

บทคัดย่อ

เทคโนโลยีการบริการตนเองเป็นนวัตกรรมที่ต้องการการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตผ่านแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพสูง อย่างไรก็ตาม ด้วยความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของลูกค้าแต่ละบุคคล อาจทำให้เกิดปัญหาในการใช้งานได้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของเทคโนโลยีการบริการตนเอง การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ 2) เพื่อพัฒนาและทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้างของความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำผ่านการยอมรับเทคโนโลยีการบริการตนเอง (SST) สำหรับโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดนครราชสีมา และ 3) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของเทคโนโลยีการบริการตนเอง การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้ทั้งสถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างสำหรับการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กจำนวน 412 ตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์โดยใช้กูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็นโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ตัวแปรสังเกตได้ 51 รายการถูกนำมาเพื่อใช้วิเคราะห์แบบจำลองของงานวิจัย โดยค่าดัชนีความพอดีในการทดสอบสำหรับแบบจำลองพบว่า ค่า $CMIN/DF = 1.058$, $GFI = 0.937$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.963$, $RFI = 0.949$, และ $RMSEA = 0.012$ ซึ่งทั้งหมดถือว่าผ่านเกณฑ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไปได้

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถยืนยันได้ว่าปัจจัยสำคัญ 3 ประการส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำซึ่งได้แก่ 1) เทคโนโลยีการบริการตนเอง 2) การยอมรับเทคโนโลยี และ 3) ความพึงพอใจ ดังนั้น การนำเทคโนโลยีการบริการตนเองมาใช้ในโรงแรมขนาดเล็กจึงควรเน้นที่ปัจจัยทั้งสามเหล่านี้ นอกจากนี้ เทคโนโลยีการบริการตนเองยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้บริการซ้ำตามลำดับ สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ควรนำเทคโนโลยีการบริการตนเองมาปรับใช้กับโรงแรมขนาดเล็ก เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ในอุตสาหกรรมบริการ โรงแรมขนาดเล็กจึงจำเป็นต้องปรับตัวและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีในการใช้บริการที่มากขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยยังได้นำเสนอรูปแบบใหม่สำหรับโรงแรมขนาดเล็กในการใช้เทคโนโลยีการบริการตนเองซึ่งจะสามารถช่วยสร้างประสบการณ์ในการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม ในการนำเทคโนโลยีมาใช้จำเป็นต้องพิจารณาถึงศักยภาพและความสามารถในการใช้งานของลูกค้าที่อยู่ในสังคมที่แตกต่างกันด้วย

ABSTRACT

Self-service technology is an innovation that requires communication over the Internet through high-efficiency platforms. However, with the ability of each guest, it may cause problems in technology use. This study aims to investigate the effect of self-service technology, technology adoption, electronic service quality, and satisfaction on repeat service use intention for small hotels in Nakhon Ratchasima province, Thailand. To develop and test a structural equation model and analyze the direct and indirect effects of all five components. The quantitative approach was employed by using structural equation modeling for path analysis. The researcher used a probability sampling method and using a sample random sampling. The data was collected by using questionnaires. There were 412 samplings from small hotel guests in Nakhon Ratchasima Province via an online survey by Google form during the COVID-19 pandemic. The researcher employed both descriptive statistics and inferential statistics by using structural equation modeling (SEM). 51 items were used to measure the model of Self-service Technology (SST) toward return intention in small hotels. Therefore, a further detailed examination is carried out by looking at the standardized residual covariance of each item and modification indices. After measurement, the number of paths was taken to enhance the validity of the collected data. The fit indices were tested for SEM and found that $CMIN/DF = 1.058$, $GFI = 0.937$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.963$, $RFI = 0.949$, $RMSEA = 0.012$, all of them passed the criteria.

The results found that the model is consistent with empirical material in statistical significance. It can confirm that three significant factors effects repeat service use intention which are 1) self-service technology, 2) technology adoption, and 3) satisfaction. Moreover, self-service technology has direct significantly affected technology adoption, electronic service quality, satisfaction, and repeat service use intention respectively. Hence, implementing the use of self-service technology for small hotels should focus on these factors. The authors would recommend applying the self-service technology for small hotels as technology plays an increasingly important role in the hospitality industry, small hotels need to survive the increasingly intense competition. This research contributes to the new model for small hotels to implement the use of self-service technology and it can create the guest experience and satisfaction. However,

the potential of people in different societies should be considered for technology adoption.

