

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักแรม ภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก

A STUDY OF THE SERVICE QUALITY OF LODGING BUSINESS AFTER COVID-19 SITUATION IN PHITSANULOK

ปรีชา ตั้งสูงยัยศิริ¹ สุกัญญา ชุติกานนท์² ดวงรัตน์ แดงทอง³
และอิสวัต รัตนสมบัติ⁴
Preecha Tangsukeesiri¹ Sukanya Chutikarn²
Duangrat Taengthong³ and Isawat Ratanasombut⁴

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ 23 กันยายน 2567 แก้ไขบทความ 2 พฤศจิกายน 2567 ตอบรับบทความ 11 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก และ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มาใช้บริการธุรกิจที่พักแรมโดยกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นสูงที่สุดคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสุดท้ายที่สุดคือ ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

^{1,2} วิทยาลัยพัฒนการบึงพระพิษณุโลก สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 3

³ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 3

⁴ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 3

^{1,2} Bueng Phra Phitsanulok Commercial College, Institute of Vocational Education North Region 3

³ Uttaradit Vocational College, Institute of Vocational Education North Region 3

⁴ Sukhothai Vocational College, Institute of Vocational Education North Region 3

Corresponding Author, E-mail: kfish696927@gmail.com

แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักโรงแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก คือควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาเปรียบเทียบและหาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักโรงแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ให้ทันต่อยุคสมัยและความหลากหลายทางเพศในปัจจุบัน เพื่อให้พร้อมกับการดำเนินการดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างคุณภาพต่อไป

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ วิกฤติ COVID-19 ธุรกิจที่พักโรงแรม พิษณุโลก

Abstract

This study aims to explore the level of guests' perception toward the service quality of lodging business and to propose guidelines for the development of lodging business after COVID-19 situation in Phitsanulok. A questionnaire was a research instrument. The samples were 400 people (Accidental sampling) who are guest in lodging business after COVID-19 situation in Phitsanulok. The results indicated that the overall satisfaction with the service quality was at a high level. The highest-rated aspect was responsiveness to customer needs, which was rated at a high level. The second-highest was the tangibility of the services, also rated at a high level. The lowest-rated aspect, although still at a high level, was customer understanding and perception.

Suggestions: Other sample groups with different characteristics should be studied to compare and find ways to further improve hotel services after the COVID-19 crisis in Phitsanulok Province. This would ensure that services remain up-to-date and responsive to current gender diversity and are aligned with the new normal lifestyle, ensuring quality business operations in the future.

Keywords : Service Quality, COVID-19 situation, Lodging business, Phitsanulok

บทนำ

จากสถานการณ์ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากหลากหลายสัญชาติเข้ามาท่องเที่ยวประมาณ 40 ล้านคน ต่อปีนั้น ซึ่งแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการใช้จ่ายแตกต่างกันออกไป อาทิ นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มักเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่กับกลุ่มทัวร์ ชอบช้อปปิ้งและมียอดซื้อของฝากสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปต้องการมาพักตากอากาศเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศหนาว ชื่นชอบการเดินทางด้วยตัวเอง พักแรมอยู่ที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และท่องเที่ยวยามค่ำคืน เป็นต้น

โดยภายหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ลูกค้ายหลักของธุรกิจท่องเที่ยวไทยเปลี่ยนจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อการท่องเที่ยวอย่างน้อยก็นักท่องเที่ยวต่างชาติ และยังมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างชัดเจน โดยลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพักที่ค่อนข้างสั้นในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ รวมถึงนักท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคหรือจังหวัดใกล้เคียงและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เพราะกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ดังนั้น ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จึงถูกใช้ไปกับเฉพาะค่าที่พักและค่าอาหารในระยะสั้น ๆ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อการท่องเที่ยวสูงกว่า เนื่องจากเดินทางมาไกลกว่า จึงมีระยะเวลาการเข้าพักที่ยาวกว่า และยังเดินทางต่อเนื่องตามเส้นทางท่องเที่ยว เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดูช้าง ชมคาบารัตโชว์ เป็นต้น ซึ่งช่วยกระจายรายได้ไปยังหลากหลายพื้นที่ท่องเที่ยวและธุรกิจนอกเหนือจากโรงแรมและร้านอาหารอีกด้วย พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างจากชาวต่างชาติจึงส่งผลให้ธุรกิจส่วนใหญ่ในภาคการท่องเที่ยวไทยที่มีลูกค้าเป็นชาวต่างชาติเป็นหลัก อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจรถทัวร์ รถตู้ ธุรกิจขายของฝาก ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจสถานบันเทิงยังคงปิดกิจการชั่วคราว โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของประเทศ [1]

จากข้อมูลข้างต้น การปรับวิกฤติให้เป็นโอกาสโดยการกลับมาให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการอันได้แก่ การจัดการบริการที่ต้องให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า คุณภาพการให้บริการที่เป็นการตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการ เพราะคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสำเร็จของธุรกิจที่พักแรมและยังมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจที่พักแรม

ภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในด้านรายได้ ดังนั้น ภายหลังวิกฤติ COVID-19 ที่รุนแรงของธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดพิษณุโลกการยกระดับคุณภาพบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการควรจะนำมาใช้ในธุรกิจของตน แต่ธุรกิจธุรกิจที่พักแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดพิษณุโลก ยังมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่สอดคล้องกับวิกฤติ COVID-19 ที่ยังน้อยอยู่ ทำให้การพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการของธุรกิจที่พักแรมเกิดความพึงพอใจและมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยนั้น จึงเป็นบทบาทสำคัญในหลักในการบริการของที่พักแรมที่ต้องรักษามาตรฐานของธุรกิจที่พักแรมเพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความประทับใจ [2] และยังรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ [3]

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนยังเป็นเมืองแห่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปะพื้นบ้านที่ได้รับผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยการนำเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL [4] มาปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการจากผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักแรม ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรม ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการภายหลังวิกฤติ COVID-19 ซึ่งจะส่งผลดีต่อการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ในวิกฤติการณ์ต่างๆ ในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก
- 2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman et al.

เป็นแบบจำลองที่ใช้ประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอิงจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้หลังใช้บริการจริง โดยแบ่งคุณภาพการให้บริการออกเป็น 5 มิติหลัก ดังนี้

ความเป็นรูปธรรม (Tangibility): ความพร้อมและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สภาพแวดล้อม อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ รวมถึงภาพลักษณ์ของพนักงาน

ความน่าเชื่อถือ (Reliability): ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ได้อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ

ความเอาใจใส่ (Responsiveness): ความเต็มใจและความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

การให้ความมั่นใจ (Assurance): ความรู้ ความสามารถ และมารยาทของพนักงานที่ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ

การเข้าใจและเข้าถึงลูกค้า (Empathy): การให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละราย และความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า

SERVQUAL มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโดยลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริงในทั้ง 5 มิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่แพกแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก โดยมีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการด้านต่างๆ ของธุรกิจที่แพกแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ที่มีราคาห้องพักระหว่าง 500 – 1,200 บาท ต่อคืน ที่ยังเปิดให้บริการในปัจจุบัน

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจที่แพกแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ที่มีราคาห้องพักระหว่าง 500 - 1,200 บาท ต่อคืน ที่ยังเปิดให้บริการในปัจจุบัน จำนวน 400 คน ใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 41) กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบ

บังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่เดินทางมาใช้บริการธุรกิจที่พักรวมทั้งเพศชายและเพศหญิง

เครื่องมือในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลในการเข้าพักธุรกิจที่พักรวม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการปัจจัยในการเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจที่พักรวม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจที่พักรวม

ตอนที่ 2 คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ที่มีราคาห้องพักระหว่าง 500 - 1,200 บาทต่อคืน แบ่งตามองค์ประกอบได้ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ (Empathy)

โดยแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งหมายความว่าเนื้อหา การใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง สามารถได้คำตอบที่ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ จากนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือด้วยทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.8775 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การแจกแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 ชุด จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยมีผลดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 15,001-20,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี วัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือติดต่อธุรกิจหรือราชการ และเคยมาใช้บริการแล้ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักข้อมูลของที่พักจากการแนะนำของบุคคลหรือคนรู้จัก ปัจจัยในการเลือกใช้ที่พักคือห้องพักราคาไม่แพงและมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักรวมอยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1 ธุรกิจที่พักรวมมีมาตรการป้องกัน COVID-19	4.06	มาก
2 ธุรกิจที่พักรวมมีป้ายแสดงให้ผู้ใช้บริการใส่หน้ากากอนามัย	3.89	มาก
3 ธุรกิจที่พักรวมมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	3.83	มาก
4 ธุรกิจที่พักรวมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม	3.70	มาก
5 ธุรกิจที่พักรวมมีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือในทุกจุดสัมผัส	3.68	มาก
รวม	3.80	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าความคิดเห็นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้ ธุรกิจที่พักรวมมีมาตรการป้องกัน COVID-19 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ธุรกิจที่พักรวมมีป้ายแสดงให้ผู้ใช้บริการใส่หน้ากากอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ธุรกิจที่พักรวมมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ธุรกิจที่พักรวมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ

ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และต่ำที่สุดคือ ธุรกิจที่พักแรมมีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ในทุกจุดสัมผัสมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1 พนักงานให้บริการตามมาตรการการป้องกัน COVID-19 ของกระทรวงสาธารณสุข	3.84	มาก
2 พนักงานนำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า	3.83	มาก
3 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.76	มาก
4 พนักงานสามารถให้บริการโดยใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา	3.72	มาก
รวม	3.78	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้ พนักงานให้บริการตามมาตรการการป้องกัน COVID-19 ของกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา ได้แก่ พนักงานนำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และต่ำที่สุด พนักงานสามารถให้บริการโดยใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นด้านการตอบสนองความต้องการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1 พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการและถูกสุขลักษณะภายใต้วิกฤติ COVID-19	4.01	มาก
2 พนักงานมีความตั้งใจและความพร้อมในการให้บริการภายใต้วิกฤติ COVID-19	3.78	มาก
3 พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	3.75	มาก
4 พนักงานให้บริการในระยะเวลาที่รวดเร็วและเหมาะสมโดยรักษามาตรการป้องกันโรคระบาดอย่างเคร่งครัด	3.69	มาก
รวม	3.81	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นด้านการตอบสนองความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการและถูกสุขลักษณะภายใต้วิกฤติ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความตั้งใจและความพร้อมในการให้บริการภายใต้วิกฤติ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และต่ำสุดที่สุด พนักงานให้บริการในระยะเวลาที่รวดเร็วและเหมาะสมโดยรักษามาตรการป้องกันโรคระบาดอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1 พนักงานมีความรู้ในการตอบคำถามในเรื่องข้อมูลการป้องกัน COVID-19 เป็นอย่างดี	3.92	มาก
2 พนักงานมีความเข้าใจในการให้บริการในวิกฤติ COVID-19 และสามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดี	3.80	มาก
3 พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ	3.74	มาก
4 พนักงานมีทักษะและความสามารถในการให้บริการ	3.63	มาก
รวม	3.77	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ความคิดเห็นด้านการให้ความมั่นใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้ พนักงานมีความรู้ในการตอบคำถามในเรื่องข้อมูลการป้องกัน COVID-19 เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความเข้าใจในการให้บริการในวิกฤติ COVID-19 และสามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และต่ำที่สุด พนักงานมีทักษะและความสามารถในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ

ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1 พนักงานเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ	3.77	มาก
2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นกันเองกับลูกค้า	3.71	มาก
3 พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.70	มาก
4 พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เกี่ยงเพศหรือเชื้อชาติ	3.70	มาก
รวม	3.72	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้ พนักงานเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นกันเองกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และต่ำที่สุด พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับพนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เกี่ยงเพศหรือเชื้อชาติ คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ” สามารถอภิปรายผลและเสนอแนวทางการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นสูงที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในหัวข้อธุรกิจที่พักแรมมีมาตรการป้องกัน COVID-19 โดยการตอบสนองความต้องการที่ผู้ให้บริการตอบสนองแบบสอบถามมาจะเน้นไปที่ประเด็นพนักงานให้บริการตรงตามความต้องการและถูกสุขลักษณะภายใต้วิกฤติ COVID-19 สอดคล้องกับสอดคล้องกับ [5] ที่ได้นำมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) ที่จัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและกระทรวงสาธารณสุข มาปรับใช้ในการให้บริการของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกัน การแพร่กระจายของ

โรคติดต่อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการที่ธุรกิจที่พักรวมให้ความสำคัญกับตัวของพนักงานบริการ และกระบวนการบริการที่ตรงตามบริบทของสถานการณ์ ในขณะนั้นเป็นอย่างมาก ในส่วนประเด็นรองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งความเป็นรูปธรรมของการบริการที่ผู้ใช้บริการเสนอความคิดเห็นนั้น สะท้อนให้เห็นว่าภายใต้วิกฤติ COVID-19 นั้น ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักรวมของจังหวัดพิษณุโลก เล็งเห็นถึงเรื่องของความสะอาดของธุรกิจที่พักรวมและมาตรการในการป้องกัน COVID-19 มากกว่าการที่ธุรกิจที่พักรวมมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยไว้ให้บริการสอดคล้องกับ [6] ที่กล่าวถึงว่า นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมีความคาดหวังในเรื่องของความเป็นรูปธรรมของการบริการของโรงแรมหรือการแสดงออกมาของการให้บริการในภาพรวมของโรงแรมที่ชัดเจนและสัมผัสได้นั่นเอง

แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักรวมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ธุรกิจที่พักรวมควรมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัยและตอบโจทย์ความเป็นโลกในยุคศตวรรษที่ 21 อาทิ ระบบ wifi / ระบบ Internet / Smart TV สอดคล้องกับ / ช่องเสียบ USB [4] ที่กล่าวถึงคุณภาพการบริการที่ดีต้องตอบสนองและสามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการตามยุคสมัยได้ 2) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ กล่าวคือธุรกิจที่พักรวมควรใช้วิกฤติในช่วง COVID-19 ในการพัฒนาพนักงานเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในส่วนงานต่างๆ ของโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นงานส่วนหน้าหรือส่วนหลังบ้าน เพื่อที่จะได้นำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด ตอบโจทย์ความต้องการและลดการขัดแย้งกันภายในองค์กร 3) ด้านการตอบสนองความต้องการ ธุรกิจที่พักรวมควรฝึกและทดสอบพนักงานให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดเหตุที่คาดไม่ถึงขึ้น อาทิ การจัดการการทะเลาะวิวาทในโรงแรม การดับเพลิง การปฐมพยาบาลผู้ป่วย ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในกรณีที่ผู้ใช้บริการเกิดการเจ็บป่วยร้ายแรง 4) ด้านการให้ความมั่นใจ นอกเหนือที่ธุรกิจที่พักรวมต้องฝึกพนักงานให้เก่งและมีความสามารถแล้วนั้น ในวิกฤติการณ์ต่างๆ สมควรอย่างยิ่งที่ต้องเสริมให้พนักงานมีทักษะและความสามารถในการให้บริการในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง สอดคล้องกับ [7] ที่กล่าวถึงการที่คนในยุคนี้ต้องมีทั้งทักษะความรู้ที่ใช้ในงานและการรู้จักการควบคุมอารมณ์ในสภาวะการณ์ต่างๆ ซึ่งจะส่งผลทำให้พนักงานสามารถควบคุมสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมืออาชีพอีกด้วย และ 5) ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยธุรกิจที่พักรวมควรปรับวิกฤติให้เป็นโอกาสในการหัน

มาพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ให้กับพนักงาน ในการเตรียมคนและองค์กรให้พร้อมกับการสู่ การดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิถีชีวิตใหม่รวมไปถึงการเข้าใจการให้บริการกับกลุ่ม LGBTQ+ รวมไปถึงเข้าใจความหลากหลายของเชื้อชาติ สอดคล้องกับ [8] ซึ่งกล่าวถึงความฉลาดทาง อารมณ์ว่า นอกจากจะส่งผลดีกับตัวของพนักงานในการทำงานแล้วนั้น ยังส่งผลต่อการเข้าถึง จิตใจเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้บริการกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันได้อย่างมี ประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษา เปรียบเทียบและหาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักแรมภายหลังวิกฤติ COVID-19 ในจังหวัดพิษณุโลก ให้ทันต่อยุคและความหลากหลายทางเพศในปัจจุบัน
2. ควรขยายการศึกษาไปถึงภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในธุรกิจอื่น ๆ ตลอดจน ศึกษาในบริบทกลุ่ม LGBTQ+ ที่เข้ามาท่องเที่ยวหลังวิกฤตการณ์ Covid-19 ในประเทศไทย แล้ว

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทย กับก้าวต่อไป หลังเปิดประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-65-3/the-knowledge-65-3-3.html>.
- [2] Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Prentic-Hall. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2567, จาก http://www.monts.go.th/more_news.Php?cid=437
- [3] Zeithaml, V. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model And synthesis of evidence*. Journal of Marketing, 52(3), 2-22
- [4] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). *SERQUAL, : A multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. n.p.: Marketing Science, Institute, Working Paper Report No.86-108.

- [5] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). Amazing Thailand Safety and Health Administration. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2567, จาก <https://thailandsha.tourismthailand.org/index>
- [6] กฤษมาพร พิงโพธิ์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ. วารสารปาริชาติ, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- [7] สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2563). รายงานผลการดำเนินงานการขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและกระทรวงศึกษาธิการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563. สำนักพัฒนาสมรรถนะครูและบุคลากรอาชีวศึกษา. กรุงเทพมหานคร.
- [8] Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. New York: Bantam Books.