

การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

Service Quality Development of Hotels in Roi Et Province for Supporting Tourists

กนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์ (Kanokwannakorn Luangwangpho)¹

สิทธิศักดิ์ เตียงงา (Sittisak Thiang-nga)²

Received: April 24, 2022

Revised: May 28, 2022

Accepted: May 31, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม จังหวัดร้อยเอ็ด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดและเข้าพักที่โรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีสัญชาติไทย มีสถานภาพโสด มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์การเดินทางแบบให้รางวัลตัวเอง นิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือ เพื่อน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถเช่า ค่าใช้จ่าย

ด้านที่พักในแต่ละครั้งต่อคืน คือ 1,001-2,000 บาท ช่วงเวลาที่เดินทาง คือ เดือน ตุลาคม - ธันวาคม ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพัก คือ สังคมออนไลน์ และประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก คือ โรงแรมระดับ 3 ดาว 2) คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพลำดับแรกคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ตรงตามเวลาที่ได้กำหนด และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ 3) คุณภาพการบริการที่คาดหวังของโรงแรมจังหวัดร้อยเอ็ด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคุณภาพที่คาดหวังลำดับแรกคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว การให้ความมั่นใจ และการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ 4) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีสัญชาติต่างกัน มีสถานภาพต่างกัน และมีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมจังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์แบบไปในทางเดียวกันกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

^{1,2} อาจารย์ประจำ สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ
และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
Lecturer, Innovation in Tourism and Hospitality
Program, Roi-Et Rajabhat University

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการที่คาดหวัง, นักท่องเที่ยว, โรงแรม

Abstract

The objective of this research was to study the service quality of hotels in Roi-Et province, to study behaviors of special interest tourists, to compare the perception on service quality of hotels in Roi-Et province, and to study the relationship between perception and expectation of special interest tourists and the service quality of hotels in Roi-Et province. The samples were 400 special interest tourists who were travelling to Roi-Et and staying at hotel in Roi-Et province. The research material was a questionnaire by using data analysis of percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Pearson Correlation Analysis.

The study results found that 1) Most tourists are female, aged 25-34, with Thai nationality, married, income less than 10,000 baht, occupation of students and university students, Bachelor's degree, self-rewarding journey, popularly booked through travel agents, travel companion with friend, used rental car during a trip, accommodation cost per a night of 1,001-2,000 Baht, travel duration from October to December, accommodation information channel via online and the type of hotel to stay with 2 star hotel. 2) The service quality in Roi-Et province, according to the perception of tourists in overall was at a very high level. The first service quality was Tangibility. The further service quality was Responsiveness, Assurance, Reliability, and Empathy, respectively. 3) The expected service quality of hotels in Roi-Et province in overall was at the highest level. The first expected service quality was Tangibility. The further expected service quality was Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy, respectively. 4) The special interest tourists with different personal factors would not have different in service quality perception of hotels in Roi-Et province.

However, the special interest tourists with different gender, different nationality, different marital status, and different education level would have expectation on service quality of hotels in Roi-Et province differently at statistically significant difference of .05 level. Additionally, the perception on service quality of hotels in Roi-Et province had relation in the same direction with the expectation of special interest tourists on service quality of hotels in Roi-Et province.

Keyword: Service quality, Expected service quality, The tourists, hotels

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายในการพัฒนาบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคที่พึง สาธารณสุขพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเสนอวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการต้อนรับด้วยไมตรี ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ และบรรลุเป้าหมายได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรมและมีความยั่งยืน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2561)

จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นอีกหนึ่งเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยว เพราะเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ มีกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อม

ของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษดังกล่าว และจากความต้องการที่หลากหลายต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวพยายามอย่างเต็มที่ในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นท่ามกลางการแข่งขันจากคู่แข่งทางการตลาดท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั่วโลกจึงได้พัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวของตนให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศอื่น ที่นักท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของแต่ละคน เช่นเดียวกับธุรกิจโรงแรมพยายามสร้างเอกลักษณ์ของที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทยิ่งขึ้น

ดังนั้นเพื่อการยกระดับคุณภาพของการบริการของโรงแรมและที่พักที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทีมวิจัยจึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านที่พักและเพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ เพื่อที่จะนำข้อมูลการศึกษามาคำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมรวมทั้งธุรกิจอื่นๆ ในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ดของนักท่องเที่ยว
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีเพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ต่างกัน
2. การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลสารสนเทศทางวิชาการเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
2. เป็นข้อมูลสารสนเทศทางวิชาการเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก ฯลฯ สามารถนำข้อมูลไปประกอบและประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการยกระดับการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยกำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

ตัวแปรอิสระ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การศึกษา ภูมิสำเนา ความถี่ในการใช้บริการ

ตัวแปรตาม เป็นคุณภาพการบริการ ตามแนวคิดทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของ

การบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

4. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด และเข้าพักที่โรงแรม จังหวัดร้อยเอ็ด ปีพ.ศ.2563 จำนวนรวมทั้งสิ้น 20,679 คน (สำนักงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด, 2563)

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กันยายน – ธันวาคม 2564

6. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลโรงแรมที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดและเข้าพักที่โรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด 20,679 คน (สำนักงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดและใช้บริการที่โรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่อ้างอิงจากสรุปสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดร้อยเอ็ด ปี 2558 จำนวนทั้งสิ้น 20,679 คน (สำนักงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด, 2563) นำมาเทียบตารางของ Yamane (1973) ที่ค่าความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ± 5 เปอร์เซนต์

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง

1.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยกำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การศึกษา ภูมิสำเนา ความถี่ในการใช้บริการ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการและความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ความถี่ในการเข้าพัก ช่วงเวลาที่เดินทาง ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพัก ประเภทของโรงแรมที่

เข้าพัก ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการและคุณภาพการบริการที่คาดหวัง โดยมีองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรม 2) ด้านความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการตอบสนองรวดเร็ว 4) ด้านการให้ความมั่นใจ 5) ด้านเข้าใจความต้องการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

1.5 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ซึ่งได้ตรวจสอบถามแล้วว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครบคลุมในแต่ละด้านและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาค่า Validity โดยใช้ IOC ซึ่งจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ในแต่ละข้อ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและนำมาปรับปรุงแก้ไข ซึ่งผลการวัดค่าดัชนีมีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามแต่ละข้อ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1 ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ .865 โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2548 หน้า 125-126)

1.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่องการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการ

เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล โดยข้อมูลแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

1.7 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ดำเนินการ ดังนี้

- การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัย นำแบบสอบถามที่ได้รับมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- การประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณค่าสถิติ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม มาคิดเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการและคุณภาพการบริการที่คาดหวัง โดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3) ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการและคุณภาพการบริการที่คาดหวัง มาคิดด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานโดยใช้ T-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ในเรื่อง เพศ และใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม

4) ข้อมูลการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

(Pearson Correlation) โดยมีการแปลงความสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ ตามเกณฑ์ของ วิรัช วรรณรัตน์ (2539) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 1 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุด

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.90 – 0.99 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.89 – 0.70 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.69 – 0.30 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.29 – 0.10 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0 คือ ไม่มีความสัมพันธ์

ในกรณีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น + แสดงว่ามีความสัมพันธ์แบบไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ค่าเป็น - แสดงว่ามีความสัมพันธ์แบบไม่ไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	175	43.75
หญิง	225	56.25
รวม	400	100
อายุ		
อายุต่ำกว่า 25 ปี	63	15.75
อายุ 25-34 ปี	150	37.50
อายุ 35-44 ปี	85	21.25
อายุ 45-54 ปี	42	10.50
อายุ 55-64 ปี	35	8.75
อายุ 64 ปีขึ้นไป	25	6.25
รวม	400	100

	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
ไทย	170	42.50
เวียดนาม	32	8.00
จีน	95	23.75
อังกฤษ	53	13.25
เกาหลี	15	3.75
พม่า	35	8.75
รวม	400	100
สถานภาพ		
โสด	135	33.75
สมรส	165	41.25
หม้าย	60	15.00
หย่า/แยกกันอยู่	40	10.00
รวม	400	100
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	143	35.75
10,001-15,000 บาท	40	10.00
15,001-20,000 บาท	55	13.75
20,001-25,000 บาท	95	23.75
25,001- 30,000 บาท	32	8.00
มากกว่า 30,000 บาท	35	8.75
รวม	400	100
อาชีพ		
ผู้บริหาร/นักธุรกิจ	85	21.25
ข้าราชการ	51	12.75
พนักงานเอกชน	95	23.75
นักเรียน/นักศึกษา	112	28.00
แม่บ้าน	36	9.00
เกษียณอายุ	21	5.25
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	96	24.00
ปริญญาตรี	212	53.00

	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าปริญญาตรี	92	23.00
รวม	400.00	100

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 25-34 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาอายุ 35-44 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตามด้วยอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 อายุ 45-54 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 อายุ 55-64 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และมีอายุ 64 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 สัญชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ จีน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 อังกฤษ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 พม่า จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และเกาหลี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือโสด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 หม้าย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และหย่า/แยกกันอยู่ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และมีรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ตามด้วยอาชีพ ผู้บริหาร และนักธุรกิจ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25

ข้าราชการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 แม่บ้าน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และเกษียณอายุ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การเดินทาง/รูปแบบการเดินทาง		
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)	75	18.75
การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism)	80	20.00
การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay)	38	9.50
การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel)	140	35.00
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE)	67	16.75
รวม	400	100
ลักษณะของการเดินทาง		
เดินทางมาด้วยตัวเอง	155	38.75
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	185	46.25
หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง	60	15.00
รวม	400	100

ผู้ร่วมเดินทาง

ครอบครัว	75	18.75
เพื่อน	175	43.75
คนรัก	70	17.50
คนเดียว	39	9.75

	จำนวน	ร้อยละ
คู่สามี/ภรรยา	41	10.25
รวม	400	100
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
พาหนะส่วนตัว/รถยนต์	118	29.50
รถทัวร์/รถโดยสาร	67	16.75
รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์	125	31.25
มอเตอร์ไซด์บิ๊กไบท์	55	13.75
เครื่องบิน	35	8.75
รวม	400	100
ค่าใช้จ่ายด้านที่พักในแต่ละครั้งต่อคืน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	74	18.50
1,001 – 2,000 บาท	120	30.00
2,001- 3,000 บาท	115	28.75
3,001- 4,000 บาท	56	14.00
มากกว่า 4,001 บาท	35	8.75
รวม	400	100
ความถี่ในการเข้าพักต่อปี		
มาเป็นครั้งแรก	190	47.50
จำนวน 2 – 3 ครั้ง	140	35.00
จำนวน 4-5 ครั้ง	45	11.25
มากกว่า 6 ครั้ง	25	6.25
รวม	400	100
ช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง		
เดือนมกราคม – มีนาคม	115	28.75
เดือนเมษายน – มิถุนายน	95	23.75
เดือนกรกฎาคม – กันยายน	30	7.50
เดือนตุลาคม – ธันวาคม	160	40.00
รวม	400	100
ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพักมากที่สุด		
ข้อมูลจากการบอกเล่า	85	21.25
บริษัทนำเที่ยว	66	16.50
นิตยสารท่องเที่ยว	32	8.00
สังคมออนไลน์ /เว็บไซต์	135	33.75

	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์/วิทยุ	55	13.75
โบว์ลัวร์	15	3.75
นิตยสารทั่วไป	12	3.00
รวม	400	100
ประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก		
โรงแรมระดับ 1 ดาว	18	4.50
โรงแรมระดับ 2 ดาว	95	23.75
โรงแรมระดับ 3 ดาว	132	33.00
โรงแรมระดับ 4 ดาว	25	6.25
เกสเฮ้าส์	65	16.25
เซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์	35	8.75
โฮสเทล	30	7.50
รวม	400	100

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

วัตถุประสงค์การเดินทางและรูปแบบการเดินทาง คือ การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 และการท่องเที่ยวพักผ่อนระยะยาว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ลักษณะของการเดินทาง ลำดับแรกคือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 185 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.25 รองลงมาคือเดินทางมาด้วยตัวเอง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ผู้ร่วมเดินทาง ลำดับแรกคือเพื่อน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือครอบครัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมาคือ คนรัก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 คู่สามี/ภรรยา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และคนเดียว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ลำดับแรกคือ รถเช่า เช่น รถตู้ รถยนต์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือพาหนะส่วนตัว/รถยนต์ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รถทัวร์/รถโดยสาร จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 มอเตอร์ไซด์บิ๊กไบท์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และเครื่องบิน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ค่าใช้จ่ายด้านที่พักในแต่ละครั้งต่อคืนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลำดับแรกคือ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 2,001- 3,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 3,001- 4,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มากกว่า 4,001 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ความถี่ในการเข้าพักต่อปี ลำดับแรกคือ เข้าพักเป็นครั้งแรก จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 เข้าพัก 2 – 3 ครั้ง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 เข้าพัก 4-5 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และเข้าพักมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ช่วงเวลาเดินทาง ลำดับแรกคือเดือนตุลาคม – ธันวาคม จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือเดือนมกราคม – มีนาคม จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 เดือนเมษายน – มิถุนายน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และเดือนกรกฎาคม – กันยายน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพักมากที่สุด ลำดับแรกคือสังคมออนไลน์/หน้าเว็บไซต์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ ข้อมูลจากการบอกเล่า จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 โทรศัพท์/วิทยุ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 นิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 โบชัวร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ นิตยสารทั่วไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก ลำดับแรกคือโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือโรงแรมระดับ 2 ดาว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 เกสเฮาส์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 16.25 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 โรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 โฮสเทล จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ โรงแรมระดับ 1 ดาว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับคุณภาพการบริการที่รับรู้ได้ของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการบริการที่รับรู้ของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม

การบริการที่รับรู้ของโรงแรม ใน จังหวัดร้อยเอ็ด	คุณภาพการบริการ		
	X	S.D.	ระดับ
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.06	0.69	ปานกลาง
2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	3.39	0.66	ปานกลาง
3. การตอบสนองความต้องการได้ อย่างรวดเร็ว	4.03	0.55	มาก
4. การให้ความมั่นใจ	3.09	0.49	ปานกลาง
5. การเข้าใจความต้องการของ ผู้รับบริการ	3.35	0.44	ปานกลาง
รวม	3.41	0.31	มาก

จากตาราง 3 พบว่าระดับคุณภาพการบริการที่รับรู้ของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีระดับคุณภาพการ บริการที่รับรู้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ การ ให้ความมั่นใจ ค่าเฉลี่ย 3.39 การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.35 และลำดับสุดท้ายคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการบริการที่คาดหวังของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

คุณภาพการบริการที่คาดหวัง	คุณภาพการบริการ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา	4.67	0.55	มากที่สุด
2. พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว	4.79	0.44	มากที่สุด
3. พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหาได้ตามต้องการ	4.79	0.44	มากที่สุด
4. ระบบการเช็คอินเช็คเอาท์ทำได้รวดเร็ว	4.95	0.21	มากที่สุด
5. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.95	0.21	มากที่สุด
6. พนักงานสามารถแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว	4.80	0.43	มากที่สุด
7. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจบริการ	4.85	0.41	มากที่สุด
รวม	4.83	0.29	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ระดับคุณภาพการบริการที่คาดหวังของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ในภาพรวมมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83 เมื่อพิจารณารายด้านมีคุณภาพการบริการที่คาดหวังลำดับแรกคือการจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.95 รองลงมาคือพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจบริการ มีค่าเฉลี่ย มีค่าเฉลี่ย 4.85 พนักงานสามารถแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.80 พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหาได้ตามต้องการ และ พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.79 และลำดับสุดท้ายคือ การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.67 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ จำแนกตามปัจจัยด้านเพศ

คุณภาพการบริการของโรงแรม	เพศ	N	X	S.D.	t-value	Sig.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ชาย	175	3.04	0.69	.905	.342
	หญิง	225	3.08	0.70		
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	ชาย	175	3.41	0.68	.167	.683
	หญิง	225	3.38	0.65		
3. ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	ชาย	175	4.13	0.54	.006	.936
	หญิง	225	3.96	0.55		
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	ชาย	175	3.07	0.50	.407	.524
	หญิง	225	3.10	0.48		
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ	ชาย	175	3.35	0.45	.156	.694
	หญิง	225	3.35	0.43		
ภาพรวม	ชาย	175	3.43	0.30	.031	.861
	หญิง	225	3.39	0.31		

จากตาราง 5 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีค่า sig. สูงกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด

คุณภาพการบริการ ของโรงแรม	เพศ	N	X	S.D.	t-value	Sig.
1. ด้านความเป็น รูปธรรมของ บริการ	ชาย	175	4.69	0.433	.078	.780
	หญิง	225	4.70	0.394		
2. ด้านความ น่าเชื่อถือหรือ ไว้วางใจได้	ชาย	175	4.75	0.233	1.245	.265
	หญิง	225	4.75	0.214		
3. ด้านการตอบสนอง ความต้องการได้ อย่างรวดเร็ว	ชาย	175	4.75	0.323	.131	.718
	หญิง	225	4.74	0.313		
4. ด้านการให้ความ มั่นใจ	ชาย	175	4.84	0.314	.009	.924
	หญิง	225	4.82	0.287		
5. ด้านการเข้า ใจความต้องการ ของผู้รับบริการ	ชาย	175	4.73	0.345	4.828*	.029
	หญิง	225	7.74	0.313		
ภาพรวม	ชาย	175	4.78	0.174	.001	.951
	หญิง	225	4.75	0.169		

* $p \leq .05$

จากตาราง 6 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อบรรณักท่องเที่ยวด้านการเข้าใจความต้องการ ของผู้รับบริการ มีค่า sig. น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐาน แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในร้อยเอ็ด ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีการรับรู้ต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อบรรณักท่องเที่ยว แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และ

ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.4 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.6 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

1.7 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้าน

ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบ สมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ดไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

2. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการให้ความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่าง

อภิปรายผล

ในการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมใน

จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางแบบให้รางวัลตัวเอง มีลักษณะของการเดินทางคือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือเพื่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถเช่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักในแต่ละครั้งต่อคืนคือ 2,001- 3,000 บาท ช่วงเวลาที่เดินทางคือเดือนตุลาคม – ธันวาคม ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพักคือสังคมออนไลน์ และประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก คือโรงแรมระดับ 2 ดาว สอดคล้องกับเกศินี โพธิ์เพชร และคณะ (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวชนบท จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี อาศัยอยู่ทวีปยุโรป ศึกษา ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้มากกว่า 1,400 USD ต่อเดือน เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด นิยมเดินทางด้วยตัวเอง มีระยะเวลา การท่องเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน เข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากครอบครัว/เพื่อน นิยมพักแรมแบบรีสอร์ท และชอบรับประทานอาหารไทย ประทับใจในความสวยงามของธรรมชาติ บ้างจะสนใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามสมบูรณ์ รองลงมาคือ ต้องการหลีกเลี่ยงวิถีชีวิตประจำวันแบบเดิม นอกจากนี้พบว่า บ้างจะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และบ้างจะสนใจ ในการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง และสถานที่รับประทานอาหารหลัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ อรทัย มูลคำ และ ชวลีย์ วัฒน (2563) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ใช้พาหนะประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล ในการเดินทางมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว จำนวน

2,001-4,000 บาท นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม สนใจการกิจกรรมการท่องเที่ยวการไหว้พระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จากการทดสอบไคสแคว์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. คุณภาพการบริการที่รับรู้ของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 โดยมีการรับรู้ลำดับแรกคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ในส่วนของการติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก รองลงมาคือการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ในส่วนของการจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา ด้านการให้ความมั่นใจ ในส่วนของพนักงานให้บริการพร้อมรอยยิ้มและสุภาพอ่อนโยน ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ในส่วนของพนักงานสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่ได้กำหนด และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ในส่วนของพนักงานให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีประจำอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้างมีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วน พฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัด พิษณุโลก คือ มาเพื่อประชุม/สัมมนา และท่องเที่ยวพักผ่อน โดยเข้าพัก 2-3 ครั้ง/ต่อปี ช่วงเวลาที่เข้าพักจะเป็นช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงแรมจะรับรู้จาก Facebook และ เว็บไซต์ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก/ต่อวัน ไม่เกิน 500 – 1,500 บาท

ผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่จองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ โดยตรงไปยังโรงแรม และจองผ่านเว็บไซต์การจอง ผู้เข้าใช้ บริการเดินทางมากับเพื่อนและมากับครอบครัว ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในภาพรวม อยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับ จากมากไปน้อย คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านการตอบสนอง ส่วนความตั้งใจใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผล ต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การดูแลเอาใจใส่ ($Beta = 0.280$) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($Beta = 0.219$) ลำดับต่อมาคือ การให้ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้า ($Beta = 0.167$) ตามมาด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($Beta = 0.140$) ตามลำดับ และด้านการตอบสนอง ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ ส่วนพฤติกรรมการเข้าพัก ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัด พิษณุโลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. คุณภาพการบริการที่คาดหวังของโรงแรมในจังหวัดร้อยเอ็ด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 โดยมีคุณภาพลำดับแรกคือความเป็นรูปธรรมของบริการ ในส่วนของการเดินทางมาโรงแรมสะดวกและหาง่าย รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ในส่วนของการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ในส่วนของการจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา การให้ความมั่นใจ ในส่วนของการพนักงานให้บริการพร้อมรอยยิ้มและสุภาพอ่อนโยน การเข้า

ใจความต้องการของผู้รับบริการ ในส่วนของพนักงานให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ ตามที่ ชลลดา มงคลนิช และ รัตนาภรณ์ ชาติวงศ์ (2560) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติคาดหวังและรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว อยู่ในระดับสูงทุกด้าน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจต่อการบริการในเรื่องการแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านการบริการตรงตามสัญญา ในเวลาที่กำหนดและความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้พบว่า 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องความสามารถความพร้อม และความเอาใจใส่ในการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงน้อยกว่าความคาดหวัง $PS < ES$) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันในทุกด้าน นอกจากนี้ตามแนวคิดของ พาราสุรมานและเบอร์รี่ (Parasuraman and Berry, 2008) กล่าวถึงความแนวคิดต่อคุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นักวิชาการทั้งสามท่านดังกล่าว นับได้ว่าเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจหาการศึกษา เรื่องคุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งนี้ พาราสุรมานและเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) คุณภาพในการให้บริการคืออะไร 2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ และ

3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. โรงแรม การตัดสินใจซื้อเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นและความต้องการโดยตรง นั่นคือความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการต้องการที่จะได้รับ ดังนั้นโรงแรมจึงควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในห้องพักที่ครบถ้วน มีความหลากหลายของที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

2. ราคาของโรงแรม ราคาของห้องพักกับคุณภาพของสินค้าควรมีความเหมาะสม ราคาห้องพักต้องแสดงอย่างชัดเจน ขั้นตอนและวิธีการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็วอัตราค่าบริการอื่นๆ เหมาะสม เช่น อินเทอร์เน็ต สปา ซักรีดและอัตราค่าห้องพักที่มีให้เลือกหลายระดับราคา

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีทำเลที่ตั้งของโรงแรมมีความเหมาะสม สามารถเดินทางมาได้ง่าย ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต มีการจองบริการต่างๆ ของโรงแรมที่ผ่านระบบออนไลน์ของเครือข่ายของโรงแรม

4. การจัดการส่งเสริมการขาย การจัดส่งเสริมการขายโดยตรงสร้างความคุ้นเคยในตัวสินค้าอาจใช้กลยุทธ์หลายวิธี เช่น การโฆษณา การลดราคา การจับรางวัล หรือข้อเสนอราคาพิเศษ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่ผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง

5. พนักงาน ควรจะมีมนุษยสัมพันธ์ ดูแล และเอาใจใส่ลูกค้าตลอดการบริการ พนักงานควรมีความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดี เพราะงานบริการนั้น พนักงานมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เพราะการมีบุคลากรทางานอย่างมีประสิทธิภาพ

6. ลักษณะทางกายภาพ โรงแรมควรมีอากาศถ่ายเทสะดวกและความเย็นของระบบปรับอากาศมีความเหมาะสม ความสะอาดและความสะดวกสบายในบริเวณโรงแรม และการตกแต่งโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นของตนเองเป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปต้องใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมประเด็นสำคัญของการศึกษาวิจัย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ที่สนับสนุนงานศึกษาครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำการวิจัยได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2561). สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2565. จาก http://www.dla.go.th/servlet/NewsServlet?_mode=show&group_id=9
- เกศินี โพธิ์เพชร และ คณะ. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์, 37(2). 110-136.
- ชลลดา มงคลวนิช และ รัตนาภรณ์ ชาติวงศ์ (2560) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2548). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

- วิรัช วรรณรัตน์. (2539). สถิติที่ใช้ในการวัดผลและการวิจัย. วารสารการวัดผลการศึกษา. 15(1), 81-95.
- สำนักงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด. (2563). รายงานสถิติจังหวัดร้อยเอ็ด. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- อรทัย มูลคำ และ ชวลีย์ ณ ถลาง. (2563). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 14(1), 130-144.
- Likert, Rensis A. (1973). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
- Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Berry, Leonard L. (2008). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. (2nded.). New York: Harper and Row.