

ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
ในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีการศึกษา 2564

**SATISFACTIONS OF SERVICE QUALITY AFFECTING REPEAT
PURCHASE IN HOTEL BUSINESS IN MUEANG TRANG DISTRICT,
TRANG PROVINCE**

AMORNRAT SUTTHITHAMANON



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์


ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
ในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

เสนอโดย นางสาวอมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล

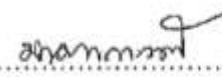
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทองสุนทรวงศ์)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชวงค์)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชวงค์)

วันที่ 7 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2565

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง
ชื่อผู้เขียน	อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำประชากรในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการพักค้างคืนในโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และมีอายุ 20 ปีขึ้นไป การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น โดยวิธีแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) และความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพัก 1 คืน วัตถุประสงค์ในการเข้าพักส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รูปแบบการเดินทางนิยมใช้รถส่วนตัว ในส่วนของการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อทั้ง 3 แผนก เรียงตามลำดับ

ค่าเฉลี่ย ได้แก่ ห้องพัก แพนกต้อนรับ และแพนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ และลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมากที่สุดในทุก ๆ ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้และด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านคุณลักษณะของพนักงาน ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ และด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น ตามลำดับ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทั้ง 3 แพนก และต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ทั้ง 6 ด้านพบว่า มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ



Thesis Title	SATISFACTIONS OF SERVICE QUALITY AFFECTING REPEAT PURCHASE IN HOTEL BUSINESS IN MUEANG TRANG DISTRICT, TRANG PROVINCE
Author	Amornrat Sutthithamanon
Thesis Advisor	Assoc.Prof. Dr. Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic Year	2021

ABSTRACT

This study aims 1) to study customer satisfaction towards various departments and service quality of hotel business in Amphoe Mueang, Trang Province, 2) to study the differences in the level of satisfaction with different departments and the quality of hotel services in Amphoe Mueang, Trang Province, classified by customers' personal factors, 3) to study the trend of repeat visits to the hotel business in Amphoe Mueang, Trang Province, and 4) to study customer satisfaction with various departments such as reception, food and beverage services, room services, and service quality. This includes tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and the characteristics of hotel employees in Amphoe Mueang, Trang Province, which affect the trend of repeat visits. The population in this study was Thai tourists who stayed overnight in a hotel in Amphoe Mueang, Trang Province, and were twenty years and over. The sample size was determined using the calculation method from Yamane's ready-made table at a 95% confidence level and with an error of 0.05. The sample size of 398 samples was obtained using the non-probability sampling method through the accidental sampling. The research instruments were questionnaires, and the data were analyzed using descriptive statistics, inferential statistics, and multiple regression analysis. The study found that most of the respondents were female, aged 31–40 years, held a bachelor's degree with an occupation as a private employee, and has monthly income in the range of 15,001-30,000 Baht. Most were from the South and had a one-night stay. The purpose of the stay was for tourism/leisure and mostly travel by private car. As for customer satisfaction, it was found that they had the highest level of satisfaction with all three departments, in order of average, namely the room, the reception, and the food and beverage service department,

respectively. The customers were satisfied at the highest level of service quality in all respects, ranked in order of average, namely, tangibles and reliability, followed by employee attributes, responsiveness, assurance, and empathy. The satisfaction of tourists towards all three departments and the quality of hotel services in all six aspects were found to be related to the tendency of repeat visits.

Keywords: satisfaction, service quality, repeated visits



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง สำเร็จลุล่วงไปได้เนื่องจากผู้วิจัยได้รับคำแนะนำ คำปรึกษาที่ดี จากรองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา ให้ข้อชี้แนะ และให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ในทุก ๆ กระบวนการ

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของสาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรมมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวก ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดาและมารดา ที่ส่งเสริม สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด จนทำให้การศึกษาครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย

อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์วิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 นิยามเชิงปฏิบัติการ.....	5
1.6 ประโยชน์จากการวิจัย.....	6
2. ทบทวนวรรณกรรม.....	7
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่พัก.....	7
2.2 แนวโน้มของธุรกิจโรงแรม.....	12
2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง.....	13
2.4 การบริการ.....	19
2.5 ความสำคัญของการบริการ.....	20
2.6 หลักการให้บริการ.....	20
2.7 ลักษณะของการบริการที่ดี.....	21
2.8 คุณภาพการบริการ.....	21
2.9 มาตรฐานการให้บริการ.....	25
2.10 ความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการ.....	26
2.11 การวัดความพึงพอใจ.....	26
2.12 การซื้อซ้ำ.....	27
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.14 กรอบแนวคิด.....	34

สารบัญ

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 กระบวนการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในวิจัย.....	38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4. ผลการศึกษา.....	40
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป.....	41
4.2 ผลการศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรม.....	44
4.3 ผลการศึกษาคำพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม.....	46
4.4 ผลการศึกษาคำแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ.....	48
4.5 ผลการศึกษาคำแตกต่างของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ของธุรกิจ โรงแรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	54
4.6 ผลการศึกษานโยบายการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	61
4.7 ผลการศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ.....	62
4.8 ผลการศึกษาคำพึงพอใจในคุณภาพการบริการ.....	65
4.9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจ โรงแรม ที่พัก.....	71
4.10 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	73
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	74
5.2 อภิปรายผล.....	78
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	81
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	84
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	90
ประวัติผู้เขียน.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของ ธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง.....	45
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง.....	46
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนก ต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล.....	49
4.5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนก ต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วงอายุ	51
4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามอาชีพ.....	52
4.7 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนก ต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้.....	53
4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนก ต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตาม ภูมิลำเนา.....	54
4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง.....	55
4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วง อายุ.....	57
4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตาม อาชีพ.....	58

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้.....	59
4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามภูมิลำเนา.....	60
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง.....	61
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มในการการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	62
4.16 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	66
4.17 แสดงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง.....	71

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย เพราะมีส่วนช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และนำมาซึ่งรายได้ในการนำมาพัฒนาประเทศได้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ประกอบกัน (ประชิด และคณะ, 2554, น.146-147) ทั้งในเรื่องของการคมนาคม การโฆษณาเผยแพร่ ความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกของรัฐบาล การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าของที่ระลึก โดยเฉพาะปัจจัยด้านโรงแรมที่พัก เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางออกมาไกลบ้านก็จำเป็นต้องหาสถานที่เพื่อการนอนหลับพักผ่อน ซึ่งรูปแบบของที่พักในปัจจุบันก็มีสภาพที่แตกต่างกันออกไปหลากหลายประเภทเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้ในการบริหารจัดการธุรกิจที่พักโรงแรมจะประสบความสำเร็จได้ ผู้บริหารจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549, น. 98-99) ซึ่งคุณภาพในการบริการประกอบด้วย 5 มิติหลัก ๆ ได้แก่ องค์ประกอบที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การสร้างความเชื่อมั่น และการเข้าใจการรับรู้ (เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2563, น. 160)

จากแผนการพัฒนากองการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ที่มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพด้วยการยกระดับคุณภาพการบริการในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในการก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพในระดับสากล ดังนั้นการดูแลเรื่องคุณภาพการบริการจึงช่วยให้ผู้รับบริการเกิดทัศนคติที่ดี มีความรู้สึกในทางบวกต่อผู้ให้บริการ มีความภักดีและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการอีก นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการบอกต่อไปยังผู้อื่นเพื่อแนะนำให้กลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังนั้นสำหรับธุรกิจที่พัก การให้บริการที่มีคุณภาพจะสามารถช่วยรักษาลูกค้าเดิม และช่วยให้มีลูกค้าใหม่มาใช้บริการมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของที่พักในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันกันลดราคา มุ่งหุ้มเทเพื่อส่งเสริมการขายด้วยการลดแลกแจกแถม จนละเลยเรื่องการ

ปรับปรุงคุณภาพการบริการ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อผลประโยชน์ของธุรกิจมากขึ้น จนมองข้ามเรื่องการปรับปรุงคุณภาพการบริการซึ่งเป็นอาวุธสำคัญในการประกอบธุรกิจที่พึก ซึ่งบางอย่างมีต้นทุนที่ต่ำ แต่ให้ผลตอบแทนสูงอย่างเช่น การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีซึ่งสามารถช่วยสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าโดยที่ไม่ต้องลงทุนอะไร รวมไปถึงการดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ ซึ่งใช้ต้นทุนที่ต่ำ แต่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรได้มาก (สมิต สัจฉกร, 2548, น. 14-51) ดังนั้นเป้าหมายสูงสุดของการบริการที่มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องของการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อันจะนำมาซึ่งการดำเนินงานที่มีความราบรื่น ประสบความสำเร็จ และกิจการมีความมั่นคง (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555, น. 41)

จังหวัดตรัง เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะความโดดเด่นทางด้านความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ ของทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตที่ยังมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก อีกทั้งจังหวัดตรังยังได้รับการปรับปรุงดูแลในเรื่องภูมิศาสตร์ธรรมชาติและการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น การดูแลในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (สำนักงานจังหวัดตรัง, 2564) และจังหวัดตรังยังได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นหนึ่งในเมืองต้องห้ามพลาด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากการส่งเสริมต่าง ๆ ทำให้จังหวัดตรังเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยว เห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 24.56 เปอร์เซ็นต์ จากปีพ.ศ. 2556 ในส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยว จากปี พ.ศ. 2556 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 6,679 ล้านบาท และมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2561 มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 9,916 ล้านบาท หรือคิดเป็น 48.47 เปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, 2564)

จะเห็นได้ว่าแนวโน้มทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังเป็นไปในทิศทางที่ดี สอดรับกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนจังหวัดตรังที่มีความต้องการพักค้างคืนในจังหวัดตรังถึงร้อยละ 95.71 ของผู้มาเยือน แต่อย่างไรก็ดี พบว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังยังมีจุดอ่อนในเรื่องของคุณภาพการบริการ กล่าวคือ การขยายตัวของธุรกิจที่พักแรมรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรง เกิดการตัดราคาด้วยตัวเอง ประกอบกับบุคลากรโรงแรมส่วนใหญ่

มาจากสายงานอื่นที่ไม่ใช่วิชาชีพทางการโรงแรม ทำให้พนักงานขาดประสบการณ์และทักษะในการให้บริการ (คูสิตพร สกทา, 2560: 232-243) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพการให้บริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ซึ่งคุณภาพการบริการถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการแข่งขันของทุกธุรกิจ และที่ผ่านมาเมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวพำนักในจังหวัดตรังมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน งานวิจัยที่จะส่งเสริมคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดตรัง ยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการของธุรกิจโรงแรม ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกการศึกษาในประเด็นคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมของอำเภอเมืองตรัง ด้วยเล็งเห็นว่าธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่อำเภอเมืองตรัง เปรียบเสมือนประตูสู่อันดามันตามคำขวัญของอำเภอเมืองตรัง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นประตูหรือห้องรับแรกของจังหวัดตรัง ซึ่งในแง่ของวงการวิชาการการศึกษาคุณภาพการบริการส่วนใหญ่ใช้ 5 มิติ ทั้งนี้อาจจะไม่ได้ตอบโจทย์บางบริบทของธุรกิจโรงแรมอย่างชัดเจน งานวิจัยชิ้นนี้จึงศึกษาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่ดัดแปลงมาจากโมเดลคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ (1985) ซึ่งมี 5 มิติ เป็น 6 มิติ และศึกษาความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจโรงแรมมากขึ้น โดยผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อพัฒนาสิ่งที่คืออยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น และปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่นักท่องเที่ยวยังไม่พึงพอใจ เพื่อสร้างความประทับใจ อันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี และการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ สร้างโอกาสทางการแข่งขันและผลประโยชน์ที่ดียิ่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์วิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.2.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึก

ผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

1.3.2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

1.3.3 นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.3.4 นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาเรื่องนี้ คือ 1) ศึกษาความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม 3 แผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างน้อย 1 คืน มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาคือ ธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.5 นิยามเชิงปฏิบัติการ

1.5.1 **ความพึงพอใจ (satisfaction)** หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการต่อการบริการที่ได้รับจากโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.5.2 **คุณภาพการบริการ (service quality)** หมายถึง การให้บริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1.5.3 **ความสามารถที่จับต้องได้ (Tangibles)** หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้และจับต้องได้ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของโรงแรม อุปกรณ์ สถานที่ และบุคลากร เช่น บรรยากาศ การตกแต่งของบริเวณล็อบบี้ ชุดพนักงาน

1.5.4 **ความน่าเชื่อถือ (Reliability)** หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสามารถในการให้บริการได้ตรงตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เทียบตรง ความสม่ำเสมอ ความสามารถของพนักงาน เช่น ความชำนาญ การทำงานที่ไม่ผิดพลาด

1.5.5 **การตอบสนอง (Responsiveness)** หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงตามความต้องการและมีความรวดเร็ว

1.5.6 **การรับรองให้เกิดความมั่นใจ (Assurance)** หมายถึง การให้บริการที่มีความสะอาดปลอดภัย

1.5.7 **ความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy)** หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นสำคัญ

1.5.8 **คุณลักษณะของพนักงาน (Employee Characteristics)** หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน การแสดงออกทางอารมณ์ ความยิ้มแย้มแจ่มใส บุคลิกภาพ ความมีมารยาท ความซื่อสัตย์ สุขภาพอนามัยส่วนบุคคล

1.5.9 **แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage department)** หมายถึง แผนกที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการเตรียมอาหารและประกอบอาหาร ขายอาหารและเครื่องดื่ม บริการอาหารและเครื่องดื่ม จัดสถานที่รับประทานอาหารให้มีความสะดวกสบาย สะอาด ถูกสุขลักษณะ

1.5.10 **แผนกต้อนรับ (Reception department)** หมายถึง แผนกที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการกับแขกที่มาเข้าพักโดยตรง ตั้งแต่ การต้อนรับ การรับจองห้องพัก การเตรียมห้องพักรักษาแขกที่จะมาพัก การต้อนรับ และการจัดบริการต่าง ๆ ให้กับแขกระหว่างที่พักอยู่ในโรงแรม เช่น

การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับฝ่ายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงแรม และจนกระทั่งผู้เข้าพักออกจากโรงแรมไป

1.5.11 **แผนกห้องพัก (Room department)** หมายถึง แผนกที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการกับความสะอาด ความสะดวกสบายในการพักผ่อน ความสวยงามของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และความปลอดภัย

1.6 ประโยชน์จากการวิจัย

1.6.1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

1.6.2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจที่พักของจังหวัดตรัง

1.6.3 สมาคมโรงแรมของจังหวัดตรัง สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตรัง หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ได้นำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาภาพรวมของคุณภาพการบริการของที่พักแรมในจังหวัดตรัง ให้มีมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่พัก
- 2.2 แนวโน้มของธุรกิจโรงแรม
- 2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง
- 2.4 การบริการ
- 2.5 ความสำคัญของการบริการ
- 2.6 หลักการให้บริการ
- 2.7 ลักษณะของการบริการที่ดี
- 2.8 คุณภาพการบริการ
- 2.9 มาตรฐานการให้บริการ
- 2.10 ความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการ
- 2.11 การวัดความพึงพอใจ

2.12 การซื้อซ้ำ

2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.14 กรอบแนวคิด

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่พัก

ความหมายของโรงแรม ตามพระราชบัญญัติโรงแรม ปี พ.ศ. 2478 มาตรา 3 กำหนดว่า หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่ หรือที่พักชั่วคราว และในมาตรา 25 ได้ระบุไว้ว่า เคหสถานใด ใช้บ้านพักดังกล่าวเป็นที่รับบุคคลที่พึงประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ในระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน โดยผู้มีสิทธิ์ให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้มาพักเป็นปกติธุระ หรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้

พระราชบัญญัติผู้ประกอบการโรงแรม พ.ศ. 2499 กำหนดว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการที่หลับนอนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักเดินทาง ซึ่งเป็นผู้เต็มใจจ่ายเงินเพื่อแลกกับบริการต่าง ๆ สถานที่ประกอบการเหล่านี้ไม่นับรวมถึงสถานที่บางประเภท เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย อพาร์ทเมนต์ หรือเรือนจำ ต่อมามีการปรับปรุงพระราชบัญญัติผู้ประกอบการโรงแรม พ.ศ. 2547 ซึ่งได้ระบุว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ที่พักชั่วคราวแก่นักเดินทาง และได้รับค่าตอบแทน แต่ไม่รวมถึงที่พักที่ให้บริการเกินกว่าหนึ่งเดือน

ความหมายของโรงแรม ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ระบุว่า โรงแรมหมายถึง ที่พักคนเดินทางเป็นที่พักคนเดินทางเพื่อใช้เป็นที่พักนอนชั่วคราว

James A. Bardi (2003) ได้ให้ความหมายของโรงแรมว่า หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการที่พักและการบริการ ซึ่งรวมทั้งการจองห้องพัก บริการรับจองรถส่วนตัว ร้านอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ร้านค้าพิเศษ และบริการทำความสะอาด ซักรีด และการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

2.1.1 ความสำคัญของธุรกิจที่พักแรม

1) ความสำคัญของธุรกิจที่พักแรมในด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจที่พักแรมก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนในชุมชน นำรายได้เข้าสู่ประเทศ เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจ กระจายรายได้สู่อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึก ของประดับตกแต่ง เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

2) ความสำคัญของธุรกิจที่พักแรมในด้านสังคม ธุรกิจที่พักแรมช่วยยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ในท้องถิ่น เช่น ด้านสาธารณสุข โภค การคมนาคมขนส่ง ด้านความปลอดภัย ด้าน

ระบบการติดต่อสื่อสาร ลดปัญหาการว่างงาน ลดการอพยพของแรงงาน และเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์และเป็นศูนย์รวมการทำกิจกรรมของคนในสังคม เช่น การจัดงานสังสรรค์ การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น

3) ความสำคัญของธุรกิจที่พักรวมในด้านวัฒนธรรม ธุรกิจที่พักรวมก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่างพื้นที่ ต่างเชื้อชาติ มีการฟื้นฟูการแต่งกายแบบไทย ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นการส่งเสริมการค้าเย็บและใช้ผ้าไทย ส่งเสริมวัฒนธรรมด้านอาหาร นาฏศิลป์ การแสดง ซึ่งเป็นการจรรโลงวัฒนธรรมไทย และเผยแพร่ความงดงามของไทยสู่สายตาชาวโลก

2.1.2 การแบ่งส่วนงานของโรงแรม

สามารถแบ่งกลุ่มงานของโรงแรมทั้งหมดอย่างกว้าง ๆ ได้ดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 59 – 62)

1) กลุ่มงานส่วนหน้าบ้าน (Front of the House) คือ แผนกที่เป็นส่วนให้บริการโดยตรงกับผู้รับบริการ มีการต้อนรับและพบปะเจรจา เสมือนเป็นผู้แสดงอยู่หน้าฉาก มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้าง ความประทับใจและพึงพอใจแก่ผู้เข้าพัก

2) กลุ่มงานส่วนหลังบ้าน (Back of the House) คือ แผนกที่ทำงานเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการให้บริการ โดยที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าพัก มีบทบาทเสมือนอยู่หลังฉาก แต่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการพักอยู่ของผู้เข้าพัก

3) กลุ่มงานที่คาบเกี่ยว 2 ส่วน ได้แก่ พนักงานที่มีบทบาททั้งส่วนที่ต้องพบปะกับผู้เข้าพักและในส่วนที่ไม่ต้องพบปะกับผู้เข้าพัก เช่น พอคิวซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานหลังบ้าน แต่มีบางครั้งต้องออกไปห้องอาหารเมื่อมีบุฟเฟต์ หรือพนักงานแผนกซักรีดที่มีหน้าที่ต้องนำเสื้อผ้าที่ซักรีดแล้วไปส่งให้กับผู้เข้าพัก เป็นต้น

2.1.3 สินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรม

สินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) สินค้าที่เป็นวัตถุ ได้แก่ ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ศูนย์ออกกำลังกาย ร้านจำหน่ายสินค้า ห้องประชุมสัมมนา

2) สินค้าที่เป็นบริการ ได้แก่ บริการซักรีด บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการจัดจำเที่ยว บริการเสริมสวยและความงาม บริการรับเลี้ยงเด็ก

2.1.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ การให้บริการที่ดี อันหมายถึงความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน อาหารที่สะอาด รสชาติอร่อย การตกแต่งอย่างบรรจง สีสน

นารับประทาน และราคาเหมาะสม บรรยากาศดี ไม่มีเสียงดังรบกวน ไม่มีกลิ่นเหม็น บรรยากาศสงบ ผ่อนคลาย ความสะอาด สะดวกสบาย ความสุภาพอ่อนโยน ความชำนาญในการให้บริการทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม สถานที่จอดรถสะดวกสบาย เพียงพอ มีการออกแบบตกแต่งที่ดี มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายของรัฐบาลและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง ภาพลักษณ์ของประเทศ สถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของรสนิยม วัฒนธรรมประเพณี ตลาดแรงงาน แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยว ภาวะทางธรรมชาติและสภาพอากาศ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นต้น

2.1.5 เกณฑ์การจัดแบ่งประเภทที่พักแรม

เกณฑ์โดยทั่วไปที่ใช้แบ่ง ประเภทของสถานที่พักแรม (สุพัตตรา สร้อยเพชร, 2563, น. 177-191) มีดังนี้

1) เกณฑ์ตามระยะเวลาการเข้าพัก แบ่งออกเป็น 1) การเข้าพักระยะสั้น เป็นการให้บริการที่พักโดยกำหนดอัตราค่าเช่าเป็นรายวัน และอาจมีบริการอื่น ๆ เสริม เช่น การจัดประชุม การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น 2) การเข้าพักระยะยาว กำหนดอัตราค่าเช่าเป็นรายเดือนหรือรายปี เหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการเข้าพักเป็นเวลานาน มีบริการเสริมอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น บริการซักรีด บริการอาหารและเครื่องดื่ม ที่พักประเภทนี้ ได้แก่ แพลต อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น

2) เกณฑ์ตามทำเลที่ตั้ง ได้แก่ 1) โรงแรมในเมือง ตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือในย่านธุรกิจสำคัญ มีการคมนาคมและการจับจ่ายที่สะดวก ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ กลุ่มผู้เข้าพักหลัก จะเป็นกลุ่มผู้เดินทางมาติดต่อธุรกิจ 2) โรงแรมชานเมือง ตั้งอยู่ตามชานเมือง มีการคมนาคมที่สะดวกในระดับหนึ่ง ผู้มาเข้าพักมักจะเป็นนักเดินทางที่ต้องการบรรยากาศที่เงียบสงบ แต่ยังสามารถติดต่อเรื่องธุรกิจได้อย่างสะดวก 3) สถานที่พักตากอากาศ เป็นที่พักที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา เกาะ เป็นต้น เหมาะสำหรับผู้เข้าพักที่ต้องการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน หรือต้องการใกล้ชิดธรรมชาติ โรงแรมประเภทนี้มีพื้นที่กว้างขวาง 4) โรงแรมชุมชนทางการขนส่ง มีที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานีขนส่งผู้โดยสาร เช่น สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ เป็นต้น ได้แก่ โรงแรมท่าอากาศยาน โรงแรมสถานีรถไฟ โรงแรมท่าเรือ โรงแรมริมทางหลวง

3) เกณฑ์ตามจำนวนห้องพักหรือขนาดของกิจการ สำหรับประเทศไทยนั้น ใช้เกณฑ์นี้ในการจัดแบ่งประเภทที่พักแรม ได้แก่ 1) โรงแรมขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง 2) โรงแรมขนาดกลาง มีจำนวนห้องพัก 100 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกิน 300 ห้อง 3) โรงแรมขนาดใหญ่ มี

จำนวนห้องพัก 300 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกิน 500 ห้อง 4) โรงแรมขนาดใหญ่มาก มีจำนวนห้องพัก 500 ห้องขึ้นไป

4) เกณฑ์ตามอัตราค่าห้องพัก ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้เกณฑ์นี้ในการแบ่งกลุ่มโรงแรม โดยแบ่งโรงแรมออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป กลุ่มที่ 2 ระดับราคาตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท กลุ่มที่ 3 ระดับราคาตั้งแต่ 1,000 – 1,499 บาท กลุ่มที่ 4 ระดับราคาตั้งแต่ 500 – 999 บาท กลุ่มที่ 5 ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ โรงแรมราคาประหยัด โรงแรมราคาปานกลาง โรงแรมราคาสูง

5) เกณฑ์ตามจุดประสงค์การเข้าพัก ได้แก่ 1) โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักธุรกิจ 2) โรงแรมเพื่อการประชุม เน้นให้บริการเพื่อการจัดประชุมสัมมนา สามารถรองรับการจัดประชุมได้ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีอุปกรณ์เพื่อการประชุมที่สะดวก ทันสมัย และคุณภาพดี 3) สถานพักตากอากาศ เป็นที่พักที่ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักที่ต้องการการพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่เงียบสงบ ท่ามกลางธรรมชาติ 4) โรงแรมเพื่อการเล่นเกม การพนัน หรือโรงแรมกาสิโน โรงแรมลักษณะนี้ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลให้เปิดบริการเล่นพนันได้อย่างเสรีและถูกกฎหมาย ซึ่งส่วนใหญ่มีบริการห้องพัก ภัตตาคารร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และบริการความบันเทิงต่าง ๆ 5) โรงแรมเพื่อสุขภาพ มีความโดดเด่นในเรื่องการบำบัดรักษาและดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ การทำสปา การทำสมาธิ การทำทรีตเมนต์ เป็นต้น 6) โรงแรมลอยน้ำ เป็นที่พักที่สร้างขึ้นบนแพที่ตั้งอยู่บริเวณริมน้ำ หรือสามารถเคลื่อนที่ไปตามลำน้ำ มีการบริการอาหารเครื่องดื่ม กิจกรรมนันทนาการทางน้ำ และความบันเทิง เป็นต้น 7) ที่พักกลางแจ้ง ตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นิยมสร้างในรูปแบบเดย์พักรวม พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีบริการเดินป่า ล่องแพ คุกดาว เป็นต้น เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศของธรรมชาติ

6) เกณฑ์ตามมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวก หรือระดับการให้บริการ ได้แก่ 1) ที่พักแรมบริการแบบหรูหราน เน้นการบริการที่หรูหรา สะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าที่จำเป็น พนักงานที่ให้บริการมีประสิทธิภาพสูง 2) ที่พักแรมบริการเต็มรูปแบบ ให้บริการที่ครบครันและหลากหลาย มีบริการที่ดี 3) ที่พักแรมบริการแบบจำกัด มีระดับการบริการอยู่ในระดับปานกลาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการพื้นฐาน

2.2 แนวโน้มของธุรกิจโรงแรม

สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มีการขยายตัวเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ จากการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหญ่อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมพบกับภาวะอุปทานที่ล้นตลาด สถานการณ์ธุรกิจโรงแรมในช่วง 9 เดือนแรกของ ปี พ.ศ. 2562 พบว่าจำนวนห้องพัก ๓ เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีจำนวน 757,103 ห้อง เพิ่มขึ้นมาคิดเป็นร้อยละ 5 จากสิ้นปี พ.ศ. 2561 แต่อย่างไรก็ดี ธุรกิจโรงแรมก็ยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการที่ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น สำหรับภูมิภาคที่มีการขยายตัวของรายจ่ายนักท่องเที่ยวสูงสุด คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียใต้ สาธารณรัฐอินเดีย มีอัตราการเข้าพักแรมอยู่ที่ร้อยละ 71.1

อัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยสูงสุด 5 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต สงขลา และสุราษฎร์ธานี อยู่ที่ร้อยละ 75.6 - 83.1 และ 5 จังหวัดเมืองรองที่มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สุพรรณบุรี ชัยนาท อุตรธานี พัทลุง และตราด อยู่ที่ร้อยละ 67.8 - 81.6 (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2562) อย่างไรก็ตาม แนวโน้มสถานการณ์ธุรกิจโรงแรม ในภาพรวมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยแม้จะเผชิญภาวะล้นตลาดจนเกิดการแข่งขันที่รุนแรง แต่ยังมีแนวโน้มที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ธุรกิจโรงแรมเกิดการหยุดชะงักอย่างฉับพลัน จึงทำให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเร่งปรับกระบวนการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจโรงแรมจำนวนมากจำเป็นต้องปรับตัวไปทำธุรกิจอื่น ๆ เพื่อหารายได้มาประคับประคองธุรกิจ อาทิ บริการจัดส่งอาหารโดยตรงจากครัวโรงแรม ขณะเดียวกันภาครัฐได้มีมาตรการยกระดับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยการจัดโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข ในการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และออกตราสัญลักษณ์ SHA ให้กับผู้ประกอบการ ทางด้านของผู้ประกอบการ โรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมหรูในเขตเมืองได้ชูกลยุทธ์ “Staycation” เพื่อนำเสนอ ทางเลือกการพักผ่อนให้กับคนเมืองที่ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและไม่อยากเดินทางในระยะไกล อย่างไรก็ตามคาดว่าธุรกิจการท่องเที่ยวไทยจะกลับมาฟื้นตัวเมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศอื่น ๆ ได้อย่างเต็มรูปแบบ (ปิยพร อรุณเกรียงไกร, 2563)

2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง

2.3.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดตรังได้รับการจัดตั้ง ในรัชสมัยของสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (สภาวัฒนธรรม ภาควัฒนธรรม 2545: 155-156) ปี พ.ศ. 2345 มีผู้ว่าราชการจังหวัดคนแรกชื่อ พระอุไภยราชธานี สมัยแรก ที่ตั้งของ เมืองตรัง ตั้งอยู่ที่ตำบลควนธานี (พ.ศ. 2354-2436) ต่อมาผู้ว่าราชการจังหวัดคือ พระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี เห็นว่าที่ตั้งเดิมนั้นอยู่ห่างจากทะเล และไม่เหมาะแก่การขยายความเจริญของเมือง ปี พ.ศ. 2436 จึงกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อขอย้ายเมืองไปตั้งที่ตำบลกันตัง และต่อมาใน ปี พ.ศ. 2458 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินมาเมืองตรัง และทรงมีดำริว่าที่ตั้งของเมืองตรังไม่ปลอดภัยจากข้าศึก และเกิดโรคระบาดได้ง่าย พระองค์จึงทรงให้ย้ายเมืองมาตั้งที่ตำบลทับเที่ยง มา จนถึงปัจจุบัน

2.3.2 ที่ตั้ง

จังหวัดตรังตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เลียบชายฝั่งทะเลด้านทิศ ตะวันตก มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 4,941,519 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 864 กิโลเมตร ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดกระบี่ ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสตูลและทะเลอันดามัน ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพัทลุง และทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดกระบี่และทะเลอันดามัน จังหวัดตรังมีพื้นที่ฝั่งทะเลตลอดแนวเขตจังหวัดยาว 119 กิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่จำนวน 54 เกาะ โดยมีเกาะที่สำคัญ เช่น เกาะลิบง ซึ่งเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และมีเกาะมุกและเกาะกระดานซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำคัญของจังหวัดตรัง เป็นต้น

2.3.3 การปกครอง

จังหวัดตรังมีการแบ่งการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ 87 ตำบล 702 หมู่บ้าน

2.3.4 คำขวัญประจำจังหวัด

คำขวัญประจำจังหวัดตรัง คือ “เมืองพระยารัษฎา ชาวประชาใจกว้าง หมูย่างเลิศรส ถิ่นกำเนิดยางพารา เด่นสง่าดอกศรีตรัง ปะการังใต้ทะเล เสน่ห์หาดทรายงาม น้ำตกสวยตระการตา”

2.3.5 ลักษณะทางกายภาพ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปจะมีลักษณะเป็นเนินสูงต่ำ สลับด้วยภูเขาใหญ่เล็ก กระจายอยู่ทั่วไป มีพื้นที่ราบจำนวนน้อยซึ่งใช้เพาะปลูกข้าว ฝั่งทิศตะวันออกมีเทือกเขาบรรทัดทอดตัวยาวจากเหนือจรดใต้ และเป็นเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างจังหวัดตรังกับจังหวัดพัทลุง ป่าของจังหวัดตรังมีพื้นที่ประมาณร้อยละ 23 ของพื้นที่ทั้งหมด สภาพป่าส่วนใหญ่เป็นป่าดิบชื้น ในส่วนของพื้นที่ที่ติดทะเล ยังมีป่าชายเลนที่ยังคงอุดมสมบูรณ์

2.3.6 ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดตรังตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน จึงทำให้มีอากาศร้อน โดยมี อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดตลอดทั้งปี มีฝนตกชุก เนื่องจากอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดผ่าน 2 ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดปกคลุมประเทศไทย ทำให้ภาคเหนือและภาคกลางของไทย มีอากาศหนาวและแห้งแล้ง ส่วนภาคใต้ตอนบนจะมีฝนตกชุก เนื่องจากมีมรสุมได้พัดผ่านอ่าวไทย ส่วนจังหวัดตรังอยู่ทางฝั่งตะวันตกได้รับอิทธิพลของลมนี้ น้อยจึงมีฝนตกเพียงเล็กน้อย ส่วนมรสุม ตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งจะพัดผ่านมหาสมุทรอินเดีย ได้ส่งผลให้จังหวัดตรังซึ่งตั้งอยู่ในด้านรับลมมี ฝนตกชุก จังหวัดตรังมี 2 ฤดูกาล คือ 1) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2) ฤดูแล้ง เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม

2.3.7 ประชากรและความหนาแน่น

ประชากรจังหวัดตรัง มีจำนวน 640,574 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) มี ประชากรหญิง 327,206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.08 และประชากรชาย 313,368 คน คิดเป็นร้อยละ 48.92 มีจำนวนครัวเรือน ทั้งสิ้น 234,956 ครัวเรือน จำนวนสมาชิกเฉลี่ยในครัวเรือนเท่ากับ 2.73 คน ต่อ 1 ครัวเรือน มีอัตราความหนาแน่นของประชากรอยู่ที่ 130.26 คน ต่อ 1 ตารางกิโลเมตร อำเภอ เมืองตรังเป็นอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดรวม 155,408 คน คิดเป็นร้อยละ 24.26 ของประชากรทั้ง จังหวัด

2.3.8 ศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 84.06 นับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 15.74 นับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 0.18 และศาสนาอื่นๆ (ซิกข์ ฮินดู และ อื่น ๆ) คิดเป็นร้อยละ 0.02 ประชาชนชาวจังหวัดตรังส่วนใหญ่มิมีเชื้อสายมาจากชาวจีน ส่วนมาก นับถือศาสนาพุทธควบคู่ไปกับการถือศีลกินเจตามฤดูกาลที่มีตามศาลเจ้าต่าง ๆ ในส่วนของความ เชื่อ ศรัทธา ค่านิยม ในวัฒนธรรมทั่วไปของชาวเมืองตรังปฏิบัติตามครรลองของวัฒนธรรมไทย และวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น ส่วนใหญ่ปฏิบัติตามวัฒนธรรมของพุทธศาสนาที่สืบเนื่องมา จากอินเดียและลังกา ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจังหวัดตรังเป็นเมืองหน้าด่านของจังหวัดนครศรีธรรมราชฝั่งตะวันตกในฐานะที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองแม่ดังนั้น วัฒนธรรมของจังหวัดตรัง จึงเป็นแบบเดียวกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง

2.3.9 ด้านศิลปวัฒนธรรม

จังหวัดตรังมีศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทั้งในด้านศิลปะการแสดง และหัตถกรรม โดยมีศิลปะการแสดง ได้แก่ มโนราห์ หนังตะลุง ลิเกป่า และในส่วนของ ศิลปหัตถกรรม ได้แก่ การประดิษฐ์เสื่อเตย มีดพร้า ผ้าทอพื้นเมือง(นาหมื่นศรี) และเสวียนหม้อจาก

ก้านต้นจาก ในด้านวัฒนธรรมประเพณีมีการผสมผสานระหว่างประเพณีวัฒนธรรมไทยกับจีน ได้แก่ ประเพณีกินเจ ที่จะจัดขึ้นในวันขึ้น 1 ค่ำ ถึงวันขึ้น 9 ค่ำ เดือน 9 ของจีน โดยจัดขึ้นปีละหนึ่ง ครั้ง โดยมีการจัดโต๊ะบูชา อัญเชิญสิ่งศักดิ์สิทธิ์และอ่านบทสวดมนต์ร่วมกันประกอบพิธีกินเจ และ เชิญชวนผู้ศรัทธามาร่วมกันกินเจก่อนถึงวันกำหนด เพื่อให้ร่างกายบริสุทธิ์และอัญเชิญสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ให้มาเป็นพยานในการประกอบพิธีกินเจ

2.3.10 ด้านการคมนาคม

การคมนาคมขนส่งในจังหวัดตรังสามารถเดินทางได้ 4 เส้นทาง ได้แก่

1) การคมนาคมทางบกหรือทางรถยนต์ สามารถใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) เป็นถนนสายหลัก นอกจากนี้ยังมีถนนเชื่อมโยงจากจังหวัดไปอำเภอต่าง ๆ ซึ่งสามารถเดินทางติดต่อกันได้อย่างสะดวกทุกฤดูกาล โดยมีสายทางทั้งหมด 75 สายทาง

2) ทางรถไฟ มีบริการรถไฟ 2 ขบวน ได้แก่ รถไฟขบวนรถเร็ว กันดั่ง-กรุงเทพฯ ทุกวัน วันละ 1 ขบวน และรถไฟขบวนรถด่วน ตรัง-กรุงเทพฯ ทุกวัน วันละ 1 ขบวน

3) ทางอากาศ จังหวัดตรังมีท่าอากาศยานตรัง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองตรัง ห่างจากเทศบาลนครตรัง ไปประมาณ 7 กิโลเมตร มีสายการบินที่ให้บริการ จำนวน 3 สายการบิน (ปี 2563) ได้แก่ ไทยแอร์เอเชียเอ็กซ์ และไทยไลอ้อนแอร์

4) ทางน้ำ จังหวัดตรังมีท่าเรือพาณิชย์และท่าเรือท่องเที่ยว ได้แก่ ท่าเทียบเรือกันดั่ง ท่าเทียบเรือแสงทองขนสงภาคใต้ ท่าเทียบเรือตรังฮาเบอร์ ท่าเทียบเรือยูโสบ และท่าเทียบเรือนาเกลือ

2.3.11 ข้อมูลสินค้า OTOP

สินค้า OTOP ที่สำคัญของจังหวัด 10 อันดับแรกจากการจัดอันดับของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตรัง ได้แก่ 1) ขนมเป็ยชะฮอย 2) น้ำพริกมะขาม/เอื่อพุงปลา 3) หมูย่างลำภูรา 4) ขนมจีบป่าพิน 5) ผลิตภัณฑ์ไม้เทพธาโร ถั่วเลขากรอบ 6) ขนมเต้าส้อเจ็ดดา 7) เค้ก/ขนมจีบ ร้าน OTOP เมืองตรัง สาขา 1 นาท่ามใต้ 8) ขนมจีบ ขนมแม่จวน 9) เฟอ์นิจเจอร์จากรากไม้ และ 10) ข้าวย่ำทางเลือก

2.3.12 การท่องเที่ยวจังหวัดตรัง

จังหวัดตรังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติและมีความสวยงาม มีแหล่งประวัติศาสตร์ มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีความเป็นวิถีชีวิตชาวตรังที่เปลี่ยนแปลงช้า และมีการให้บริการที่สะท้อนความเป็นบริการแบบเจ้าบ้านที่ดี โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดตรัง มีดังนี้

- 1) อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) ตั้งอยู่ในบริเวณสวนสาธารณะเขตเทศบาลนครตรัง มีบริเวณกว้างขวางเต็มไปด้วยพันธุ์ไม้ต่าง ๆ เป็นสวนสาธารณะที่สวยงาม เป็นสถานที่ออกกำลังกาย และเป็นสถานที่พักผ่อนของประชาชนและนักท่องเที่ยว
- 2) สระกระพังสุรินทร์ ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครตรัง มีลักษณะเป็นหนองน้ำธรรมชาติกว้างใหญ่ เนื้อที่ประมาณ 50 ไร่ มีน้ำขังตลอดปี กลางสระน้ำมีศาลาพักผ่อน และมีสะพานเชื่อมติดต่อกัน 3 หลัง มีถนนล้อมรอบ บริเวณสระเป็นสวนสาธารณะ สวนสัตว์
- 3) หาดเจ้าไหม ตั้งอยู่ที่ อำเภอกันตัง มีหาดทรายยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ริมหาดมีต้นสนเรียงรายร่มรื่น มีถ้ำโบราณ ภายในถ้ำมีโครงกระดูกมนุษย์สมัยโบราณ ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าโครงกระดูกของมนุษย์ในสมัยปัจจุบัน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะสำหรับเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
- 4) ถ้ำเขาช้างหาย เป็นถ้ำที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ภายในถ้ำเต็มไปด้วย หินงอกหินย้อยรูปแบบต่าง ๆ ที่สวยงามแปลกตา และยังคงความเป็นธรรมชาติทุกประการ อยู่ห่างจากตลาดอำเภอนาโยง ประมาณ 5 กิโลเมตร
- 5) ถ้ำเลเขากอบ ตั้งอยู่ที่ อำเภอห้วยยอด เป็นถ้ำที่คดเคี้ยววกวน มีระยะทางยาวประมาณ 4 กิโลเมตร มีน้ำขังตลอดทั้งปี สามารถล่องเรือชมภายในถ้ำได้ ภายในเต็มไปด้วยหินงอกหินย้อยรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งบริเวณปากถ้ำมีเรือให้บริการนำชมภายในถ้ำ
- 7) สวนพฤกษศาสตร์ทุ่งค่าย ตั้งอยู่ที่อำเภอย่านตาขาว อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าทุ่งค่าย มีเนื้อที่ประมาณ 2,600 ไร่ สภาพสังคมพืชเป็นป่าดิบชื้น ร้อยละ 82.4 ของพื้นที่ เป็นป่าพรุ ร้อยละ 7.6 ของพื้นที่ จุดเด่น คือสะพานศึกษาธรรมชาติเรือนยอดไม้ และสะพานศึกษาธรรมชาติป่าพรุ
- 8) ถ้ำมรกต อยู่ในเขตอำเภอกันตัง มีหน้าผาด้านยื่นลงไปทะเล มีถ้ำที่สวยงาม มีทางเข้าไปภายในถ้ำเป็นโพรงขนาดเล็กให้พอลอดเรือเข้าไปได้ในช่วงที่น้ำลด แต่นักท่องเที่ยวนิยมล่องเรือเข้าไปมากกว่า เพราะสร้างความสนุกสนานระทึกใจ และสร้างความตื่นตาตื่นใจ เมื่อถึงปากถ้ำ จะพบเห็นน้ำทะเล สีมรกต หาดทรายขาวสะอาด ล้อมรอบด้วยหน้าผาสูงชัน ซึ่งแต่งแต้มไปด้วยลายเขียวของใบไม้
- 9) วนอุทยานบ่อน้ำร้อนกันตัง ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอกันตัง บ่อน้ำร้อนมีอุณหภูมิประมาณ 70 องศาเซลเซียส นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปอาบน้ำแร่ เป็นจำนวนมากทุกวัน
- 10) วังผาเมฆ ตั้งอยู่ที่อำเภอวังวิเศษ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปชมทะเลหมอกยามเช้า เนื่องจากมีบรรยากาศคล้ายกับบนยอดคอกของภาคเหนือ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสอากาศที่หนาวเย็นได้ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,600 เมตร จุดชมวิวยังวังผาเมฆ ในวันฟ้า

เปิดทางทิศตะวันตกจะสามารถมองเห็นทะเลอันดามัน เขามวง หาดปากเมง หาดราชมงคล และ เกาะต่างๆ ใน จังหวัดตรังและจังหวัดกระบี่ และทางทิศตะวันออกจะสามารถมองเห็นตัวเมืองตรังได้อย่างชัดเจน

11) สถานีรถไฟกันตัง เป็นสถานีรถไฟสุดทางของฝั่งทะเลอันดามัน ในอดีตเคยใช้เป็นท่ารับส่งสินค้ากับต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ลักษณะเป็นอาคารไม้ชั้นเดียวทรงปั้นหยา ปัจจุบันได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานโดยกรมศิลปากรแล้ว

12) หาดปากเมง ตั้งอยู่ที่อำเภอสิเกา มีลักษณะเป็นรูปพระจันทร์ครึ่งเสี้ยว มีระยะทางยาวประมาณ 5 กิโลเมตร มีป่าสนที่ขึ้นตามธรรมชาติ กลางทะเลมีเกาะน้อยใหญ่สลับซับซ้อนกัน เป็นสถานที่พักผ่อน และลิ้มรสอาหารทะเลสด ๆ

13) น้ำตกโดนเต๊ะ ตั้งอยู่ที่อำเภอปะเหลียน มีไม้เบญจพรรณนานาชนิด และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีถนนลาดยางตลอดถึงน้ำตก

14) หาดหยงหลิง มีลักษณะเป็นหาดทรายรูปโค้งขนานไปกับดงต้นสน สุดชายหาดจะเป็นภูเขาสูงที่เต็มไปด้วยโพรงถ้ำ ซึ่งสามารถลอดออกไปสู่น้ำฟ้าได้

15) เกาะกระดาน เป็นเกาะที่เต็มไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีปะการังที่สวยงาม มีชายหาดที่มีทรายขาวละเอียด น้ำใส และมีความเป็นธรรมชาติสูง

16) น้ำตกสายรุ้ง เป็นน้ำตกจากหน้าผาสูง เมื่อละออง น้ำกระทบกับแสงแดดเกิดเป็นสายรุ้งสวยงามมาก สภาพ ยังคงความเป็นธรรมชาติทุกประการ การคมนาคมไปสู่ น้ำตกสะดวกอยู่ห่างจากอำเภอนาโยง ประมาณ 25 กม.

17) เกาะสุกร มีสถานะเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอปะเหลียน เป็นเกาะที่มีลักษณะเป็นรูปรียาวจากทิศตะวันออกไปยังทิศตะวันตก พื้นที่ทางทิศตะวันออกของเกาะเป็นที่ราบตอนกลางเกาะเป็นภูเขาสูง บนเกาะมีราษฎรอาศัยอยู่กันอย่างหนาแน่น ริมทะเลมีหาดทราย กลางทะเลมองเห็นเกาะต่าง ๆ ที่มีทิวทัศน์สวยงาม

18) เกาะลิบง ตั้งอยู่ในอำเภอกันตัง รอบ ๆ เกาะเต็มไปด้วยหญ้าทะเล ซึ่งเป็นอาหารของพะยูนซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมฝูงสุดท้ายของประเทศไทย บนเกาะมีฝูงกวางซึ่งได้รับการอนุรักษ์ จากเจ้าหน้าที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าหมู่เกาะลิบง

19) งานพิธีวิวาห์ใต้สมุทร ซึ่งได้รับการบันทึกเป็นสถิติโลกของ Guinness World Record ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 12-14 กุมภาพันธ์ เป็นประจำทุกปี โดยมีคู่บ่าวสาวจำนวนมาก จากประเทศต่าง ๆ เข้าร่วม มีขบวนแห่ขันหมากอันยิ่งใหญ่ โดยคู่บ่าวสาวทุกคู่พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่และแขกผู้มีเกียรติ จะดำน้ำลงสู่ใต้ทะเลเพื่อทำพิธีรดน้ำสังข์ และทำพิธีจดทะเบียนสมรส และหลังจากนั้นจังหวัดจะจัดงานเลี้ยง แสดงความยินดีบริเวณชายหาด

20) งานเทศกาลขนมเค้ก-หมูย่าง จะจัดขึ้นในเดือนสิงหาคม-กันยายน ซึ่งเค้กเมืองตรัง เป็นของขึ้นชื่อว่าอร่อยและมีหลากหลายรส เป็นของดีของฝากของเมืองตรัง และสำหรับ หมูย่าง เมืองตรังนั้น มีลักษณะเด่น คือ มีหนังกรอบ เนื้อหอมนุ่ม หมักเครื่องปรุง แล้วย่างทั้งตัวด้วย เตาอย่างซึ่งนิยมใช้แก้มกับกาแฟหรือขึ้น โต้ะงานเลี้ยงต่าง ๆ

21) งานเทศกาลกินเจ ซึ่งจะจัดขึ้นในเดือนตุลาคม โดยมีการอัญเชิญองค์สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ประทับในร่างทรง และออกเยี่ยมเยียนโปรดสัตว์ไปตามอาคารบ้านเรือน ซึ่งได้จัดโต๊ะบูชาไว้ ต้อนรับ พร้อมทั้งแสดงอิทธิฤทธิ์ อภินิหารด้วยการใช้ศาสตราวุธตีแทงตามร่างกาย ปีนป่ายบันได มีด ลูไฟ เป็นต้น โดยมีได้มีอากรเจ็บปวดแต่ประการใด

2.3.13 ธุรกิจโรงแรมที่พักในจังหวัดตรัง

จังหวัดตรังมีแหล่งที่พักหลายระดับไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งระดับโรงแรม หูหรา ชั้น 1 ชั้น 2 หรือเป็นที่พักแบบชั่วคราวหรือรีสอร์ท ซึ่งมีอยู่กระจายตามแหล่งท่องเที่ยว โดยอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีที่พักแรมให้บริการนักท่องเที่ยว 70 สถานที่ ได้แก่

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1) โรงแรมโกเต็ง | 19) บีบี ตรัง โฮเทล |
| 2) จริง จริง | 20) ปาล์มคอร์ท อพาร์ทเมนท์ |
| 3) จรูญศักดิ์ แมนชั่น | 21) พี.เจ. เกสต์เฮ้าส์ |
| 4) เจริญ อพาร์ทเมนท์ | 22) ฟลาวเวอร์การ์เด้น รีสอร์ท |
| 5) เจริญ อพาร์ทเมนท์ 1 | 23) ภูตะวัน รีสอร์ท |
| 6) ชมภูนครินทร์ อพาร์ทเมนท์ | 24) ภูสมอ |
| 7) เฉอแตม | 25) มณเฑียร รีสอร์ท รีสอร์ท |
| 8) ณ ทับเที่ยง บูติก รีสอร์ท | 26) มณีวรรณ แมนชั่น |
| 9) ดีดี เรสซิเดนซ์ | 27) มายเฟรนด์ |
| 10) เดอะเกสต์เฮ้าส์ เฟลส | 28) เมซง เดอ เซียร์ |
| 11) ตรัง | 29) ไมตรีเฮาส์ |
| 12) ท่าปาย รีสอร์ท | 30) ยามาวา เกสต์เฮ้าส์ |
| 13) ที แอนด์ บี อพาร์ทเมนท์ | 31) เกาะกระดาน บีช รีสอร์ท |
| 14) ธานีรินทร์ อพาร์ทเมนท์ | 32) ตังค์เฮ้าส์ |
| 15) นกฮูก เฮ้าส์ | 33) บ้านสวนวัง |
| 16) นาชา ซาเลท์ รีสอร์ท | 34) ระเบียบตรัง |
| 17) บ้านพักชายทุ่ง รีสอร์ท | 35) รักย์จันทร์ |
| 18) บ้านอ่าวทอง รีสอร์ท | 36) ริมน้ำ รีสอร์ท |

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| 37) รุ่งรุ่งเดือน | 55) ฮีป อินน์ ตรัง |
| 38) เรือรักษา บัดเจท | 56) เดอะรูม |
| 39) อีโก้ อินน์ ตรัง | 57) โรงแรมน้ำทิพย์ เรสซิเด้น |
| 40) โรงแรมธรรมรินทร์ | 58) บลู ออคิตส์ |
| 41) โรงแรมศรีสมบูรณ์ | 59) การ์เด็นฮิล แมนชั่น |
| 42) โรงแรมสเคชั่น | 60) โรงแรมชมตรัง |
| 43) เรือรักษาโฮเต็ล | 61) บ้านบางรัก เรสซิเดนซ์ |
| 44) ธรรมรินทร์ ธนา | 62) สิริตรัง บูทีค |
| 45) วงแห แมนชั่น | 63) ตรังแกรนด์โฮเทล |
| 46) วัฒนา ตรัง | 64) ไรวินท์ เฟลซ |
| 47) วัฒนา พาร์ค | 65) เดอะ ทรี สลึป แอนด์ สเปซ |
| 48) วี เฮ้าส์ | 66) sixty six place |
| 49) ไวท์ โฮม รีสอร์ท | 67) อะ โลคัล ซัมมิง โฮสเทล |
| 50) ศรีตรัง | 68) บ้านบุษบา |
| 51) สาวนุ้ย รีสอร์ท | 69) สลึฟเพอร์ เฮ้าส์ |
| 52) สุวรรณภูมิรีสอร์ท | 70) โรงแรม คีพบุ๊กซ์ |
| 53) อยู่สบาย แมนชั่น | 71) เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ |
| 54) เอสทูเอส ควินส์ตรัง | |

2.4 การบริการ

การบริการ คือ การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ โดยการให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ให้ได้รับความช่วยเหลือ ด้วยความพยายามใด ๆ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ล้วนแล้วแต่เป็นการให้บริการทั้งสิ้น (สมิต สัจกุล, 2550, น. 11)

การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะซื้อ ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง ผู้ซื้อจะพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ โดยผู้ประกอบการจะต้องจัดหาสิ่งเหล่านี้เพื่อเป็นหลักประกันให้แก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น ได้แก่ 1) สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสะดวกให้กับผู้บริโภค 2) บุคคล (People) พนักงานบริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้ม พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ 3) เครื่องมือ

(Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างรวดเร็ว 4) วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อ โฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า 5) สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและเรียกชื่อได้ถูก และมีการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย 6) ราคา (Price) ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ และสอดคล้องกับลักษณะของตลาดประเภทต่าง ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 287)

2.5 ความสำคัญของการบริการ

สมิต ศักกุล (2550, น. 11-12) กล่าวว่า การบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการใด ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการบริการในภาครัฐหรือเอกชน การขายสินค้าใด ๆ ย่อมต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ ต้องมีการบริการที่ดี ดังนั้น ธุรกิจจะต้องทำให้เกิดการขายซ้ำ นั่นคือ การรักษาลูกค้าเดิมและการหาลูกค้ารายใหม่ ซึ่งการบริการที่ดีจะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เกิดการซื้อซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ตามมา ทั้งนี้ การพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกองค์กรจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันและมีให้เสียลูกค้าไป นอกจากนี้ การบริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์กรที่ให้บริการ มีความระลึกถึง และยินดีกลับมาใช้บริการอีก อีกทั้งยังบอกกล่าวไปยังผู้อื่นให้มาใช้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับ พนิตสุภาธรรมประมวล (2563) ที่กล่าวว่า เครื่องมือสำคัญในการแข่งขัน คือ การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นคุณภาพที่ดีกว่าอย่างสม่ำเสมอด้วย ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับการขาย ช่วยส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ โดยจะต้องเป็นคุณภาพในทัศนะของลูกค้า มิใช่ทัศนะของผู้ประกอบการ

2.6 หลักการให้บริการ

หลักการให้บริการ มีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. การบริการจะต้องสอดคล้องตรงตามความต้องการของลูกค้า นั่นคือ จะต้องนำความต้องการของลูกค้ามาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ ดังนั้นแม้ว่าการให้ความช่วยเหลือที่เห็นว่าเหมาะสมและดีมากเพียงใด แต่หากลูกค้าไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็จะเป็นประโยชน์
2. การบริการจะต้องทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพึงพอใจของลูกค้า

3. การบริการจะต้องปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน มีการตรวจสอบความถูกต้อง เพราะหากเกิดข้อผิดพลาดหรือขาดตกบกพร่อง จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้ ถึงแม้จะมีการกล่าวคำขอโทษแล้วก็ตาม

4. การบริการจะต้องมีความเหมาะสมแก่สถานการณ์ นั่นคือ การให้บริการที่รวดเร็ว ตรงตามกำหนดเวลา ทั้งนี้จะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและควรจะสนองตอบให้รวดเร็ว ก่อนกำหนดด้วย

5. การบริการจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียแก่บุคคลอื่น ๆ นั่นคือ จะต้องพิจารณาโดยรอบคอบ คำนึงถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลาย ๆ ฝ่าย รวมถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่จะต้องระมัดระวัง มิให้เกิดผลกระทบสร้างความเสียหายต่อสิ่งนั้นด้วย (สมิต สัทกุล, 2550 น. 94-95)

2.7 ลักษณะของการบริการที่ดี

การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีแนวทางการปฏิบัติดังนี้

1. บริการด้วยความเต็มใจ มีความรักในงานบริการ มีความตั้งใจและเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า
2. บริการด้วยความรวดเร็ว การแสดงออกอย่างกระตือรือร้นในการให้บริการ จะช่วยให้ลูกค้ามีความสุขและความพอใจ
3. บริการด้วยความถูกต้อง มีความครบถ้วนสมบูรณ์
4. บริการอย่างเท่าเทียมกัน บริการอย่างเป็นธรรม แสดงออกให้ลูกค้าเห็นว่าเราให้บริการอย่างเสมอภาค
5. บริการให้เกิดความชื่นใจ ทำให้ลูกค้ามีความสุข (สมิต สัทกุล, 2550 น. 96-97)

2.8 คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ด้านคุณภาพการบริการด้วยความสามารถที่ดีกว่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการนั้น (Lee, Lee & Yoon, 2009) นอกจากนี้ การรับรู้ด้านคุณภาพการบริการได้รับจากการประเมินโดยทั่วไปของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือการบริการที่มีคุณภาพที่สอดคล้องกับมาตรฐานของลูกค้าในแต่ละบุคคล (Olsen, 2002) ทั้งนี้ คุณภาพการบริการประกอบด้วยหลายมิติ

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2550) กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่า หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงกับความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้คุณภาพจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้ที่มาใช้บริการและขึ้นอยู่กับ

มาตรฐานของผู้ใช้บริการแต่ละคน อย่างไรก็ตาม คุณภาพการบริการ ไม่ควรกำหนดขึ้นจากความ ต้องการของกิจการฝ่ายเดียว แต่ควรกำหนดขึ้นจากความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก โดยใช้ การสำรวจหรือรับฟังความต้องการของลูกค้า (พนิตสุภา ชรรณประมวล, 2563)

พนิตสุภา ชรรณประมวล (2563) กล่าวว่า ปัจจัยในการตัดสินระดับคุณภาพของการ บริการที่ลูกค้าใช้อย่างมี 10 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ 2) การ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 3) การเข้าถึงได้ง่าย 4) การให้บริการอย่างรอบรู้และถูกต้อง 5) ความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติลูกค้า 6) ความสามารถในการสื่อสาร 7) ความมีเครดิตของ ผู้ให้บริการ 8) ความเข้าใจ เอาใจใส่ต่อลูกค้า 9) ความมั่นคงปลอดภัย 10) ลักษณะทางกายภาพที่ สามารถสัมผัสและรับรู้ได้

ชไมพร สุธรรมวงศ์ และบัณฑิต โรจน์อารยานนท์ (2554) กล่าวว่า การตัดสินระดับ คุณภาพการบริการต้องคำนึงถึงความสามารถของบุคลากรในองค์กร ความสะดวก การบริการจุด เดี่ยว ครบวงจร ความประหยัด ความคุ้มค่า ความสบายใจ ความสุข ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยจะต้องมีการประสานงานกันเป็นอย่างดีระหว่าง การทำงานของบุคลากรกับระบบของงาน

ซึ่งในทัศนะของ Lehtinen (1982) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 3 มิติ คือ 1) มิติทางด้านกายภาพ (Physical) 2) มิติด้านองค์กร (corporate) เช่น ภาพลักษณ์ เป็นต้น 3) มิติด้าน ปฏิสัมพันธ์ (interaction) ระหว่างบุคลากรกับลูกค้า ทั้งนี้ นักวิจัยหลายท่าน มีความเห็นที่สอดคล้อง กันว่า มิติด้านปฏิสัมพันธ์ เป็นหัวใจของการบริการ

นอกจากนี้ Gronroos (1984) ได้แยกประเภทของคุณภาพการบริการออกเป็น 2 มิติ คือ 1) มิติทางด้านเทคนิค (Technical quality) คือ สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ และ 2) มิติทางด้าน หน้าที่ (Functional quality) คือ กิริยาอาการ หรือการแสดงออกที่แสดงออกต่อหน้าผู้รับบริการ

นอกจากนี้ Martin (1987) ได้จำแนกคุณภาพของการบริการออกเป็น 2 มิติ คือ 1) มิติ ด้านกลไก (Procedural dimension) คือ ลักษณะของกลไกและระบบการจำหน่ายสินค้าไปสู่ลูกค้า 2) มิติด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Convivial dimension) คือ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และ การมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การแสดงออกที่ดีทั้งทางคำพูดและกิริยามารยาท ความเอาใจใส่ ความเป็น มิตร การตอบสนองทางด้านจิตวิทยาของลูกค้า ไหวพริบปฏิภาณในการแก้ปัญหา ความอ่อนน้อม เป็นต้น

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555) กล่าวว่า ปัจจัยการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของ ลูกค้า ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์บริการ เช่น ความใส่ใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ใส่ใจใน รายละเอียดที่ลูกค้าต้องการ 2) ราคาค่าบริการ เช่น ราคาที่ลูกค้ายอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสม

ความเต็มใจที่จะจ่าย 3) สถานที่บริการ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ทำเลที่ตั้งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า 4) การส่งเสริมแนะนำบริการ เช่น การได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงในทางบวก 5) ผู้ให้บริการ เช่น ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบุคคลที่มีบทบาทต่อการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งสิ้น 6) สภาพแวดล้อมของการบริการ เช่น การออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายใน การแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน วัสดุเครื่องใช้ เป็นต้น 7) กระบวนการบริการ เช่น ประสิทธิภาพของระบบการบริการ ความคล่องตัว การตอบสนองลูกค้า การนำเทคโนโลยีเข้ามาจัดการบริการต่าง ๆ เป็นต้น

Parasuraman และคณะ (1985, 1988) ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพการบริการ พร้อมทั้งได้เสนอ โมเดลคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นทฤษฎีด้านคุณภาพการบริการ เนื่องจากใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในการอธิบายเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และเป็นทฤษฎีที่อธิบายมิติหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ทั้งลูกค้าและผู้ให้บริการใช้ในการวัดและประเมินผลการให้บริการและมาตรฐานคุณภาพ ซึ่งกรอบแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1985) คือ ช่องว่างหรือส่วนต่างระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับผลของการบริการ และความคาดหวัง ระหว่างบุคคล ได้แก่ ฝ่ายบริหาร ลูกค้า และผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นการจำแนกช่องว่าง หรือส่วนต่างในเรื่องคุณภาพการบริการ ออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่ 1) ฝ่ายบริหารรับรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้า (ความคาดหวังของลูกค้าในสายตาของผู้บริหาร) กับความคาดหวังจริงของลูกค้า 2) ความคาดหวังของลูกค้าในสายตาของผู้บริหาร กับเกณฑ์รายละเอียดต่าง ๆ ของคุณภาพการบริการ 3) เกณฑ์รายละเอียดต่าง ๆ ของคุณภาพการบริการกับการส่งมอบการบริการ 4) การส่งมอบการบริการกับคุณภาพการบริการที่องค์กรสื่อสารไปยังลูกค้า และ 5) การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการที่เขาได้รับ และความคาดหวังที่ได้รับจากการบริการของลูกค้า ทั้งนี้ ช่องว่างทั้ง 5 ชนิดดังกล่าว มีผลต่อการประเมินของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางของช่องว่างในช่องที่ 5 (โดยที่ตัวของมันเป็นฟังก์ชันของอีก 4 ช่องว่าง) อย่างไรก็ดี ลูกค้าจะเป็นผู้ที่อธิบายได้ถึงความหมายของคุณภาพ ดังนั้นในการประเมินคุณภาพการบริการจึงขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นหลัก (เลิศพร ภาวะสกุล, 2559 น. 495-496)

Parasuraman และคณะ (1985) ได้เสนอหลักเกณฑ์ของคุณภาพการบริการไว้ในโมเดล SERVQUAL 10 ประการ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) การตอบสนอง 3) ความรู้ความสามารถ 4) การเข้าถึง 5) ความมีมารยาท 6) การสื่อสาร 7) ความไว้วางใจได้ 8) ความมั่นคง 9) ความรู้ความเข้าใจในตัวลูกค้า 10) ความสามารถที่จับต้องได้ แต่ทั้งนี้ เนื่องจากมีเกณฑ์บางเกณฑ์ที่ไม่ได้เป็นอิสระจากกัน จึงมีการปรับเกณฑ์ให้น้อยลงเหลือเพียง 5 มิติที่มีความเป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ 1) ความสามารถที่จับต้องได้ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนอง

(Responsiveness) 4) การรับรองให้เกิดความมั่นใจ (Assurance) 5) ความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy) ทั้งนี้ ได้มีการนำโมเดล SERVQUAL ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยอย่างกว้างขวาง และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักวิจัย ในการศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการบริการที่หลากหลาย โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จากการทบทวนการศึกษาทางด้านคุณภาพการบริการในต่างประเทศอื่น ๆ เช่น การศึกษาของ Siti Falindah Padlee และคณะ (2019) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจด้านพฤติกรรมในอุตสาหกรรมบริการ พบว่างานชิ้นนี้ได้ศึกษามิติคุณภาพการบริการ 4 มิติด้วยกัน ประกอบด้วย พฤติกรรมของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก หลักฐานทางกายภาพ และคุณภาพอาหาร และ Hung Che Wu และ Yong Jae Ko (2013) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งงานชิ้นนี้ได้ศึกษามิติคุณภาพการบริการ 3 มิติหลักด้วยกัน ได้แก่ 1. คุณภาพด้านการตอบสนอง (Interaction Quality) ประกอบด้วยมิตีย่อย ๆ ได้แก่ ความประพฤติ (Conduct) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) การแก้ปัญหา (Problem Solving) 2. คุณภาพสิ่งแวดล้อม (Environmental Quality) ประกอบด้วยมิตีย่อย ๆ ได้แก่ บรรยากาศ (Atmosphere) คุณภาพห้องพัก (Room Quality) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) การออกแบบ (Design) ทำเลที่ตั้ง (Location) 3. คุณภาพของผลลัพธ์ (Outcome Quality) ประกอบด้วยมิตีย่อย ๆ ได้แก่ ความเป็นกันเอง (Sociability) ความจุ (Valence) เวลาในการรอคอย (Waiting Time) นอกจากนี้ Faizan Ali (2015) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการซึ่งเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าและผลของความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม กรณีศึกษา SEM ที่มีต่อโรงแรมรีสอร์ทในมาเลเซีย ซึ่งงานชิ้นนี้ได้ศึกษามิติคุณภาพการบริการ 5 มิติหลักด้วยกัน ได้แก่ บรรยากาศภายในโรงแรมและมารยาทของพนักงาน (Hotel ambience & staff courtesy) อาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage product) บริการรับจอง (Reservation services) ความคุ้มค่า (Overall value for money) จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่าถึงแม้งานวิจัยในประเทศไทยจะใช้โมเดล SERVQUAL ที่ศึกษาคุณภาพการบริการ 5 มิติ ของ Parasuraman และคณะ (1985) อย่างแพร่หลาย แต่งานวิจัยด้านคุณภาพการบริการในปัจจุบัน โดยเฉพาะการศึกษาในต่างประเทศ มิได้มุ่งศึกษาเพียงแค่ 5 เท่านั้น แต่มีการศึกษามิติอื่น ๆ เพิ่มเติมที่แตกต่างกันออกไป เช่น ผู้วิจัยพบว่า มีการศึกษาคุณภาพการบริการในมิติของพฤติกรรมหรือคุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่ง จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555) ได้กล่าวถึงหัวใจสำคัญที่ธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จ คือ พนักงาน ดังนั้นองค์กรจะต้องมีคุณสมบัติและบุคลิกภาพที่เหมาะสม ได้แก่ มีความรักในงานบริการ เข้าใจและให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีความกระตือรือร้น

ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ บุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย อากัปกริยาเหมาะสม มีเทคนิคการบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ตั้งใจรับฟังสิ่งที่ลูกค้าพูดหรือร้องขอ มีความอดทนสูง มีความรู้ในงานบริการ มีความกระตือรือร้น กิริยาวาจาสุภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี มีสติในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และมีความรับผิดชอบต่อกลูกค้า ดังนั้นสิ่งที่พนักงานพึงหลีกเลี่ยง คือ การหันหลังให้ลูกค้า การพูดคำหยาบ มองลูกค้าด้วยหางตา คิดว่าตนเองอยู่เหนือลูกค้าหรือกลัวลูกค้า ละเลยลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า 5 มิติเดิมนั้นจะเน้นศึกษาเกี่ยวกับงานบริการแบบทั่ว ๆ ไป ไม่ค่อยเน้นคุณลักษณะของพนักงานออกมาเด่นชัด ทั้ง ๆ ที่พนักงานมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจโรงแรม การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นควรศึกษาคุณลักษณะของพนักงานเป็นมิติที่ 6

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่างานวิจัยในต่างประเทศหลาย ๆ ฉบับที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกต่าง ๆ ในโรงแรมด้วย เช่น แผนกห้องอาหาร แผนกห้องพักด้วย ซึ่งในส่วนของห้องพักนั้น และในส่วนของคุณภาพของห้องพักนั้นเป็นอีกมิติที่ควรศึกษาด้วย เนื่องจาก ห้องพักรถือเป็น ผลิตภัณฑ์หลัก หรือ Core Products ที่ลูกค้ามีความต้องการโดยตรงในการเข้ามาใช้บริการ และลูกค้า จะใช้เวลาหลายชั่วโมงอยู่ในห้องพักของตน ดังนั้น เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจโรงแรมและมีความครอบคลุมการให้บริการของแผนกต่าง ๆ ในธุรกิจโรงแรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก ๆ ในการให้บริการลูกค้า ผู้วิจัยจึงเพิ่มเรื่องการศึกษาแผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหาร และแผนกห้องพักเข้าไปในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

2.9 มาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานการให้บริการที่ควรนำไปปรับใช้ มีดังนี้ (สมิต สักกุล, 2550 น. 98-99)

1. การให้ความสนใจ ต้อนรับอย่างอบอุ่น ให้เกียรติลูกค้า แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญ และรับฟังและสบตาลูกค้า
2. การให้ความใส่ใจ ให้บริการอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง ติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ
3. การให้บริการอย่างตั้งใจ ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ บริการอย่างตรงเวลา และทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่า
4. การบริการอย่างเต็มใจ สร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุด
5. การบริการอย่างจริงใจ แสดงออกถึงการบริการที่น่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ ให้บริการอย่างซื่อตรง

6. การบริการอย่างเข้าใจ มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ให้บริการที่มีคุณภาพสูง มีความถูกต้อง
7. การบริการอย่างรู้ใจ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วทันใจลูกค้า
8. การบริการอย่างมีน้ำใจ ให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทร ให้ลูกค้าได้รับประโยชน์อย่างครบถ้วนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

2.10 ความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นการแสดงออกในทางบวกต่อการให้บริการ ซึ่งเกิดจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการบริการ ทั้งนี้ ความรู้สึกดังกล่าว สามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการที่ลูกค้าได้รับในแต่ละครั้ง (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555, น.40) ดังนั้น กุญแจแห่งความสำเร็จในงานบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งการที่ลูกค้าจะได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังได้นั้น จะเกี่ยวพันกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจนั้น มักจะมีการเชื่อมโยงกับการบริการลูกค้า บริการต่าง ๆ ที่มอบให้แก่ลูกค้าที่เกี่ยวข้อง ล้วนแล้วแต่จะต้องมีการติดต่อกับนักท่องเที่ยวย่างใกล้ชิด ลักษณะการปฏิสัมพันธ์ที่เป็นแบบบุคคลต่อบุคคล ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยต่อการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการที่ส่งมอบ (Whipple และ Thach, 1988 และ Urry, 1991)

2.11 การวัดความพึงพอใจ

Maddox (1985) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจ มี 2 วิธีการ คือ การวัดความพึงพอใจโดยรวม และการวัดความพึงพอใจโดยแยกเป็นมิติต่าง ๆ ของความพึงพอใจ ดังนี้

1. การวัดความพึงพอใจโดยรวม การวัดลักษณะนี้ทำได้ง่าย ซึ่งการวัดโดยทั่วไปจะใช้วิธีการวัดด้วยสเกล ซึ่ง Pizam และคณะ (1978) ให้ข้อเสนอว่า ควรทำการวัดความพึงพอใจด้วยสเกลแบบช่วง (Interval scale) แต่ Maddox (1985) ได้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของวิธีการและสเกลที่ใช้วัดความพึงพอใจหลายอย่าง โดยการให้ผู้ตอบระบุความพึงพอใจต่อภาพกราฟฟิกและต่อใบหน้า และสเกลที่เป็นคำพูด (Delighted- Terrible Scale หรือ DT สเกล) ซึ่งผลปรากฏว่า สเกลที่เป็นคำพูด (Delighted- Terrible Scale) ดีกว่าสเกลแบบกราฟฟิกและสเกลใบหน้าที่ไม่ใช่

คำพูด ทั้งนี้การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ยาก เนื่องจากมักเป็นการบริการที่จับต้องไม่ได้และเน่าเสียง่าย

2. การวัดความพึงพอใจต่อมิตินี้ที่หลากหลาย เนื่องจากผลสัมฤทธิ์ทางการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สอดคล้องกัน จึงต้องระบุถึงองค์ประกอบแต่ละอย่าง และวัดความพึงพอใจแต่ละองค์ประกอบ (Pizam และคณะ, 1978) เช่น ความพึงพอใจต่อร้านอาหาร ความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจต่อทิวทัศน์ ความพึงพอใจต่อยานพาหนะ ความพึงพอใจต่อการบริการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hughes (1991) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ประกอบด้วยมิติอื่นหลากหลาย

ดังนั้นการวัดความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว ช่วยให้ทราบความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจที่จำแนกแยกองค์ประกอบออกเป็นส่วน ๆ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรทราบว่ามีส่วนประกอบส่วนใดที่ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ สิ่งใดที่ควรเปลี่ยนแปลง สิ่งใดที่ควรได้รับการแก้ไข เพื่อสามารถพัฒนาความพึงพอใจให้มีความสมบูรณ์ทั้งหมดได้

2.12 การซื้อซ้ำ

Kotler (2003) กล่าวว่า การสร้างคุณภาพการบริการ ให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการแล้วจะเปรียบเทียบกับบริการที่คาดหวังไว้ เมื่อพบว่าคุณภาพการบริการจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจ และไม่กลับมาใช้บริการซ้ำอีก แต่ถ้าลูกค้าพึงพอใจก็จะทำให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่ง Kotler & Keller (2006) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อซ้ำว่าคือ คือ ความพึงพอใจ หรือ ความไม่พึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมและโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง โดยที่พฤติกรรมการตัดสินใจจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ 1) การสังเกตเห็นปัญหา หรือตระหนักถึงความต้องการ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภค โภคินึกเห็นภาพสภาวะที่ปรารถนาเมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะที่เป็นจริง 2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับการเสาะแสวงหาข่าวสารจากภายในความทรงจำ หรือเสาะแสวงหาจากแหล่งภายนอก ซึ่งครอบคลุมทั้งที่อิทธิพลในขอบเขตของการเสาะแสวงหาข่าวสารด้วย 3) ประเมินค่าทางเลือก คือทำการเปรียบเทียบมาตรฐานและความแตกต่างของที่พัก เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจเช่าห้องพัก มักจะเกิดขึ้นในราคาที่มีความสอดคล้องกับความต้องการที่อยู่ในใจของผู้บริโภคอยู่แล้ว แต่บางครั้งอาจเช่าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าหรือแพงกว่าความต้องการ 5) การประเมินทางเลือกหลังจากใช้บริการ 6) การซื้อซ้ำ หรือการเปลี่ยนตราห้อย

นอกจากนี้ Moutinho (1987) ยังกล่าวว่า ความไม่พึงพอใจนั้น มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ หรือไม่ซื้อ ดังนั้นความพึงพอใจจะเป็นตัวกำหนดว่า นักท่องเที่ยวจะกลายเป็นักท่องเที่ยวประจำหรือจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำหรือไม่

ทั้งนี้ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555) กล่าวถึงวงจรของลูกค้าว่า ลูกค้าคนหนึ่ง ๆ ที่มาใช้บริการกับสถานประกอบการนั้น มีวิวัฒนาการเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 มาใช้บริการครั้งแรก สิ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจลองเข้ามาใช้บริการในครั้งแรกนั้น อาจเป็นผลมาจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารโดยพนักงานขาย หรือมาจากการแนะนำจากผู้อื่น จุดนี้สถานการณสามารถพลิกผันได้โดยง่าย เนื่องจาก หากลูกค้าได้รับการบริการที่ดี ย่อมเกิดความประทับใจ และปรารถนาที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต อย่างไรก็ตาม หากลูกค้าไม่ได้รับบริการที่ดี ลูกค้าได้รับบริการที่ไม่ตรงตามความคาดหวัง จึงรู้สึกไม่พึงพอใจ ย่อมไม่ต้องการที่จะกลับมาใช้บริการในอนาคตอีก ซึ่งเขาอาจไม่คำหนักกับผู้ใช้บริการ อาจเป็นไปได้ที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก แต่ลูกค้าที่กล่าวคำตำหนิหรือให้คำแนะนำนั้น มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการอีก เพื่อดูว่าคำแนะนำที่ตนให้ไว้ได้รับการปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ หากสถานประกอบการมีการปรับปรุง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกดีต่อองค์กรว่า ได้ให้ความสำคัญกับเขา แต่ถ้าหากลูกค้ากลับมาและไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงใด ๆ เขาจะรู้สึกว่าไม่ได้รับความสำคัญและไม่กลับมาใช้บริการอีก

ขั้นที่ 2 มาใช้บริการซ้ำ ขั้นนี้เป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่ลูกค้ามีความประทับใจในครั้งแรก อย่างไรก็ตาม ลูกค้าจะมาพร้อมกับความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่เท่ากันหรือดีกว่าครั้งแรกที่เคยมารับบริการ ดังนั้น ลูกค้าย่อมคาดหวังการบริการที่ดีขึ้นกว่าครั้งแรก

ขั้นที่ 3 ซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น การซื้อมากขึ้น อาจหมายถึง มากขึ้นด้วยจำนวนครั้ง เช่น ใช้บริการจากปีละ 2 ครั้ง เป็นปีละ 4 ครั้ง หรือมากขึ้นด้วยมูลค่าการซื้อในแต่ละครั้ง เช่น เคยใช้บริการห้องพักราคาประหยัด เป็นห้องพักระดับพรีเมียม

ขั้นที่ 4 แนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ ธุรกิจบริการทั้งหลายต่างต้องการให้ลูกค้ามีพัฒนาการมาถึงขั้นนี้ เพราะการแนะนำแบบปากต่อปากเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้าให้ความเชื่อถือมากที่สุด เมื่อลูกค้าพัฒนามาถึงขั้นนี้ หมายถึงมีความจงรักภักดีค่อนข้างมาก ธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องดูแลเอาใจใส่และรักษาลูกค้ากลุ่มนี้ไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น

2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษานักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคาดหวังของ

นักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรม 3) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรม ด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่พักแรมระดับสี่ถึงห้าดาวในพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อย่างน้อย 1 คืน จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane's ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย งานวิจัยชิ้นนี้ใช้โมเดลจำลอง SERVQUAL ในการประเมินคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 55-60 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 4,001 – 6,000 US ดอลลาร์ ภูมิลำเนาจากทวีปยุโรป ระยะเวลาพัก 3-7 วัน ที่พักแรมแบบรีสอร์ท ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองความต้องการ และในส่วนของความพึงพอใจ พบว่า ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ตามลำดับ ทั้งนี้คะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงในทุก ๆ ด้าน และปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ปริยาภรณ์ หารบุรุษ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางซ้ำ และผลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของ โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ โรงแรมขนาดกลางซ้ำ การวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจและใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็น ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 ราย ที่ได้มาใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในเขตพื้นที่

กรุงเทพมหานคร โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐานคือการหาค่าสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก รายงานพบว่า การตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก รายงานพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจ กลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและในรายด้าน การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำในโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้าน ในด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำ ของโรงแรมขนาดกลางในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ฉวีวรรณ หนูทอง (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2) ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว 3) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก 4) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ โดยใช้แบบสอบถามโดยเก็บรวบรวมข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที สถิติทดสอบเอฟ ชนิดความแปรปรวนทางเดียว และสถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่จะมาเป็นหมู่คณะและครอบครัว ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกและท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสแรกของปี โดยใช้บริการรถนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายโดยรวมในการท่องเที่ยว/ท่าน/วัน อยู่ในช่วงระหว่าง 2,000- 2,600 บาท นักท่องเที่ยว

ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเพราะชื่อเสียงของสถานที่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี(ระดับมากที่สุด) นักท่องเที่ยวต้องการคุณภาพการบริการที่ดีที่สุดในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ ด้านบริการที่พัก ด้านความไว้วางใจในการบริการ และด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความต้องการในคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความ ต้องการคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

นันทพร กุดหินนอก (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการ โรงแรม 5 ดาวห้า ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการ โรงแรม 5 ดาวห้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 450,000 – 750,000 บาท รับรู้ข่าวสารของโรงแรมผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด และรับรู้ข่าวสารของโรงแรมผ่านสื่อ ออนไลน์ ประเภท Facebook จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการและด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อการใช้บริการ โรงแรม 5 ดาวห้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชลวรินทร์ แป้นสุวรรณ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความพึงพอใจ ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลจากลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของของลูกค้ำที่รับประทาน อาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้ำที่ รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบสะดวก มีจำนวน 273 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอย เชิงพหุ การวิเคราะห์อย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาการลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ของลูกค้ำที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับ มากที่สุด คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ ส่งผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของของลูกค้ำที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ใน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ ส่งผลต่อความ พึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของของลูกค้ำที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์ โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป

Siti Falindah Padlee และคณะ (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ำ และความตั้งใจด้านพฤติกรรมในอุตสาหกรรม การบริการ งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความ พึงพอใจของลูกค้ำในภาคส่วนใดส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ โรงแรม นอกจากนี้ยัง พยายามตรวจสอบว่าความพึงพอใจของลูกค้ำที่ได้รับนั้นสามารถกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม บางอย่างให้เป็นจริงได้หรือไม่ มีการศึกษาคุณภาพการบริการ 4 มิติ ศักยภาพที่จะมีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจของลูกค้ำ ได้แก่ พฤติกรรมของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก หลักฐานทาง กายภาพ และคุณภาพอาหาร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับลูกค้ำในโรงแรมสองแห่งที่ตั้งอยู่ในเขตชาน เมือง จำนวน 275 ราย การวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบผลกระทบของ คุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้ำ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพอาหารมีอิทธิพลสูงสุดต่อ ความพึงพอใจของลูกค้ำ รองลงมาคือพฤติกรรมของพนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้อง การศึกษานี้บ่งชี้ว่าคุณภาพการบริการมีความสำคัญ เนื่องจากสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของ ลูกค้ำที่เพิ่มขึ้น และยังกระตุ้นความตั้งใจด้านพฤติกรรมเชิงบวกให้เป็นจริงได้ด้วย ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการ โรงแรมและผู้มีอำนาจตัดสินใจในภาคธุรกิจโรงแรมควรพยายามปรับปรุง คุณลักษณะของคุณภาพการบริการ เนื่องจากมีศักยภาพในการขยายผลความพึงพอใจของลูกค้ำ

Hung Che Wu และ Yong Jae Ko (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความเข้าใจในคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรมโดยการพัฒนากรอบแนวคิดและมาตราส่วนการวัดผลจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างกว้างขวาง งานชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงประจักษ์ ซึ่งได้มีการเสนอแบบจำลองคุณภาพการบริการหลายมิติและลำดับชั้นสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม การวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้าทั้งหมด 622 ราย พบว่าแบบจำลองที่เสนอนั้นเข้ากับข้อมูลได้ดี ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของมาตราส่วนการวัดถูกสร้างขึ้นผ่านการทดสอบนำร่องและการสำรวจเนื้อหา การศึกษานี้ขยายวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในด้านการจัดการการต้อนรับและการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีกรอบการทำงานและมาตราส่วนการวัดที่ครอบคลุม มีการกล่าวถึงความหมายเชิงทฤษฎีและการจัดการ

Faizan Ali (2015) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการซึ่งเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าและผลของความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม กรณีศึกษา SEM ที่มีต่อ โรงแรมริสอร์ทในมาเลเซีย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการซึ่งเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าและผลลัพธ์ของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในบริบทของ โรงแรมริสอร์ทของมาเลเซีย มีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกจำนวน 425 ราย โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามกับแขกของโรงแรมริสอร์ทในมาเลเซีย และผลการวิจัยพบว่า โดยทั่วไปแขกพึงพอใจกับคุณภาพการบริการของโรงแรมริสอร์ทในมาเลเซีย และการรับรู้ที่ดีขึ้นของบรรยากาศโรงแรมและสภาพของพนักงาน ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลงานและความรู้ของพนักงาน การบริการสำรองที่นั่งและมูลค่าทางการเงินมีแนวโน้มที่จะพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า ให้กลับมีแนวโน้มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในพฤติกรรมเชิงบวก เช่น ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งหรือความตั้งใจในการแนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในประเทศไทยนั้น มีการใช้โมเดล SERVQUAL กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 มิติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในหมู่นักวิจัยมาอย่างยาวนาน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีข้อสังเกตพบว่าการวิจัยต่างประเทศที่ทำการศึกษเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมีมากกว่า 5 มิติดังกล่าว (ความสามารถที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับรองให้เกิดความมั่นใจ ความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น) นั่นคือมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นเรื่อง ลักษณะของพนักงาน และคุณภาพของห้องพักด้วย ทำให้การศึกษานี้ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้ประเด็นดังกล่าวมาเป็นมิติที่ 6 และ 7 เพื่อให้งานวิจัยมีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

2.14 กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ความพึงพอใจต่อการบริการของแผนก
ต่างๆ ของโรงแรม

1. แผนกต้อนรับ
2. แผนกบริการอาหารและ
เครื่องดื่ม
3. ห้องพัก

1. ความสามารถที่จับต้องได้
2. ความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนอง
4. การรับรองให้เกิดความ
มั่นใจ
5. ความเข้าใจในความรู้สึก
ผู้อื่น
6. คุณลักษณะของพนักงาน

ตัวแปรตาม

การกลับมาใช้บริการซ้ำ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอน โดยมีระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 กระบวนการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น โดย

วิธีการแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ต้องอาศัยความร่วมมือ และความเต็มใจหรือความสมัครใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ระยะเวลาการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ และลักษณะการเดินทาง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 75) เนื่องจากเป็นเกณฑ์การประเมินที่มีความละเอียดพอสมควร ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าน้ำหนักของคะแนนของตัวเลือกตอบ
มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจน้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาระดับระดับความสำคัญจากการคำนวณอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}$$

จำนวนระดับ

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

จากการคำนวณได้อันตรภาคชั้น = 0.80 โดยสามารถแปลผลได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21– 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41– 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61– 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 75) เนื่องจากเป็นเกณฑ์การประเมินที่มีความละเอียดพอสมควร ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าน้ำหนักของคะแนนของตัวเลือกตอบ
มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจน้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาระดับระดับความสำคัญจากการคำนวณอันตรภาคชั้น ดังนี้

สูตรการคำนวณหาอันตรภาคชั้น

อันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}$

จำนวนระดับ

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

จากการคำนวณได้อันตรภาคชั้น = 0.80 โดยสามารถแปลผลได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 75) เนื่องจากเป็นเกณฑ์การประเมินที่มีความละเอียดพอสมควร ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักของคะแนนของตัวเลือกตอบ
มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
มีความเห็นด้วยน้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
มีความเห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มีความเห็นด้วยมาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มีความเห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาระดับระดับความสำคัญจากการคำนวณอันตรภาคชั้น ดังนี้

สูตรการคำนวณหาอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้อันตรภาคชั้น = 0.80 โดยสามารถแปลผลได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended)

3.3 กระบวนการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Question-Nair) โดยได้แบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยศึกษารายละเอียดของวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงขอบเขตและแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 2) ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบและข้อคำถามในแบบสอบถาม

- 3) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามพร้อมกับให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบพิจารณาเพื่อตรวจสอบถึงความเที่ยงตรง ความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของสำนวนภาษา หลังจากนั้นจึงนำผลการประเมินที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม
- 4) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
- 5) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักขนาดกลางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำนวน 398 ตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มจากจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจ และเตรียมความพร้อมทั้งทีมเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกันทั้งในเรื่องของข้อคำถามและกลุ่มตัวอย่างและสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกระจายการเก็บแบบสอบถามไปยังโรงแรมต่าง ๆ ในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งผู้เก็บข้อมูลจะต้องสอบถามนักท่องเที่ยวในเบื้องต้นเพื่อกรองข้อมูลเพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าพักในโรงแรมนั้นแล้วอย่างน้อย 1 คืน และมีเช็คอินในพื้นที่อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จากนั้นจะรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ทางสถิติ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และบันทึกข้อมูลทางสถิติโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วดำเนินการบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งเป็นค่าสถิติพื้นฐาน เพื่อใช้บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) มีการใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการทางสถิติการวิเคราะห์ค่าที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA (F-test)) และทำการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล ระหว่างตัวแปร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaires) จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำนวน 398 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ต้องอาศัยความร่วมมือและความเต็มใจหรือความสมัครใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ได้มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเริ่มจากจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมของทีมเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกันทั้งในเรื่องของข้อคำถามและกลุ่มตัวอย่างและสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ แล้ว ได้บันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรียงตามลำดับหัวข้อดังนี้

- 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง
- 4.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

4.4 ผลการศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4.5 ผลการศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4.6 ผลการศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

4.7 ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.8 ผลการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

4.10 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา ระยะเวลาการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก และลักษณะการเดินทาง ผลปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
เพศชาย	104	26.10
เพศหญิง	194	73.90
รวม	398	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
20 - 30 ปี	72	18.10
31 - 40 ปี	154	38.70
41 - 50 ปี	127	31.90
51 - 60 ปี	32	8.00
61 ปี ขึ้นไป	13	3.30
รวม	398	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	12.10
ปริญญาตรี	266	66.80
สูงกว่าปริญญาตรี	84	21.10
รวม	398	100
อาชีพ		
นักศึกษา	18	4.50
พนักงานเอกชน	174	43.70
ธุรกิจส่วนตัว	88	22.10
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ข้าราชการบำนาญ	112	28.10
แม่บ้าน	6	1.50
รวม	398	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	46	11.60
15,001-30,000 บาท	215	54.00
30,001-45,000 บาท	111	27.90
มากกว่า 45,001 บาท	26	6.50
รวม	398	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ	10	2.50
ภาคกลาง	61	15.30
ภาคใต้	304	76.40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	2.80
สถานภาพส่วนบุคคล		
ภาคตะวันออก	7	1.80
ภาคตะวันตก	5	1.30
รวม	398	100.00
ระยะเวลาการเข้าพัก		
1 คืน	328	82.40
2 คืน	61	15.30
ตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป	9	2.30
รวม	398	100.00
รูปแบบการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	314	78.90
รถโดยสารประจำทาง	11	2.80
รถเช่า	29	7.30
กรู๊ปทัวร์	13	3.30
รถของหน่วยงาน	22	5.50
รถของโรงแรม	9	2.30
รวม	398	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.90 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 41 – 50 ปี

จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 อยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 อยู่ในช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอายุ 61 ปี ขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ ข้าราชการบำนาญ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 อาชีพนักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอาชีพแม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ 30,001-45,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 และรายได้มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาคือ ภาคกลาง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ภาคเหนือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ภาคตะวันออก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และภาคตะวันตก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเข้าพักจำนวน 1 คืน จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.40 รองลงมาคือพักจำนวน 2 คืน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และพักตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการเข้าพักส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.90 รองลงมาคือ ประชุม/สัมมนา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และติดต่อธุรกิจจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ รูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัว จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.90 รองลงมาคือรถเช่า จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 กู้ปัทวีร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 รถของหน่วยงาน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และรถของโรงแรมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

การบริการของแผนกต่าง ๆ ในโรงแรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล (ระดับความพึงพอใจ)
1. แผนกต้อนรับ			
1.1 พนักงานต้อนรับ	4.40	0.83	มากที่สุด
1.2 ขั้นตอนการลงทะเบียน	4.39	0.84	มากที่สุด
1.3 การแนะนำให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม	4.35	0.89	มากที่สุด
รวม	4.38	0.85	มากที่สุด
2. แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม			
2.1 พนักงานบริการ	4.37	0.87	มากที่สุด
2.2 รสชาติของอาหาร	4.35	0.89	มากที่สุด
2.3 คุณภาพอาหาร	4.41	0.83	มากที่สุด
รวม	4.38	0.86	มากที่สุด
3. ห้องพัก			
3.1 บรรยากาศ/การตกแต่งห้องพัก	4.38	0.87	มากที่สุด
3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก	4.43	0.84	มากที่สุด
3.3 ขนาดห้องพัก	4.44	0.86	มากที่สุด
3.4 ความสะอาดของห้องพัก	4.43	0.86	มากที่สุด
รวม	4.42	0.86	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ต่อทั้ง 3 แผนกของโรงแรม เรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.42) แผนกต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม(4.38) โดยเมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า มีความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพักมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.43) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ขั้นตอนการลงทะเบียนของแผนกต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย 4.39) บรรยากาศ/การตกแต่งห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานต้อนรับของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.37) การแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และรสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.35) ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล (ระดับความพึงพอใจ)
1. ด้านความสามารถที่จับต้องได้			
1.1 โรงแรมมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน	4.48	0.84	มากที่สุด
1.2 บรรยากาศ/การตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม	4.49	0.86	มากที่สุด
1.3 การแต่งกายและชุดยูนิฟอร์มของพนักงานมีความเป็นเอกลักษณ์	4.43	0.87	มากที่สุด
1.4 ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.43	0.87	มากที่สุด
รวม	4.46	0.86	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ			
2.1 การให้บริการข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า	4.43	0.85	มากที่สุด
2.2 ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้า	4.47	0.86	มากที่สุด
2.3 การให้บริการที่ไม่มีข้อผิดพลาด	4.47	0.85	มากที่สุด
รวม	4.46	0.85	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนอง			
3.1 พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อการแก้ปัญหาของลูกค้า	4.41	0.82	มากที่สุด
3.2 มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ ดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง	4.40	0.84	มากที่สุด
3.3 ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว	4.44	0.84	มากที่สุด
รวม	4.42	0.83	มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล (ระดับความพึงพอใจ)
4. ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ			
4.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของสถานที่	4.43	0.77	มากที่สุด
4.2 มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.41	0.81	มากที่สุด
4.3 มีเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ที่เสี่ยงต่อการสัมผัสร่วม	4.40	0.80	มากที่สุด
4.4 พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการปฏิบัติงาน	4.42	0.83	มากที่สุด
รวม	4.42	0.80	มากที่สุด
5. ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น			
5.1 พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า	4.41	0.80	มากที่สุด
5.2 พนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า	4.40	0.84	มากที่สุด
5.3 พนักงานมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ปัญหาของลูกค้า	4.41	0.83	มากที่สุด
รวม	4.41	0.82	มากที่สุด
6. ด้านคุณลักษณะของพนักงาน			
6.1 ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงาน	4.41	0.83	มากที่สุด
6.2 ความมีกิริยามารยาทของพนักงาน	4.43	0.81	มากที่สุด
6.3 เป็นมิตร และความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน	4.44	0.81	มากที่สุด
รวม	4.43	0.82	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการในโรงแรมมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมากที่สุดในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสามารถที่จับต้องได้(ค่าเฉลี่ย 4.46) และด้านความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ

ด้านคุณลักษณะของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ด้านการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ย 4.42) ด้านการรับรองให้
 เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.41) ตามลำดับ โดย
 หากพิจารณาเป็นรายข้อย่อย ลูกคามีความพึงพอใจต่อบรรยากาศ/การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม
 (ค่าเฉลี่ย 4.49) มากที่สุด รองลงมาคือ โรงแรมมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน
 (ค่าเฉลี่ย 4.48) ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.47) การให้บริการที่ไม่มี
 ข้อผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 4.47) ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.44)
 ความเป็นมิตรและความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) การแต่งกายและชุดยูนิฟอร์ม
 ของพนักงานมีความเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวก
 (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความสะอาดถูกสุขลักษณะของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความมีกิริยามารยาทของ
 พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.42)
 พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อการแก้ปัญหาของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีระบบการรักษาความปลอดภัย
 ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานมี
 ความพยายามในการให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ปัญหาของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความสุภาพ
 อ่อนโยนของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย
 4.40) มีเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการสัมผัสร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานมีความ
 ใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) ตามลำดับ

4.4 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมใน เขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของ
 ธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปรากฏผลดังตารางที่ 4.4
 ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ						
เพศชาย	105	4.34	0.78	-1.06	0.29	ไม่แตกต่าง
เพศหญิง	193	4.43	0.43			
อายุ						
20 - 30 ปี	72	3.85	1.13	14.92	0.00*	แตกต่าง
31 - 40 ปี	151	4.43	0.68			
41 - 50 ปี	130	4.61	0.49			
51 - 60 ปี	32	4.65	0.56			
61 ปี ขึ้นไป	13	4.57	0.51			
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	4.54	0.44	0.84	0.43	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	268	4.41	0.78			
สูงกว่าปริญญาตรี	81	4.49	0.80			
อาชีพ						
นักศึกษา	18	3.31	1.67	12.27	0.00*	แตกต่าง
พนักงานเอกชน	177	4.53	0.57			
ธุรกิจส่วนตัว	89	4.36	0.73			
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	107	4.39	0.71			
แม่บ้าน	7	4.81	0.29			
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	3.68	1.30	21.48	0.00*	แตกต่าง
15,001-30,000 บาท	213	4.49	0.65			
30,001-45,000 บาท	111	4.62	0.40			
มากกว่า 45,001 บาท	27	4.17	0.75			

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.	ผลการทดสอบ
ภูมิลำเนา						
ภาคเหนือ	10	4.61	0.42	4.08	0.00*	แตกต่าง
ภาคกลาง	62	4.75	0.33			
ภาคใต้	303	4.32	0.83			
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	4.24	0.66			
ภาคตะวันออก	7	4.78	0.25			
ภาคตะวันตก	5	4.73	0.16			

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ scheffe ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	61 ปีขึ้นไป
20 - 30 ปี	3.85		-0.58*	-0.77*	-0.80*	-0.72*
31 - 40 ปี	4.43			-0.18	-0.22	-0.14
41 - 50 ปี	4.61				-0.04	0.05
51 - 60 ปี	4.65					0.08
61 ปีขึ้นไป	4.57					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

61 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ / พนักงานของ รัฐ	แม่บ้าน
นักศึกษา	3.31		-1.22*	-1.05*	-1.08*	-1.50*
พนักงานเอกชน	4.53			0.17	0.14	-0.28
ธุรกิจส่วนตัว	4.36				-0.03	-0.45
ข้าราชการ / พนักงาน ของรัฐ	4.39					-0.42
แม่บ้าน	4.81					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามอาชีพ พบว่า

พนักงานเอกชน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ข้าราชการบำนาญ มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.68		-0.80*	-0.94*	-0.48*
15,001-30,000 บาท	4.49			-0.13	0.32
30,001-45,000 บาท	4.62				0.45
มากกว่า 45,001 บาท	4.17				

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ 15,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้ 30,001-45,000 บาทมีความพึงพอใจต่อต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้มากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก
ภาคเหนือ	4.61		-0.13	0.29	0.37	-0.17	-0.12
ภาคกลาง	4.75			0.42*	0.51	-0.04	0.02
ภาคใต้	4.32					-0.46	-0.40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.24						-0.49
ภาคตะวันออก	4.78						
ภาคตะวันตก	4.73						

หมายเหตุ *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ภาคกลาง มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปรากฏผลดังตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ						
เพศชาย	105	4.40	0.78	-0.67	0.49	ไม่แตกต่าง
เพศหญิง	293	4.46	0.74			
อายุ						
20 - 30 ปี	72	3.86	1.17	11.40	0.00*	แตกต่าง
31 - 40 ปี	151	4.48	0.62			
41 - 50 ปี	130	4.64	0.46			
51 - 60 ปี	32	4.66	0.44			
61 ปี ขึ้นไป	13	4.66	0.45			
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	4.41	0.68	0.00	1.00	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	268	4.41	0.05			
สูงกว่าปริญญาตรี	81	4.40	0.09			
อาชีพ						
นักศึกษา	18	3.39	1.76	11.35	0.00*	แตกต่าง
พนักงานเอกชน	177	4.54	0.57			
ธุรกิจส่วนตัว	89	4.42	0.62			
ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	107	4.45	0.72			
แม่บ้าน	7	4.89	0.23			
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	3.79	1.32	17.71	0.00*	แตกต่าง
15,001-30,000 บาท	213	4.51	0.62			
30,001-45,000 บาท	111	4.64	0.42			
มากกว่า 45,001 บาท	27	4.27	0.75			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.	ผลการทดสอบ
ภูมิลำเนา						
ภาคเหนือ	10	4.58	0.60	3.12	0.01*	แตกต่าง
ภาคกลาง	62	4.75	0.38			
ภาคใต้	303	4.37	0.81			
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	4.33	0.67			
ภาคตะวันออก	7	4.73	0.26			
ภาคตะวันตก	5	4.66	0.19			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ scheffe ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	61 ปี ขึ้นไป
20 - 30 ปี	3.86		-0.63*	-0.79*	-0.80*	-0.80*
31 - 40 ปี	4.48			-0.17	-0.18	-0.17
41 - 50 ปี	4.64				-0.01	-0.01
51 - 60 ปี	4.66					0.00
61 ปี ขึ้นไป	4.66					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

61 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากกว่า ช่วงอายุ 20-30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ พนักงานของ รัฐ	แม่บ้าน
นักศึกษา	3.39		-1.15*	-1.04*	-1.06*	-1.50
พนักงานเอกชน	4.54			0.11	0.09	-0.35
ธุรกิจส่วนตัว	4.42				-0.03	-0.46
ข้าราชการ / พนักงาน ของรัฐ	4.45					-0.44
แม่บ้าน	4.89					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามอาชีพ พบว่า

พนักงานเอกชน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ข้าราชการบำนาญ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.79		-0.72*	-0.86*	-0.48*
15,001-30,000 บาท	4.51			-0.14	0.24
30,001-45,000 บาท	4.64				0.38
มากกว่า 45,001 บาท	4.27				

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ 15,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้ 30,001-45,000 บาทมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้มากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา (ภาค)	ค่าเฉลี่ย	เหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ตะวันออก	ตะวันตก
เหนือ	4.58		-0.17	0.21	0.25	-0.15	-0.08
กลาง	4.75			0.38*	0.42	0.02	0.09
ใต้	4.37				0.04	-0.36	-0.29
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.33					-0.40	-0.33
ตะวันออก	4.73						0.07
ตะวันตก	4.66						

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่าภาคกลาง มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากกว่า ภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.6 แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ปรากฏในตารางที่ 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ความประทับใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	4.37	0.81	มีความประทับใจมากที่สุด
2. แนวโน้มในการแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	4.42	0.79	มีแนวโน้มมากที่สุด
3. ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	4.41	0.79	คุ้มค่ามากที่สุด
4. แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ	4.45	0.78	มีแนวโน้มมากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่า ความประทับใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีความประทับใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.37) แนวโน้มในการแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีแนวโน้มมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป มีความคุ้มค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) แนวโน้มการกลับมาใช้บริการอีกครั้งเมื่อมีโอกาส มีแนวโน้มมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45)

4.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ปรากฏดังตารางที่ 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่มีผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

Dependent Variable	การกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (Y)			
Independent Variable	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (X) X ₁ แผนกต้อนรับ X ₂ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม X ₃ ห้องพัก			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	0.886			
R Square	0.784			
Adjusted R Square	0.779			
Standard Error	0.367			
Analysis of variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	9	190.370	21.15	
Residual	388	52.316	0.135	
F=156.873	Sig. F=0.000			
Durbin-Watson	2.13			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

Explanation; Variable in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficient (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t-Value	Sig.
X ₁ แผนกต้อนรับ	0.273	0.089	1.766	0.078
X ₂ แผนกบริการ อาหารและ เครื่องดื่ม	0.072	0.074	1.393	0.164
X ₃ ห้องพัก	0.027	0.028	0.508	0.611
ค่าคงที่	0.273			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor (VIF)	Condition Index	
X ₁ แผนกต้อนรับ	0.217	4.610	20.206	
X ₂ แผนกบริการ อาหารและ เครื่องดื่ม	0.198	5.057	26.195	
X ₃ ห้องพัก	0.181	5.537	20.206	
ค่าคงที่			1.000	

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอย โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

โดยที่ Y คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

X₁ คือ แผนกต้อนรับ

X₂ คือ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม

X₃ คือ ห้องพัก

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่า $F=156.873$ Sig. $F=0.000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 3 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า Durbin-Watson = 2.133 ซึ่งมากกว่า 1.799 สรุปได้ว่า ไม่มีความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์ และเมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X_1 เท่ากับ 4.610 X_2 เท่ากับ 5.057 X_3 เท่ากับ 5.537 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.784 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 78.40 ซึ่งอีก 21.60 อธิบายด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่อยู่ในสมการนี้ และจากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.273 + 0.086 X_1 + 0.072 X_2 + 0.027 X_3$$

(1.766)* (1.393)* (0.508)*

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า t statistic

ซึ่งพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า 0.05 ได้แก่

จากค่า $b_1 = 0.086$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_2 = 0.072$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง

จังหวัดตรังเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_3 = 0.011$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อห้องพักของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

และเมื่อพิจารณาทั้งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีความสำคัญมากที่สุด (Beta=0.089) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อห้องพัก (Beta=0.074) และความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับ (Beta=0.028) ตามลำดับ

4.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Dependent Variable	การกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (Y)			
Independent Variable	ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (X) X_1 ด้านความสามารถที่จับต้องได้ X_2 ด้านความน่าเชื่อถือ X_3 ด้านการตอบสนอง X_4 ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ X_5 ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น X_6 ด้านคุณลักษณะของพนักงาน			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	0.886			
R Square	0.784			
Adjusted R Square	0.779			
Standard Error	0.367			
Analysis of variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	9	190.370	21.15	
Residual	388	52.316	0.135	
F=156.873	Sig. F=0.000			
Durbin-Watson	2.13			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

Explanation; Variable in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficient (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t-Value	Sig.
X ₁ ด้านความสามารถที่จับต้องได้	0.008	0.008	0.129	0.897
X ₂ ด้านความน่าเชื่อถือ	0.143	0.150	2.184	0.030
X ₃ ด้านการตอบสนอง	0.050	0.051	0.740	0.460
X ₄ ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ	0.182	0.175	3.035	0.003
X ₅ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกรู้สึกผู้อื่น	0.220	0.224	3.192	0.002
X ₆ ด้านคุณลักษณะของพนักงาน	0.271	0.271	4.293	0.000
ค่าคงที่	0.273			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor (VIF)	Condition Index	
X ₁ ด้านความสามารถที่จับต้องได้	0.144	6.931	43.137	

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

X ₂ ด้านความ น่าเชื่อถือ	0.118	8.453	47.280	
X ₃ ด้านการ ตอบสนอง	0.118	8.476	49.980	
X ₄ ด้านการ รับรองให้เกิด ความมั่นใจ	0.166	6.016	54.814	
X ₅ ด้านความ เข้าใจความรู้สึก ผู้อื่น	0.113	8.841	59.177	
X ₆ ด้าน คุณลักษณะของ พนักงาน	0.139	7.180	65.058	
ค่าคงที่			1.000	

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอย โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

โดยที่ Y คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

X₁ ด้านความสามารถที่จับต้องได้

X₂ ด้านความน่าเชื่อถือ

X₃ ด้านการตอบสนอง

X₄ ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ

X₅ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น

X₆ ด้านคุณลักษณะของพนักงาน

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่

ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์พบว่า $F=156.873$ Sig. $F=0.000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 6 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า Durbin-Watson = 2.133 ซึ่งมากกว่า 1.799 สรุปได้ว่า ไม่มีความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์ และเมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X_1 เท่ากับ 6.931 X_2 เท่ากับ 8.453 X_3 เท่ากับ 8.476 X_4 เท่ากับ 6.016 X_5 เท่ากับ 8.841 X_6 เท่ากับ 7.180 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.784 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 78.40 ซึ่งอีก 21.60 อธิบายด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่อยู่ในสมการนี้ และจากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.273 + 0.008 X_1 + 0.143 X_2 + 0.050 X_3 + 0.182 X_4 + 0.220 X_5 + 0.271 X_6$$

(0.129)* (2.184)* (0.740)* (3.035)* (3.192)* (4.293)*

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า t statistic

ซึ่งพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า 0.05 ได้แก่

จากค่า $b_1 = 0.008$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ด้านความสามารถที่จับต้องได้ มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านความสามารถที่จับต้องได้ เพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_2 = 0.143$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัด

ตรง ด้านความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_3 = 0.050$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านการตอบสนอง มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านการตอบสนองเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_4 = 0.182$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_5 = 0.220$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่นเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

จากค่า $b_6 = 0.271$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านคุณลักษณะของพนักงาน มีผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ด้านคุณลักษณะของพนักงานเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมากขึ้นด้วย

และเมื่อพิจารณาทั้งปัจจัยทั้ง 6 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการด้านคุณลักษณะของพนักงาน มีความสำคัญมากที่สุด (Beta=0.271) รองลงมาคือ ด้านความ

เข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น (Beta=0.224) ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ (Beta=0.175) ด้านความน่าเชื่อถือ (Beta=0.150) ด้านการตอบสนอง (Beta=0.051) และด้านความสามารถที่จับต้องได้ (Beta=0.008) ตามลำดับ

4.9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากการศึกษาข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็นดังตารางที่ 4.17 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ควรมีเจลแอลกอฮอล์ให้บริการอย่างทั่วถึง	4
2. อยากให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมากกว่านี้ หน้าตาเคร่งขรึม	2
3. อาหารไม่สด	2
4. ควรมีถุงมือพลาสติกให้ใช้ตอนหยิบหรือตักอาหาร	2
5. พนักงานควรสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ไม่ดึงลงมาไว้ใต้คาง	1
6. กับข้าวรสชาติหวานมาก	1
7. ห้องพักมีกลิ่นอับ	1
8. เครื่องปรับอากาศเสียงดัง	1
9. เครื่องปรับอากาศไม่ค่อยเย็น	1
10. เครื่องทำน้ำอุ่นเสีย	1
11. ควรมีหน้ากากอนามัยให้บริการด้วย	1
12. ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักอย่างต่อเนื่อง	1
13. น้ำในสระว่ายน้ำคูลุ่น ไม่ค่อยสะอาด	1
14. ราคาห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ก่อนข้างแพง	1
15. พนักงานเสนอขายบริการอื่นๆ จนน่ารำคาญ	1

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
16. ควรมีฉากกั้นในห้องอาหาร เพื่อลดความเสี่ยงติดเชื้อขณะถอดหน้ากากตอนรับประทานอาหาร	1
17. อาหารรสชาติจืดมาก	1
18. พนักงานเก็บโต๊ะอาหารเสียงดังมาก	1
19. กลอนประตูฝั่งระเบียบชำระ ทำให้ปิดประตูได้ไม่สนิท	1
20. พนักงานเสิร์ฟอาหารควรรีไต่ถุงมือและเฟสซิลส์ด้วย	1
21. สัญญาณอินเตอร์เน็ตไม่ค่อยดี	1

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องการมีเจลแอลกอฮอล์ให้บริการอย่างทั่วถึงมากที่สุด รองลงมาคือ อยากให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมากกว่านี้ อาหารไม่สด ควรมีถุงมือพลาสติกให้ใช้ตอนหยิบหรือตักอาหาร พนักงานควรรวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ไม่ดึงลงมาไว้ใต้คาง กับข้าวรสชาติหวานมาก ห้องพักมีกลิ่นอับ เครื่องปรับอากาศเสียงดัง เครื่องปรับอากาศไม่ค่อยเย็น เครื่องทำน้ำอุ่นเสีย ควรมีหน้ากากอนามัยให้บริการด้วย ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักอย่างต่อเนื่อง น้ำในสระว่ายน้ำคูลุ่น ไม่ค่อยสะอาด ราคาห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดตรังค่อนข้างแพง พนักงานเสนอขายบริการอื่นๆ จนน่ารำคาญ ควรมีฉากกั้นในห้องอาหาร เพื่อลดความเสี่ยงติดเชื้อขณะถอดหน้ากากตอนรับประทานอาหาร อาหารรสชาติจืดมาก พนักงานเก็บโต๊ะอาหารเสียงดังมาก กลอนประตูฝั่งระเบียบชำระ ทำให้ปิดประตูได้ไม่สนิท พนักงานเสิร์ฟอาหารควรรีไต่ถุงมือและเฟสซิลส์ด้วย และสัญญาณอินเตอร์เน็ตไม่ค่อยดี

4.10 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.10.1 สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน เป็นการยอมรับสมมติฐาน

4.10.2 สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน เป็นการยอมรับสมมติฐาน

4.10.3 สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นการยอมรับสมมติฐาน

4.10.4 สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นการยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก และคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงานของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอบทสรุปผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง สามารถสรุปผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ มีระยะเวลาเข้าพักจำนวน 1 คืน วัตถุประสงค์ในการเข้าพักส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัว

5.1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ต่อทั้ง 3 แผนกของโรงแรม เรียงตามลำดับ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ห้องพัก แผนกต้อนรับ และแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก คุณภาพอาหาร พนักงานต้อนรับ ขั้นตอนการลงทะเบียนของแผนกต้อนรับ บรรยากาศ/การตกแต่งห้องพัก พนักงานต้อนรับของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม การแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม และรสชาติของอาหาร ตามลำดับ

5.1.3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในโรงแรมมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมากที่สุดในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสามารถที่จับต้องได้และด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านคุณลักษณะของพนักงาน ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ และด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น ตามลำดับ

หากพิจารณาเป็นรายข้อย่อย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศ/การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามมากที่สุด รองลงมาคือ โรงแรมมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน โรงแรมให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้า โรงแรมมีการให้บริการที่ไม่มีข้อผิดพลาด โรงแรมตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โรงแรมความเป็นมิตรและความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน การแต่งกายและชุดยูนิฟอร์มของพนักงานมีความเป็นเอกลักษณ์ ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดถูกสุขลักษณะของสถานที่ ความมีกิจกรรมยามของพนักงาน พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการปฏิบัติงาน พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อการแก้ปัญหาของลูกค้า โรงแรมมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ปัญหาของลูกค้า ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงาน โรงแรมมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

โรงแรมมีเจดแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ที่เสี่ยงต่อการสัมผัสร่วม และพนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า ตามลำดับ

5.1.4 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.1.5 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ t-test และ f-test พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.1.6 แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวรู้สึก

ถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในระดับมากที่สุด

5.1.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

และเมื่อพิจารณาทั้งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มีความสำคัญมากที่สุด (Beta=0.089) รองลงมาคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อห้องพักของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (Beta=0.074) และความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อแผนกต้อนรับของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง (Beta=0.028) ตามลำดับ

5.1.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ

และเมื่อพิจารณาทั้งปัจจัยทั้ง 6 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการด้านคุณลักษณะของพนักงาน มีความสำคัญมากที่สุด (Beta=0.271) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น (Beta=0.224) ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ (Beta=0.175) ด้านความน่าเชื่อถือ (Beta=0.150) ด้านการตอบสนอง (Beta=0.051) และด้านความสามารถที่จับต้องได้ (Beta=0.008) ตามลำดับ

5.1.9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องการมีเจลแอลกอฮอล์ให้บริการอย่างทั่วถึง รองลงมาคือ อยากให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมากกว่านี้

อาหารไม่สด ควรมีถุงมือพลาสติกให้ใช้ต้อนก๊ีบหรือตักอาหาร พนักงานควรสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ไม่ดึงลงมาไว้ใต้คาง กับข้าวรสชาติหวานมาก ห้องพักมีกลิ่นอับ เครื่องปรับอากาศเสียงดัง เครื่องปรับอากาศไม่ค่อยเย็น เครื่องทำน้ำอุ่นเสียง ควรมีหน้ากากอนามัยให้บริการด้วย ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักอย่างต่อเนื่อง น้ำในสระว่ายน้ำคูลู่น ไม่ค่อยสะอาด ราคาห้องพักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังค่อนข้างแพง พนักงานเสนอขายบริการอื่นๆ จนน่ารำคาญ ควรมีฉากกั้นในห้องอาหาร เพื่อลดความเสี่ยงติดเชื้อขณะถอดหน้ากากตอนรับประทานอาหารอาหารรสชาติจัดมาก พนักงานเก็บโต๊ะอาหารเสียงดังมาก กลอนประตูฝั่งระเบียบชำระ ทำให้ปิดประตูได้ไม่สนิท พนักงานเสิร์ฟอาหารควรใส่ถุงมือและเฟสซิลส์ด้วย และสัญญาณอินเตอร์เน็ตไม่ค่อยดี

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

5.2.1 การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ต่อทั้ง 3 แผนกของโรงแรม เรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้องพัก แผนกต้อนรับ และแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อขนาดของห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสะอาดของห้องพัก คุณภาพอาหาร พนักงานต้อนรับ ขั้นตอนการลงทะเบียนของแผนกต้อนรับ บรรยากาศ/การตกแต่งห้องพัก พนักงานต้อนรับของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม การแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม และรสชาติของอาหาร ตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับลักษณะของโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีความหนาแน่นของประชากรและที่พักอาศัยไม่มากเหมือนจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ๆ ของไทย เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เป็นต้น ทำให้ค่าเช่าพื้นที่ต่ำกว่า และขนาดห้องพักมีความกว้างขวาง ประกอบกับโรงแรมที่พักในเขตอำเภอเมืองส่วนใหญ่ มีระดับตั้งแต่ 3 ดาวขึ้นไป จึงมีความพร้อมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างมาก จึงสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

5.2.2 การศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในโรงแรมมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมากที่สุดในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสามารถที่จับต้องได้และด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านคุณลักษณะของพนักงาน ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ และด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น ตามลำดับ ผลการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ ทรรศนีย์ ไกรสุวรรณ (2558) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะช้าง ไบลาน บีช รีสอร์ท จังหวัดตราด ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะช้าง ไบลาน บีช รีสอร์ท จังหวัดตราด ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ(ความสามารถที่จับต้องได้) มากที่สุด และด้านอื่น ๆ เช่น ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ก็อยู่ในระดับมากเช่นกัน นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับ ปุณญาพร บุญธรรมมา (2563) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนอง

5.2.3 การศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ 6 ด้าน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Hanna and Wozniak (2001) และ Shiffman and Kanuk (2003) ที่กล่าวถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกันว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือสิ่งที่เกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตรา

การบริโภค และยังสอดคล้องกับ สุนทรีย์ พชรพันธ์ (อ้างถึงใน ชาญชัย อ่อนคง, 2553 : 13-14) ที่กล่าวถึงลักษณะประชากรศาสตร์ว่า บุคคลแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป มีทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่ และลักษณะภายในจิตใจที่ขึ้นอยู่กับ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สังคมและศาสนา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ทำให้ลักษณะทางจิตวิทยามีความแตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษารุ่นนี้สอดคล้องกับ ทรศนีย์ ไกรสุวรรณ (2558) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะช้าง ไบลาน บีช รีสอร์ท จังหวัดตราด ที่พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับสอดคล้องกับ จตุพร กิจสนอง และนรรัตน์ เกื้อทอง (2563) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพในการให้บริการโรงแรม ลีฟวิงซิลด์ เกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา ประสบการณ์ในการเข้าพัก รายได้ต่อเดือน และจุดประสงค์ในการเข้าพักมีความสัมพันธ์กับการประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.5 การศึกษาแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่ามีระดับมากที่สุด สอดคล้องกับความเป็นเมืองรอง ซึ่งจังหวัดตรังเมืองรองที่ยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่หนาแน่นเทียบเท่ากับเมืองท่องเที่ยวหลัก ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมที่พักจึงมิได้รับความสะดวกสบาย ไม่แออัด ไม่มีความวุ่นวาย สามารถพักผ่อนได้เต็มที่ ประกอบกับอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังมีความขึ้นชื่อในเรื่องของอาหาร การนำเสนอและให้บริการอาหารของโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกเมืองมีโอกาส

5.2.6 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนกต่าง ๆ และความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพัก ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 3 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านแผนกอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือห้องพัก และแผนกต้อนรับ ตามลำดับ และความพึงพอใจในคุณภาพการบริการจากผล

การศึกษา พบว่าด้านความสามารถที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น และด้านคุณลักษณะของพนักงาน ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเมื่อพิจารณาทั้งปัจจัยทั้ง 6 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านคุณลักษณะของพนักงาน มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านความสามารถที่จับต้องได้ตามลำดับ ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ โสภิสฐา เต็มรัตน์ (2561) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สามารถสัมผัสได้ การให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และการเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับปณญาพร บุญธรรมมา (2563) ที่ทำการศึกษารื่องคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรม

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับ และแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้น ประเด็นเรื่องห้องพักซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักรักษามาตรฐานการให้บริการในส่วนของการดูแลห้องพักอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความเป็นเลิศของโรงแรม และควรให้ความสำคัญกับแผนกต้อนรับ เช่น การฝึกอบรมพนักงานต้อนรับให้มีความเป็นมืออาชีพ วางแผนเรื่องขั้นตอนการลงทะเบียนให้มีความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป และปรับปรุงในส่วนของการแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่มให้มากขึ้นทั้งในด้านของการต้อนรับของพนักงานในแผนกอาหารและเครื่องดื่ม รสชาติอาหาร คุณภาพอาหาร เป็นต้น

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสามารถที่จับต้องได้และด้านความน่าเชื่อถือ ส่วนด้านความเข้าใจในความรู้สึกลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบโรงแรมควรรักษามาตรฐานเรื่องคุณภาพให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมให้มีความพร้อมต่อการใช้งาน สร้างบรรยากาศ/การตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามอยู่เสมอ ใส่ใจเรื่องการแต่งกายและออกแบบการชุดยูนิฟอร์มของพนักงานมีความเป็นเอกลักษณ์ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความทันสมัยเข้ามาให้บริการ กำชับกับพนักงานเรื่องการให้บริการข้อมูลที่ต้องแก่ลูกค้า รักษาความลับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และตรวจสอบแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ เพื่อลดข้อผิดพลาดจากการให้บริการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรใส่ใจในทุกรายละเอียดของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเป็นคนพิเศษของโรงแรม และปลูกฝังให้พนักงานมีความเห็นอกเห็นใจลูกค้า และมีความเต็มใจที่ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้เป็นนิสัย รวมถึงการรับฟังปัญหาของลูกค้าอย่างตั้งใจ

5.3.1.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด นั่นหมายถึงความพึงพอใจต่อแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจะต้องพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง เช่น การใส่ใจในเรื่องของ Service Mind ของพนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ควบคุมมาตรฐานของรสชาติของอาหาร ใส่ใจเรื่องคุณภาพอาหาร ความสะอาด ความคุ้มค่า และรูปลักษณะของอาหารที่นำเสนอต่อลูกค้า เพื่อรักษามาตรฐานลูกค้าประจำที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อันจะนำมาซึ่งรายได้และผลประโยชน์ที่ดีของโรงแรม นอกจากนี้ในด้านคุณภาพการบริการ จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านคุณลักษณะของพนักงาน ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด นั่นหมายถึง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านคุณลักษณะของพนักงานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปลูกฝัง สร้างทัศนคติในการให้บริการด้วยใจแก่พนักงาน สร้างขวัญและกำลังใจเพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่ลูกค้า คัดเลือกพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการเข้าทำงาน และสร้างบรรยากาศการ

ทำงานที่มีความสุขให้แก่พนักงาน เพื่อช่วยให้พนักงานปฏิบัติงานต่อลูกค้าอย่างอ่อนโยน นำมาซึ่งความประทับใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.3.1.4 ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด

จากผลการศึกษาที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิดเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ควรปฏิบัติตามมาตรการเพื่อป้องกันการติดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และโรคติดต่ออื่น ๆ อย่างเคร่งครัด เนื่องจากเป็นประเด็นที่สังคมและผู้ใช้บริการให้ความสำคัญค่อนข้างมากในปัจจุบัน หากหละหลวมอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานประกอบการและกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ และอาจส่งผลให้เกิดการบอกต่อในทางลบได้ ในทางตรงกันข้าม หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญและกำชับผู้ให้บริการให้ปฏิบัติตามภายใต้หลักการให้บริการอย่างปลอดภัย ก็จะสามารสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ให้บริการได้

2) ควรปลูกฝังหรือสร้างทัศนคติในการให้บริการที่ดีแก่พนักงาน เพื่อให้เป็นผู้ที่มีความพร้อมในการให้บริการ มีความยิ้มแย้มแจ่มใสในขณะปฏิบัติงาน

3) หมั่นตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และคัดเลือกว่าวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ และมีความคุณภาพมาประกอบอาหารเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดข้อร้องเรียนเรื่องสุขอนามัยและอาหารเป็นพิษ

4) ผู้ประกอบการควรจัดให้มีถุงมือพลาสติกสำหรับบริการลูกค้า เพื่อสวมใส่ขณะที่ต้องจับภาชนะ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับผู้อื่น เช่น ทัพพีตักอาหาร ที่คีบอาหาร เป็นต้น

5) พนักงานควรสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการปฏิบัติงาน และไม่ดึงลงมาไว้ใต้คาง และพนักงานเสิร์ฟอาหารควรใส่ถุงมือและเฟสชีลล์ด้วยเพื่อความปลอดภัยต่อผู้ให้บริการและต่อตัวพนักงานเอง เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรค

6) ตรวจสอบดูแลเรื่องความสะอาดภายในห้องพัก และการระบายอากาศ เพื่อมิให้ห้องพักมีกลิ่นอับ รวมถึงพื้นที่สาธารณะส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ ล็อบบี้ เป็นต้น

7) ตรวจสอบสภาพการใช้งานของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องพักให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่นเสียบ กลอนประตู หน้าต่าง และสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

5.3.1.5 ข้อเสนอแนะจากผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการ โรงแรมที่พักที่ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาคนาที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ และคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน ดังนั้นในการวางแผนจัดการการพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอายุ กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และคำนึงถึงสภาพสังคมวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาค ซึ่งมีความคาดหวังและมีความต้องการเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างกันไป เพื่อปรับการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการที่มีความเฉพาะเจาะจงกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างเสน่ห์ในการให้บริการ และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรทำการศึกษาเรื่องมาตรการการป้องกันการติดต่อของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และพื้นที่อื่น ๆ

5.3.2.2 ควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้สามารถได้รับข้อมูลที่มีรายละเอียด และมีข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ทำให้สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้สูงสุด

5.3.2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมไปถึงการบริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมจาก โรงแรม เช่น สปา ฟิตเนส ห้องประชุม เป็นต้น เพื่อให้สามารถพัฒนาต่อยอดการให้บริการและเป็นช่องทางเพิ่มรายได้ให้แก่โรงแรมอีกด้วย

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.4.1 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ยังคงมีการระบาดอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน ส่งผลให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามใช้เวลานาน เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง จากความวิตกกังวลในการเดินทางมาใช้บริการ

5.4.2 การรวบรวมข้อมูลวิจัยในพื้นที่ ผู้วิจัยจะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษในเรื่องการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เนื่องจากต้องพบเจอกับนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นกลุ่มเสี่ยง



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564*.

https://secretary.mots.go.th/strategy/more_news.php?cid=

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *12 เมืองต้องห้ามพลาด*. <https://www.mots.go.th/>.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *ศิลปะการให้บริการ*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2563). *การจัดการการบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ*.

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉวีวรรณ หนูทอง. (2562). *คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ชลารินทร์ แป้นสุวรรณ. (2562). *ลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความพึงพอใจ ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร*.

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชไมพร สุธรรมวงศ์ และบัณฑิต โรจน์อารยานนท์. (2554). *นวัตกรรมการบริการ*. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ดุสิตพร สกทา. (2560). *แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดตรัง*. [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา]. มหาวิทยาลัยพะเยา.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)*.

บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นันทพร กุดหินนอก. (2557). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร*.

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. เพ็ญข้าหลวง พิธีตั้งแอนดพับลิชชิง.

ประชิด และคณะ. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. แสงดาว.

- ปรียาภรณ์ หารนุช. (2557). *ภาพลักษณ์และคุณภาพการใช้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยพร อรุณเกรียงไกร. (2563). *Future of Travel: อนาคตของการท่องเที่ยวอยู่ตรงไหนในยุคโควิด*. 19. <https://www.creative-thailand.org/article/thinktank/32496/th#Future-of-Travel>.
- พนิตสุภา ชรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ*. พี เอ ลีฟวิ่ง.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 3). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). คลัง นานาวิทยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *องค์การและการจัดการ*. พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. ชรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยอมสิน. (2563). *ธุรกิจโรงแรม มิถุนายน 2563*.
<https://www.gsbresearch.or.th/gsb/economics/7865/?fbclid=IwAR3q2kQAspbAWmCyA3VZO5o7x6DalALQdIVhye986Ja9CfqRP6dxjzhX4k>.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์*. สามเจริญพานิชย์.
- สุพัตรา สร้อยเพชร. (2553). *การจัดการการโรงแรม*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมิต สัจฉกร. (2548). *ศิลปะการให้บริการ*. สายธาร.
- สมิต สัจฉกร. (2550). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สายธาร.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. (2564). *สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดตรัง*.
<https://trang.mots.go.th/>.
- สำนักงานจังหวัดตรัง. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดตรังพ.ศ. 2561-2565 (ทบทวนปีพ.ศ. 2563)*.
https://ww2.trang.go.th/news_devpro.
- อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2562). *ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษานักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44
- James, A. B. (2003). *Hotel Front Office Management*.
https://www.academia.edu/35231779/_James_A_Bardi_Hotel_Front_Office_Management_BookSee_org_.
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. Twelfth Edition, Pearson Education.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. (10th ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Prentice-Hall.
- Lee, J. S., Lee, C. K., & Yoon, Y. (2009). Investigating differences in antecedents to value between first-time and repeat festival-goers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 688–702.
- Lehtinen. U. and Lehtinen. J.R. (1982). *Service quality: a study of quality dimensions*. Working paper. Service Management Institute. Helsinki.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44.
- Olsen, S. O. (2002). Comparative evaluation and the relationship between quality, of the online channel of multichannel retailers: A two country examination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 90–102.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pizan, A., Neumann, Y., and Reichel, A. (1978). *Dimensions of tourist satisfaction with a destination area*. *Annals of Tourism Research*.
- Siti Falindah Padlee, Cheong Yun Thaw and Siti Nur Atikah Zulkiffli. (2019). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in the Hospitality Industry. *Tourism and hospitality management Journal*. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Urry, J. (1991). *The sociology of tourism*. In Cooper, C. P. (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management 3*, England: The University of Surrey.

Whipple, T. W., and Thach, S.V. (1988). Group tour management: Dose good service produce satisfied customer. *Journal of Travel Research*.

Wu, Hung Che, and Ko, Yong Jae. (2013). Assessment of Service Quality in the Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*. 14, 3: 218-244.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory*. 2nd ed. Harper and Row.





ภาคผนวก

**แบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจ
ที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง**

เอกสารฉบับนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามความเป็นจริง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการและแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการและแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังและเพื่อศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจคุณภาพการบริการและแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ที่ส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ที่จะสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจที่พักของจังหวัดตรัง

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม

ตอนที่ 4 แนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ

.....

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักศึกษา พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงานของรัฐ/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-30,000 บาท
 30,001-45,000 บาท 40,501 บาทขึ้นไป

6. ภูมิภาค

- ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก

7. ระยะเวลาการเข้าพัก

- 1 คืน 2 คืน ตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป

8. ท่านเข้าพักโรงแรมดังกล่าวโดยมีวัตถุประสงค์ใด

- ท่องเที่ยว/พักผ่อน ประชุม/สัมมนา ติดต่อธุรกิจ อื่น ๆ โปรดระบุ

9. ลักษณะการเดินทาง

- รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถเช่า กรุ๊ปทัวร์ รถของ
หน่วยงาน
- รถของโรงแรม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม

(5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย และ
1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

ความพึงพอใจต่อการบริการของแผนกต่าง ๆ ใน โรงแรม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. แผนกต้อนรับ					
10. พนักงานต้อนรับ					
11. ขั้นตอนการลงทะเบียน					
12. การแนะนำให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม					
2. แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม					
13. พนักงานบริการ					
14. รสชาติของอาหาร					
15. คุณภาพอาหาร					
3. ห้องพัก					
16. บรรยากาศ/การตกแต่งห้องพัก					
17. สิ่งอำนวยความสะดวก					
18. ขนาดห้องพัก					
19. ความสะอาดของห้องพัก					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม

(5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย และ 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความสามารถที่จับต้องได้					
20. โรงแรมมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมใช้งาน					
21. บรรยากาศ/การตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม					
22. การแต่งกายและชุดยูนิฟอร์มของพนักงานมีความเป็นเอกลักษณ์					
23. ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวก					
2. ด้านความน่าเชื่อถือ					
24. การให้บริการข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า					
25. ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้กับลูกค้า					
26. การให้บริการที่ไม่มีข้อผิดพลาด					
3. ด้านการตอบสนอง					
27. พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อการแก้ปัญหาของลูกค้า					
28. มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ ดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง					
29. ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว					
4. ด้านการรับรองให้เกิดความมั่นใจ					
30. ความสะอาดถูกสุขลักษณะของสถานที่					
31. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
32. มีเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ที่เสี่ยงต่อการสัมผัสร่วม					
33. พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการปฏิบัติงาน					
5. ด้านความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น					
34. พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า					
35. พนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า					
36. พนักงานมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ปัญหาของลูกค้า					
6. ด้านคุณลักษณะของพนักงาน					
37. ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงาน					
38. ความมีกิริยามารยาทของพนักงาน					
39. เป็นมิตร และความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำ

(5 = มีแนวโน้มมากที่สุด 4 = มีแนวโน้มมาก 3 = มีแนวโน้มปานกลาง 2 = มีแนวโน้มน้อย และ 1 = มีแนวโน้มน้อยที่สุด)

แนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระดับความเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
40. ท่านมีความประทับใจในคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง					
41. ท่านจะแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาใช้บริการธุรกิจที่พักรวมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรังอีกในอนาคต					
42. ท่านคิดว่าการมาพักครั้งนี้ ค่ำกว่ากับเงินที่จ่ายไป					
43. ท่านจะกลับมาใช้บริการที่โรงแรมแห่งนี้อีกครั้งเมื่อมีโอกาส					

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ

.....

.....

.....

.....

-ขอบพระคุณค่ะ-

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์

ประวัติการศึกษา

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรม
วิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่สำเร็จการศึกษา 2553

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว
วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง