวยงาม เหมาะสำหรับการพักผ่อน	0.851
T6	สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงแรมควรมีความสะอาดสบาย และปลอดภัย	0.800
T7	โรงแรมควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและสวยงาม	0.663

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของโรงแรมที่ผู้มาใช้บริการสามารถมองเห็นได้ เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้มาใช้บริการสามารถประทับใจและรู้สึกได้ตั้งแต่แรกเห็น ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายของพนักงาน การตกแต่งโรงแรมให้สวยงาม สถานที่ตั้งและความสะดวกการติดต่อทางโรงแรม

องค์ประกอบที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวก

ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงผลองค์ประกอบ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรม

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
T8	อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรมควรมีอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน	0.628
T9	อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของโรงแรมควรมีลักษณะเหมาะสมกับการใช้งานในโรงแรม	0.597
T10	ห้องพักของโรงแรมควรมีเครื่องนอนและหมอนที่สะอาดและน่าใช้	0.663
T11	เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักและบริเวณส่วนต้อนรับควรมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	0.718

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักของโรงแรม ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของการมาใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบนี้ประกอบด้วยความสะดวกของห้องพัก รวมไปถึงความพร้อมและความเหมาะสมของอุปกรณ์ และเฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก

องค์ประกอบที่ 4 การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ

ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงผลองค์ประกอบ การเข้าใจความต้องการของแขกที่มาใช้บริการ โรงแรม

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
E42	พนักงานควรเอาใจใส่รายละเอียดเล็กน้อยที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ เช่น ทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ แสดงความเอาใจใส่ และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า เป็นคนสำคัญ	0.615
E43	พนักงานของโรงแรมควรเอาใจใส่และให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นรายบุคคล	0.757
E44	พนักงานของโรงแรมควรเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ	0.756
E45	ทางโรงแรมควรมีการเก็บข้อมูลผู้บริการแต่ละท่านไว้ ไม่ต้องขอรายละเอียดใหม่เมื่อมีการเข้าพักซ้ำ	0.715
E47	โรงแรมควรมีช่วงเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ	0.545
E48	โรงแรมควรจะให้บริการอาหารที่มีคุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง	0.463

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการไม่ว่าจะเป็น การเข้าใจถึงความต้องการจะเป็นคนสำคัญของผู้มาใช้บริการที่ต้องการได้รับความเอาใจใส่ หรือ การรับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างของผู้มาใช้บริการ รวมไปถึงการรับรู้ถึงเวลาให้บริการที่สะดวก สำหรับผู้มาใช้บริการและอาหารที่มีคุณภาพที่ผู้มาใช้บริการต้องการ

องค์ประกอบที่ 5 ความพร้อมและความรวดเร็วในการให้บริการ

ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงผลองค์ประกอบ ความพร้อม ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
R21	โดยทั่วไปการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการควรจะต้องและน่าเชื่อถือ	0.354
RR23	การจองห้องพักควรทำได้สะดวกและรวดเร็ว	0.458
RR24	การเช็คอินและเช็คเอาท์ควรรวดเร็ว	0.490
RR25	พนักงานของโรงแรมควรจะแจ้งเวลาที่ใช้ในการให้บริการที่แน่นอนแก่ผู้มาใช้บริการได้	0.523
RR26	พนักงานของโรงแรมควรพร้อมที่จะให้บริการแก่แขกผู้มาใช้บริการในทันที	0.578
RR27	พนักงานควรมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาเข้าพักและผู้ใช้บริการเสมอ	0.500
RR29	พนักงานของโรงแรมควรมีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอ	0.359

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการที่เน้นไปในด้านความพร้อมและความรวดเร็วในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็วในการจองห้องพัก การเช็คอิน, การเช็คเอาท์ และความพร้อมของพนักงานในการที่จะสามารถให้บริการได้ทันทีที่ผู้มาใช้บริการต้องการ รวมไปถึงความเต็มใจในการให้บริการและการช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอ

องค์ประกอบที่ 6 เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม

ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ โดยมีข้อคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ (Factor Loadings) ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงผลองค์ประกอบ เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม

ข้อ	ข้อคำถาม	น้ำหนักตัวประกอบ
T12	การตกแต่งโรงแรมทั้งภายนอกและภายในควรมีบรรยากาศแบบล้านนา ของใช้ในห้องพักควรมีเอกลักษณ์สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมเชียงใหม่	-0.420
T13	ทางโรงแรมควรเน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น เครื่องแบบของพนักงาน การฝึกให้พนักงานใช้ภาษาท้องถิ่น การเพิ่มเมนูอาหารพื้นเมือง และควรมีกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงวัฒนธรรมล้านนา เช่น อาจมีการแสดงโชว์พื้นเมือง	-0.554
T14	โรงแรมควรมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและอุปกรณ์ดับเพลิงอย่างพอเพียง	-0.541
T15	โรงแรมควรมีบริการอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น บริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก บริการอินเทอร์เน็ต บริการจัดหาทัวร์ บริการไปรษณีย์ ห้องออกกำลังกาย และห้องซาวน่า	-0.653
R16	โรงแรมควรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	-0.609
R17	โรงแรมควรมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดีเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป	-0.559
R18	พนักงานควรมีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า	-0.407

เป็นองค์ประกอบที่นอกเหนือจากการบริการปกติของโรงแรม ประกอบด้วยสิ่งที่ผู้บริการอาจจะไม่ได้คาดหวังจะได้รับจากการใช้บริการที่โรงแรม แต่เป็นองค์ประกอบที่ทำให้โรงแรมมีความโดดเด่น แตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ ซึ่งได้แก่การมีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาทั้งในด้านการตกแต่งโรงแรม และการให้บริการ รวมไปถึงการมีบริการเสริมอื่นๆที่จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการบริการ

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (Reliability Analysis)

ผลตรวจสอบค่าความเที่ยงของมาตรวัด (Reliability)

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 397 ชุดไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยง 0.976 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูงมากผ่านเกณฑ์คะแนนมาตรฐานซึ่งเท่ากับ 0.7 (Nunnally and Bernstein, 1994 อ้างใน Parasuraman et al., 2005: 224) โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงค่าความเที่ยงของแต่ละองค์ประกอบในแบบสอบถาม

องค์ประกอบ	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
องค์ประกอบที่ 1	9	0.946
องค์ประกอบที่ 2	7	0.915
องค์ประกอบที่ 3	4	0.889
องค์ประกอบที่ 4	6	0.901
องค์ประกอบที่ 5	7	0.934
องค์ประกอบที่ 6	7	0.719
รวมทุกองค์ประกอบ	40	0.976

ตอนที่ 4 ผลการตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัดที่ได้ (Scale Validity) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way-ANOVA)

จากแบบสอบถามคุณภาพบริการโดยรวมที่ให้ผู้ตอบเลือกมี 4 กลุ่มได้แก่ ดีมาก ดี ปานกลาง และแย่มาก แต่ในการวิเคราะห์ผลจริงใช้การแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มเนื่องจากกลุ่มผู้ที่ตอบว่า ปานกลางและแย่มากมีจำนวนน้อยจึงทำการยุบรวมกันเป็นกลุ่ม ปานกลาง/แย่มาก

ทำการทดสอบโดยการเปรียบเทียบคำตอบคุณภาพบริการโดยรวมกับคะแนนคุณภาพบริการที่คำนวณได้ว่าสอดคล้องกันหรือไม่ด้วยวิธี One Way-ANOVA โดยกำหนดให้คุณภาพบริการโดยรวม (Overall Quality) เป็นตัวแปรต้น (Treatment Variable) ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่

กลุ่ม 1 เป็นกลุ่มที่เห็นว่าโรงแรมนั้นมีคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับ “ดีมาก”

กลุ่ม 2 เป็นกลุ่มที่เห็นว่าโรงแรมนั้นมีคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับ “ดี”

กลุ่ม 3 เป็นกลุ่มที่เห็นว่าโรงแรมนั้นมีคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับ “ปานกลาง/แย่มาก”

และมีตัวแปรตาม (Dependent Variable) เป็นคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการ (Average Difference score) ซึ่งได้มาจากการหาค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณภาพบริการ

จาก $Q = P - E$ ดังนั้น คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการก็คือ ค่า Q เฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม ซึ่งแบ่งเป็น

Q เฉลี่ยของกลุ่ม 1 (ผู้ตอบว่าคุณภาพบริการโดยรวม = ดีมาก)

Q เฉลี่ยของกลุ่ม 2 (ผู้ตอบว่าคุณภาพบริการโดยรวม = ดี)

Q เฉลี่ยของกลุ่ม 3 (ผู้ตอบว่าคุณภาพบริการโดยรวม = ปานกลาง/แย)

โดยการหาค่า Q เฉลี่ยนี้จะทำการคำนวณ Q เฉลี่ยในแต่ละองค์ประกอบ (องค์ประกอบที่ 1- องค์ประกอบที่ 6) และคะแนนเฉลี่ยรวมของคุณภาพบริการของทุกองค์ประกอบ

โดยทำการวิเคราะห์ One Way-ANOVA แยกกันในคะแนนของแต่ละองค์ประกอบ และคะแนนรวมทุกองค์ประกอบ (Total Score) โดยมีผลการทดสอบดังต่อไปนี้

1. Test of Homogeneity of Variances เป็นการตรวจสอบความแปรปรวนของทุกกลุ่มของ องค์ประกอบว่าเท่ากันหรือไม่ เพื่อพิจารณาว่าจะใช้สถิติใดในการทดสอบต่อไป

จากการตรวจสอบความแปรปรวนของทุกกลุ่มขององค์ประกอบของโรงแรมทุกกลุ่มพบว่า ค่า Sig. < Significance level (0.05) แปลว่ามีบางกลุ่มขององค์ประกอบที่มีความแปรปรวนต่างกัน จึงเลือกใช้สถิติทดสอบ Welch Test ในตาราง ANOVA เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยต่อไป

2. ใช้ Welch Test ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบว่าเท่ากันหรือไม่ เพื่อพิจารณาว่าจะใช้สถิติใดในการทดสอบต่อไป

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มองค์ประกอบของโรงแรมทุกกลุ่มพบว่าค่า Sig. < Significance level (0.05) แปลว่ามีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงเลือกใช้สถิติทดสอบ Dunnett's T3 เพื่อพิจารณาแต่ละคู่ต่อไป

3. ผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Dunnett's T3 สามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 4.12 สรุปการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการ (P-E) กับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 1

องค์ประกอบ	คุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 1		
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง/แย่
องค์ประกอบที่ 1	-0.0473 ^a	-0.4657 ^b	-1.7556 ^c
องค์ประกอบที่ 2	0.0223 ^a	-0.2657 ^b	-1.4571 ^c
องค์ประกอบที่ 3	0.0745 ^a	-0.3085 ^b	-1.425 ^c
องค์ประกอบที่ 4	0.0426 ^a	-0.327 ^b	-1.6667 ^c
องค์ประกอบที่ 5	0.0182 ^a	-0.3271 ^b	-1.5143 ^c
องค์ประกอบที่ 6	-0.0152 ^a	-0.1033 ^a	-1.7714 ^b
รวมทุกองค์ประกอบ	0.008 ^a	-0.3065 ^b	-1.6175 ^c
จำนวนผู้ตอบ	47	47	10

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

^{a,b,c} แสดงถึงความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของโรงแรมในแต่ละกลุ่ม

ตารางที่ 4.13 สรุปการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการ (P-E) กับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 2

องค์ประกอบ	คุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 2		
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง/แย่
องค์ประกอบที่ 1	-0.0844 ^a	-0.4945 ^b	-1.8222 ^c
องค์ประกอบที่ 2	0.10286 ^a	-0.2186 ^b	-1.6 ^c
องค์ประกอบที่ 3	-0.03 ^a	-0.4524 ^b	-1.75 ^c
องค์ประกอบที่ 4	-0.1667 ^a	-0.537 ^a	-1.7 ^b
องค์ประกอบที่ 5	-0.1229 ^a	-0.458 ^b	-1.7714 ^c
องค์ประกอบที่ 6	-0.1314 ^a	-0.3787 ^a	-2.0857 ^b
รวมทุกองค์ประกอบ	-0.0729 ^a	-0.4226 ^b	-1.795 ^c
จำนวนผู้ตอบ	25	63	5

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

^{a,b,c} แสดงถึงความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของโรงแรมในแต่ละกลุ่ม

ตารางที่ 4.14 สรุปการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการ (P-E) กับคุณภาพบริการ โดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 3

องค์ประกอบ	คุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 3		
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง/แย่
องค์ประกอบที่ 1	0.10784 ^a	-0.2531 ^b	-1.5556 ^b
องค์ประกอบที่ 2	0.14496 ^a	-0.2871 ^b	-1.2727 ^b
องค์ประกอบที่ 3	-0.0147 ^a	-0.1745 ^a	-1.6136 ^b
องค์ประกอบที่ 4	0.16176 ^a	-0.2723 ^b	-1.2424 ^c
องค์ประกอบที่ 5	0.15336 ^a	-0.1631 ^b	-1.2468 ^b
องค์ประกอบที่ 6	-0.0152 ^a	-0.2709 ^b	-1.8442 ^c
รวมทุกองค์ประกอบ	0.10483 ^a	-0.2424 ^b	-1.4614 ^c
จำนวนผู้ตอบ	34	53	11

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

^{a,b,c} แสดงถึงความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของโรงแรมในแต่ละกลุ่ม

ตารางที่ 4.15 สรุปการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการ (P-E) กับคุณภาพบริการ โดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 4

องค์ประกอบ	คุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมกลุ่ม 4		
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง/แย่
องค์ประกอบที่ 1	0.08213 ^a	-0.6777 ^b	-1.7265 ^c
องค์ประกอบที่ 2	0.32712 ^a	-0.5797 ^b	-1.6401 ^c
องค์ประกอบที่ 3	0.02174 ^a	-0.6274 ^b	-1.7308 ^c
องค์ประกอบที่ 4	0 ^a	-0.4497 ^a	-1.8141 ^b
องค์ประกอบที่ 5	-0.1387 ^a	-0.534 ^b	-1.544 ^c
องค์ประกอบที่ 6	0.05176 ^a	-0.6739 ^b	-1.8828 ^c
รวมทุกองค์ประกอบ	0.06421 ^a	-0.5934 ^b	-1.7217 ^c
จำนวนผู้ตอบ	23	53	26

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

^{a,b,c} แสดงถึงความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของโรงแรมในแต่ละกลุ่ม

ตัวเลขที่แสดงในตารางที่ 4.12-4.15 คือคะแนนเฉลี่ยของคุณภาพบริการของแต่ละกลุ่ม (ดีมาก, ดี, ปานกลาง/แย่) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมแต่ละกลุ่ม (กลุ่ม 1,2,3,4) คะแนนที่ได้จะมีค่าอยู่ระหว่าง -6 ถึง +6 ซึ่งจะแสดงว่ายิ่งคะแนนมาก (ดีลบน้อย) จะหมายถึงความถึงระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่สูงตามไปด้วย ซึ่งผลที่ได้ของโรงแรมทุกกลุ่มพบว่า คะแนนเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบของคุณภาพบริการของกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เลือกให้คะแนนคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมว่า “ดีมาก” นั้นสูงกว่า (ดีลบน้อยกว่า) คะแนนเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบของคุณภาพบริการของกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เลือกให้คะแนนคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมว่า “ดี” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้คะแนนเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบของคุณภาพบริการของกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เลือกให้คะแนนคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมว่า “ดี” ยังสูงกว่า (ดีลบน้อยกว่า) คะแนนเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบของคุณภาพบริการของกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เลือกให้คะแนนคุณภาพบริการโดยรวมของโรงแรมว่า “ปานกลาง/แย่” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย