



อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม เดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี

The influence of service quality on the decision to use the services of
the residence hotel Prachinburi Province

ธนัฐญา ยอดเยี่ยม¹, สุรัสวดี โปสินธุ์²

Thanuttha Yodyiam, Suratwadee Posin

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่ออิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี ในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการใช้แบบสอบถามกับลูกค้าของโรงแรมจำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และพบที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41–50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในตำแหน่งหัวหน้างานจนถึงผู้บริหารระดับสูงและมีรายได้เกินกว่า 20,000 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับโดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ, ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านความเป็นรูปธรรม, และด้านการให้ความมั่นใจ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม

¹ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น; Western University

² มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น; Western University

Corresponding author, e-mail: Yodyiam160@gmail.com, tel. 080 989 6024



เดอะเรสซิเดนซ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, คุณภาพการให้บริการ, โรงแรม

Abstract

The objectives of this research were to study the opinions of the service quality that affect the hotel service decision making. The Residence Hotel Prachinburi In the quality of service of the hotel By using quantitative research by using a questionnaire with 30 hotel customers. Data were analyzed using descriptive statistics such as percentage, average and standard deviation. And test the hypothesis by using inferential statistics such as t-test and One-way ANOVA for comparing differences between independent variables with 3 groups or more and found that there are statistically significant differences at the level of .05 will Test for individual differences using LSD.

The study indicated that Most of the respondents are male, aged 41 years - 50 years, bachelor's degree, working in supervisor positions, to senior management and earning more than 20,000 - 30,000 baht. There are opinions about the service quality of The Residence Hotel Prachinburi. Overall, the level of satisfaction with the quality of service in response to the needs at a high level. Other aspects were at a moderate level of satisfaction, namely understanding and acknowledging needs, credibility, concrete, and confidence. The hypothesis testing found that respondents with gender Education level Different positions and incomes have opinions on the service quality of The Residence Hotel. not different Respondents of different ages have opinions about the service quality of The Residence Hotel. Not significantly different at .05

Keywords: Opinions, service quality, hotel



บทนำ

จังหวัดปราจีนบุรี ตั้งอยู่ภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 136 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 33, 305 ใช้เวลาเดินทางเพียง 1 ชั่วโมง 30 นาทีเป็นจุดเชื่อมโยงการคมนาคมจากกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และราชอาณาจักร กัมพูชา มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอื่นๆ โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดปราจีนบุรี มีลักษณะผสมผสานระหว่าง ภาคเกษตร - อุตสาหกรรม และการค้าปลีกค้าส่ง โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีสัดส่วนเฉลี่ย 5 ปีสูงถึง ร้อยละ 75.53 การค้ามีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 10. จะเห็นได้ว่าการลงทุนด้านอุตสาหกรรมภายในจังหวัดปราจีนบุรีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดปี

โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์จึงก่อตั้งขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ เป็นโรงแรมขนาด 130 ห้องพักแบ่งเป็นระดับ Standard, Deluxe, และ Luxury ภายในห้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันรวมถึงโทรทัศน์ระบบดาวเทียม อินเทอร์เน็ตและไวไฟ เครื่องครัว ตู้เย็น และไมโครเวฟ ตู้รับเหรียญและบริการทำความสะอาด นอกจากนี้โรงแรมมีบริการ ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และห้องประชุมสัมมนา กลุ่มลูกค้าหลักของโรงแรมคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

หัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมก็คือการให้บริการลูกค้าที่เข้าพักต่างคาดหวังจากโรงแรมไม่ต่างกันคือความสะดวกสบาย การต้อนรับที่อบอุ่น และการบริการที่ตรงกับความต้องการ โรงแรมหลายแห่ง จึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมากมายเพื่อคอยให้บริการกับแขกผู้มาเยือนนอกเหนือจากห้องพัก ทั้งนี้บริการทั้งหลายเหล่านั้น นอกจากจะสร้างความแตกต่างจากที่พักรั่วไปแล้ว ยังมีขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของแขกที่แตกต่างกันไปตามความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่มอีกด้วย หากแต่ว่าการให้บริการเสริม ต่างๆ ไม่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากโรงแรมแต่ละแห่งสามารถจัดหาบริการต่างๆ ได้ อย่างเป็นระบบไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมจึงต่างพยายามที่จะคิดค้นกลยุทธ์การตลาดออกมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเข้ามาใช้บริการให้มาก

ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการให้บริการคือความสามารถของบุคลากรทุกคนที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างเหนียวแน่นและพยายามรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุดเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี (Loyalty) สุดท้ายลูกค้าเหล่านี้จะนำมาซึ่ง

รายได้ขององค์กร (ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมลเกียรติ เรืองกมล, 2556) โรงแรมเป็นธุรกิจ การให้บริการที่ต้องให้ความสำคัญต่อมาตรฐานคุณภาพของบริการ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างคุณค่าให้ ตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจเกิดได้จากการ ได้รับความประทับใจจากการได้รับบริการที่ตรงหรือเหนือความคาดหวังไว้ ธุรกิจด้านโรงแรม และการบริการเป็นธุรกิจที่ต้องสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้รับบริการเพราะ เมื่อเกิดความประทับใจก็จะเกิดรายได้อันเป็นรายได้หลักของธุรกิจโรงแรม ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะ ศึกษาโดยคาดหวังว่านอกจากผลการศึกษาที่ได้จะมีประโยชน์ต่อทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่ พักประเภทอื่นในการพัฒนารูปแบบการให้บริการซึ่งจะนำมาซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ดีขึ้นแล้วยังมีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้มีการ ขยายตัวจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยสร้างรายได้ที่เป็น เงินตราต่างประเทศให้กับประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่ออิทธิพลของคุณภาพการ บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัด ปราจีนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้ บริการของโรงแรม โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี” ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษา อิทธิพลของ คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัด ปราจีนบุรี ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2562 แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความต้องการ การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และความเป็นรูปธรรม ตัว



แปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และ รายได้

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ เนื้อหา (Content Validity) โดยนำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย รวมทั้งหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งหลังจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินแล้วได้ค่า IOC = .96 แสดงว่าในภาพรวมข้อคำถามสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์สามารถนำไปใช้ได้ และ ตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจ ตรงกันและตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อโดยทดสอบกับกลุ่มทดลอง 30 ชุด และนำไป วิเคราะห์ความเชื่อถือได้ใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลมีค่าความเชื่อถือได้ของ แบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ .949 โดยคำถามแต่ละด้านมีระดับความเชื่อถือได้อยู่ระหว่าง .834 - .897 โดยคำถามแต่ละ ด้านมีระดับความเที่ยงอยู่ระหว่าง .802 - .896 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคของ แบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มมีค่าความเชื่อถือได้ตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) สามารถนำมาใช้ ในงานวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ วิเคราะห์ข้อมูล คุณสมบัติส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และ รายได้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage), วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์การแปล ความหมายของคะแนนทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างระหว่าง ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-Way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference Test)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับ อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี จากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยนำข้อมูลมาสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2562 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.75 ประกอบอาชีพค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.50 ตามลำดับ

2. ลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2562 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือด้านความเข้าใจและการรับรู้ความต้องการ (Empathy) ($\bar{X} = 3.63$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ($\bar{X} = 3.57$)

3. การตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 3.85$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ($\bar{X} = 3.72$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.42$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อค้นพบของการวิจัย มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561 – มกราคม 2562 มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจและการรับรู้ความต้องการ (Empathy) ($\bar{X} = 3.63$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ($\bar{X} = 3.57$) ผลการวิจัยในครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ป้องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดในการเลือกที่พักรวมถึงวัดระดับความพึงพอใจของผู้เข้าพักที่มีต่อการบริการของสงขลาพาเลซ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าพักในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านคุณภาพห้องพัก และด้านการรักษาความปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ดอกบุญนาค และฐาปกรณ์ ทองคำนุช (2558) ได้ทำการศึกษาความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ 3.90 ด้านการรักษาความปลอดภัย มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ 3.54 อยู่ในระดับมาก และจำนวนห้องพักที่เหมาะสม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.42 อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาของนักท่องเที่ยวต่อด้านความเหมาะสมของราคาห้องพักและความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มนั้น มีค่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากันที่ 3.62 ระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของราคาต่อค่ากิจกรรมอื่น ๆ อยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ 3.46 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสุดท้ายคือ การจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านโปรโมชั่นที่สอดคล้องกับราคา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68

2. จากผลการวิจัย พบว่า การตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรม เดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 3.85$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ($\bar{X} = 3.72$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.42$) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สร้อยสิงห์ (2558) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้แตกต่างกับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ และ 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ วัฒนสมบูรณ์ชัย (2554) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมขนาดกลางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญทางด้านรูปแบบห้องพักใหม่และเน้นด้านราคาที่ไม่สูงมากนัก โดยจุดแข็งที่สำคัญคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ราคา และการให้บริการเป็นสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือติดต่อธุรกิจและอำนวยความสะดวกของพนักงานตามลำดับ โดยปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือด้านพนักงานและบุคลากร รองลงมาคือ ด้านสถานที่ให้บริการตามลำดับ

3. จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่า $P = .496 > .05$ แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราชินบุรี น่าจะเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสม



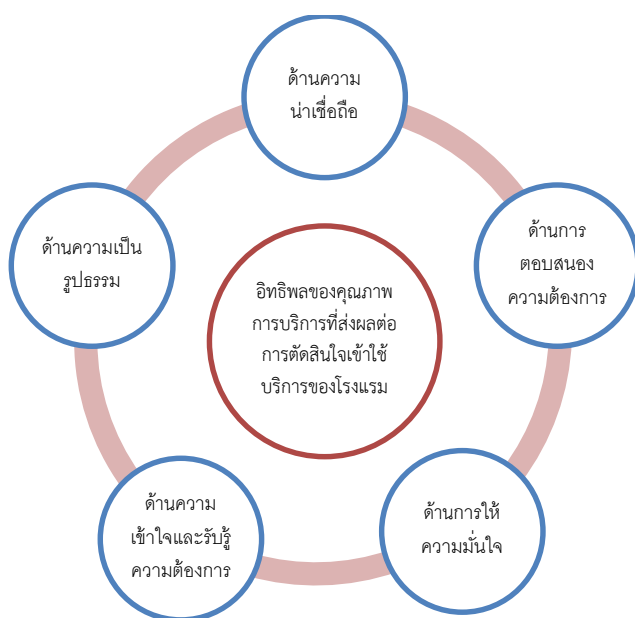
ทางการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบรรยากาศของสถานที่ เป็นต้น ผลการวิจัยในครั้งนี้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ จดิกา คุ่มเรือน (2558) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ (7Ps) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอและด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเมืองพัทยา โดยโรงแรมมีระบบการบริหารเหมือนกันจะมีกระบวนการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่คล้ายคลึงกันสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7Cs) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความสบาย ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต้นทุนด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของลูกค้านั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามคุณลักษณะด้านเพศ พบว่าการตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี ในภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน คือ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม โดยเพศชาย มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการเข้ารับบริการซ้ำในโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี สูงกว่าเพศหญิง เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า การตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี ทั้งในภาพรวม และรายด้าน ทุกด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐนรี แก้วจันทร์เพชร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวเยือนรัชชประภา จังหวัดพังงา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วน

บุคคลแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ระภาไม่แตกต่างกันทุกด้าน

องค์ความรู้ใหม่

อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรม
ได้แก่ ปัจจัยของการบริการด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ
ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และความเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 1 อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) โรงแรมควรให้ความสำคัญกับพนักงานโรงแรม โดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีความ
ชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในครั้งแรกให้พนักงานโรงแรมรับรู้คุณค่างาน
บริการที่แท้จริงต้องมาจากจิตใจที่รักงานบริการเพื่อให้พนักงานรู้สึกตั้งใจและอยากทำงานให้กับ
ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการจัดการสถานที่ให้สอดคล้องกับความคาดหวังลูกค้า



2) โรงแรมควรพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถนำเสนอรูปแบบบริการที่ทางโรงแรมมีไว้เพื่อบริการได้อย่างน่าสนใจ รวมทั้งควรมีการกระตุ้นพนักงานบริการ มีความกระตือรือร้น ใส่ใจในงานบริการให้ได้รับส่วนแบ่งจากการบริการ เช่น Trip, ค่าขยัน และกระตุ้นให้พนักงานขายแต่ละคนสร้างยอดขายห้องพัก เพื่อมีผลต่อการพิจารณาขึ้นเงินเดือน และพิจารณาการให้ค่านายหน้า (Commission) ตามความสามารถของแต่ละบุคคล

3) โรงแรมควรให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการของโรงแรมตั้งแต่การรับส่ง การ check in การให้บริการขณะเข้าพัก เช่น Room Service, การทำความสะอาด และการ check out ฯลฯ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบาย และประทับใจ

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ควรศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน ของโรงแรม เพื่อคาดการณ์ว่าผู้บริโภคมักจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางใด เพื่อสามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผลการวิจัยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ด้านความพึงพอใจของลูกค้ากับความจงรักภักดี ซึ่งเมื่อมีการศึกษาถึง จุดแข็ง จุดอ่อน ของคู่แข่งจะทำให้รับรู้ถึงข้อดี ข้อเสียของโรงแรม เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงบริการในอนาคต

2) ควรศึกษาถึงศักยภาพการให้บริการในด้านอื่น ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น อาจเป็นการบริการแบบใหม่หรือการรวมกันของโรงแรม เพื่อให้มีบริการที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้นเนื่องจากปัจจุบันมีความร่วมมือต่าง ๆ มากมายจากหลากหลายสมาคมหรือหน่วยงานของรัฐบาล ที่เป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวไทยให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลที่สูงสุด

3) การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคติของลูกค้า หรือ แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

4) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น สำหรับผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ ควรจะมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยอื่นๆ เช่น ความภักดีต่อตราสินค้า เป็นต้น เพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา สร้อยสิงห์. (2558). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. (รายงานการวิจัย). ชลบุรี: วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา.
- จติกา คุ่มเรือน. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 10(1), 58-73.
- ณัฐฐันรี แก้วจันทร์เพชร. (2556). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวเพื่อนรัชชประภา จังหวัดพังงา. ในการประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (น. 264-273). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพร ดอกบุญนาค และธำพรณ์ ทองคำนุช. (2558). ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. (2558). ความพึงพอใจของผู้เข้าพักที่มีต่อการบริการของสงขลาพาเลซ. (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ภาณุวัฒน์ วัฒนสมบูรณ์ชัย. (2555). กลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมขนาดกลาง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมล เกียรติเรืองกมล. (2556). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการบริการในโรงแรมโดย การหาเหมืองข้อมูล กรณีศึกษาโรงแรมห้าดาวแห่งหนึ่งในกรุงเทพ.วารสารออนไลน์ CITU, 2556(1), 1-11.
- สุรัสวดี โปสินธุ์. (2561). อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินการบินไทย. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 4(ฉบับพิเศษ), 412-430.