



ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ  
ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัย  
สูงอายุชาวต่างชาติ

อนิรุทธิ เจริญสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ  
ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัย  
สูงอายุชาวต่างชาติ

อนิรุทธิ์ เจริญสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

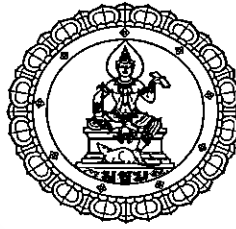
**Satisfaction of Service Quality towards Repeat Purchase of  
Accommodation Business in Takua Pa, Phang Nga Province: A Case of  
Elderly Foreign Tourists**

**Anirut Jaroensuk**



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the  
Degree of Master of Arts Program in Tourism Management Faculty of  
Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University**

**2020**



## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต


หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ  
ของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา  
นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ


เสนอโดย นายอนิรุทธิ์ เจริญสุข  
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิบูล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

  
.....ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

  
.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิบูล)

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

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

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

วันที่ 23 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ
ชื่อผู้เขียน	อนิรุทธิ์ เจริญสุข
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. อศวิณ แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล 2. เพื่อศึกษาความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA) 4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศต่างๆ อย่างน้อย 1 คืน ในช่วงระยะเวลาเดือนมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2562 และเลือกที่พักแรมระดับสี่ถึงห้าดาว ในพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำนวน 400 คน ใช้แบบจำลอง SERVQUAL ประเมินคุณภาพการบริการโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane's ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้มีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .932 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง

55 – 60 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน US \$ 4,001 – 6,000 โดยมากแล้วมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ระยะเวลาที่พักรักษา 3-7 วัน และสถานที่พักรักษาแบบรีสอร์ท ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น มีความสำคัญมาก โดยพิจารณารายข้อย่อย ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในส่วนของความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น พบว่าด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่าคุณภาพการบริการที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่มีคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อยู่ในระดับสูงซึ่งอยู่ใน Quadrant II ทุกด้าน ทั้งนี้ปัจจัยในการศึกษาทุกด้านไม่ปรากฏอยู่ใน Quadrant I Quadrant III และ Quadrant IV ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรักษา ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ของธุรกิจที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อธุรกิจที่พักรักษา ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

Thesis Title	Satisfaction of Service Quality towards Repeat Purchase of Accommodation Business in Takua Pa, Phang Nga Province: A Case of Elderly Foreign Tourists.
Author	Anirut Jaroensuk
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr. Asawin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic	Year 2019

### **Abstract**

This research has the following objectives: 1. To study the level of expectations of foreign tourists aged on the service quality of the accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province based on personal factors 2. To study explore the satisfaction of foreign tourists On the service quality of the accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province based on personal factors 3. To compare the expectations and satisfaction of foreign tourists to the service quality of the lodging business in Takua Pa District, Phang Nga Province by using the Importance Performance Analysis (IPA) technique. 4. To study the satisfaction of the service quality that affects the re-use of the hotel business in Takua Pa District Phang Nga province by the sample in this research are elderly foreign tourists from various countries and stay at least one night. the period of January to March 2019 and choose a four to five-star hotel in the Takua Pa district, Phang Nga province. The sample of this research was 400 Elderly Foreign Tourists. The SERVQUAL model evaluates service quality, were calculated using the formula of Taro Yamane's sample group using simple sampling method. The questionnaire has a Cronbach's alpha of 0.932 The data were analyzed by using t-test, F test (ANOVA) and Multiple Regression Analysis Statistic. The result revealed that most samples were male between the ages of 55-60 years with the highest education level bachelor degree with a monthly income of US \$ 4,001-6,000, live in Europe. has a 3-7 day stay period, and choose to stay in a resort. Expectations of foreign tourists who come to stay in

Takua Pa district Phang Nga province very important. Considering in subsection The aspect of ensuring service is the most important, followed by the concrete aspect of the service. In understanding and acknowledging the needs of user's reliability, reliability in service and response to the needs of users in terms of satisfaction tourists and foreign tourists come to stay in Takua Pa district. Phang Nga province found that the aspect of creating confidence in the service has the highest influence, followed by understanding and accepting the needs of the users in the concrete aspect of the service The result of the analysis of the gap between the expectations and the satisfaction of the foreign tourists who come to stay in the accommodation in the aspect of responding to the needs of the users and the reliability of the service respectively. Takua Pa District, Phang Nga Province, found that the quality of hotel accommodation in Takua Pa District, Phang Nga Province with scores of expectations and satisfaction to you of the picture, the accommodation service in Takua Pa District, Phang Nga Province is at a high level which is in Quadrant II in all aspects. However, all factors in the study do not appear in Quadrant I Quadrant III and Quadrant IV. Of tourism for the elderly, foreigners, towards the lodging business in Takua Pa District, Phang Nga Province, it was found that the sample group of tourists, elderly, foreigners gave the most importance to repeat visits, the results of complex regression analysis, satisfaction factors affecting repeat visits. of lodging business in Takua Pa District, Phang Nga Province in terms of concrete aspects of the service reliability, reliability in service in response to the needs of users in ensuring service and in terms of understanding and acknowledging the needs of users influencing the satisfaction of elderly foreign tourists on a repeat visit to the hotel business. in Takua Pa District, Phang Nga Province



## กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิกุล ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้ความอนุเคราะห์ถ่ายทอดวีชาระเบียบวิธีวิจัย และให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอนของการวิจัยจนสำเร็จออกมาเป็นรูปเล่ม และขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการในการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณฑาทันติ ชูขววงศ์ กรรมการสำหรับคำแนะนำในวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ เขียง เกาชิต ที่กรุณาคอยช่วยเหลือให้คำปรึกษาสถิติ และให้คำปรึกษาเมื่อมีข้อสงสัยติดขัดในงานวิจัย อีกทั้งขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นอีกหลายท่านที่ให้คำปรึกษาและคอยให้กำลังใจ

ขอบคุณบิดามารดา และสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่คอยให้กำลังใจตั้งแต่ต้นจนจบงานวิจัย ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยุวชนต่างทุกท่านที่ตลอดเวลาตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ อีกทั้งยังได้สนทนากันต่อ ด้วยความมีมิตรไมตรีต่อกัน ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมทุกท่านที่เอื้อเฟื้อสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม

ขอบคุณเจ้าของผลงานทุกท่านที่ได้นำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ และหวังว่าจะมีผู้นำงานวิจัยของข้าพเจ้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป ข้าพเจ้าหวังว่างานวิจัยจะเป็นประโยชน์และแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม และผู้ที่สนใจต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักแรมต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดข้าพเจ้าใคร่ขอภัยและรับผิดชอบไว้แต่เพียงผู้เดียว

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	๓
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	77
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	78
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	79
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	80
3.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
3.6 สรุประเบียบวิธีวิจัย.....	87
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	90
4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	94
4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ มีต่อด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา...	115
4.4 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis) .....	131
4.5 ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาว ต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	134
4.6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการ กลับมาเยือนซ้ำ ของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	138
5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	144
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	144
5.2 อภิปรายผล.....	146
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	149
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	150
บรรณานุกรม.....	151

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก.....	165
ประวัติผู้วิจัย.....	176



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ.....	90
4.2 แสดงค่าเฉลี่ยรวมความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ.....	94
4.3 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง จำแนกด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรม...	95
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง ด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ.....	96
4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	97
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	98
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	99
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความคาดหวัง ด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	101
4.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ช่วงอายุ.....	103
4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ.....	104
4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงรายได้ต่อเดือน...	105
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนอง ต้องการของผู้ใช้บริการ.....	106
4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจ.....	109
4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้าง ความมั่นใจ จำแนกตามช่วงระดับการศึกษาสูงสุด.....	110
4.16 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ..	111
4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจ และรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือน.....	113
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ.....	115
4.19 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ จำแนกด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรม	116
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ บริการ.....	117
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการ.....	118
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	119
4.23 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ของผู้ใช้บริการ.....	120
4.24 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความพึงพอใจ ด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	121
4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ.....	123
4.26 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ.....	124

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	125
4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านที่ 3 ด้านการตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ.....	127
4.29 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ.....	127
4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจใน การบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงรายได้ต่อเดือน.....	129
4.31 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	130
4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและ รับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ...	132
4.33 สรุปผลการเปรียบเทียบการคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ.....	133
4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังและความพึงพอใจใน 5 ด้านของ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ก่อนการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA.....	135
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยของการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มี ต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	137
4.36 ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน.....	139
4.39 แสดงจำนวนความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ จากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา.....	149

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	Importance - Performance Analysis Matrix.....	64
2.2	ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจแต่ละคุณสมบัติ.....	65
2.3	กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	77
4.1	การเปรียบเทียบคะแนนการความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อปัจจัยคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอ ตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยวิเคราะห์ภาพรวมของแต่ละด้านคุณภาพการบริการ ด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis).....	136



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้เกินกว่า 1 ล้านล้านบาท มาโดยตลอดในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 38,227,300 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากเดิม 7.54 % ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติ 27,007,503 ล้านบาท (สถิติการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561 ) และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างแรงงาน และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและลดความเหลื่อมล้ำ ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญมาจากเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเริ่มฟื้นตัว รวมทั้งการออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเป็นธุรกิจการบริการที่มีประวัติการดำเนินงานมายาวนาน และเป็นธุรกิจที่มีเปิดบริการกันอย่างแพร่หลายในทุกประเทศทั่วโลก การจัดการและการบริหารธุรกิจโรงแรมได้มีวิวัฒนาการอย่างเป็นรูปแบบจนเกิดเป็นมาตรฐานสากลขึ้นมา เพื่อใช้มาตรฐานการดำเนินงานและการให้บริการของโรงแรมต่างๆ ทั่วโลก (ทรงสมร กิตติวุฒิวณิช, 2558 : 2) จากผลการสำรวจภาวะการมีงานทำใน สาขาพักรแรมและบริการด้านอาหาร ในประเทศไทยเกิดการจ้างงาน 2.99 ล้านคน (กรมจัดหางาน, 2561) ข้อมูลธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว สถานพักรแรมในประเทศไทย มีจำนวนสถานที่พักรแรม 11.40 พันแห่ง จำนวนห้องพักร 419.34 พันห้อง อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (OR) 68.07 % ผู้เข้าพักพักรแรม 88.7 ล้านคน/ครั้ง ระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ย (LOS) 2.33 วัน จำนวนคนต่อห้องพักร 1.97 คน/ห้อง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) วันพักรของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2561 เฉลี่ย 9.44 ต่อวัน

นักท่องเที่ยวมีระยะพำนักในประเทศไทยโดยไม่แตกต่างจากปี 2560 และเฉพาะนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกาเท่านั้นที่พักยาวนานขึ้น (สถิติการท่องเที่ยว ปี 2561 : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) โรงแรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเป็นหลัก

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โครงการสำรวจการประกอบกิจการ โรงแรมและเกสต์เฮาส์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเศรษฐกิจและสังคม, 2562) พิจารณาสถานประกอบการที่พักรวมเป็นรายภาค พบว่า มีสถานประกอบการมากที่สุดคือ ภาคใต้ร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ภาคกลางร้อยละ 26.4 สำหรับสถานประกอบการในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนเท่ากัน คือร้อยละ 20.4 ที่เหลือร้อยละ 5.0 เป็นสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร สถานประกอบการที่พักรวมทั่วประเทศ มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 721,501 ห้อง โดยสถานประกอบการในภาคใต้ มีจำนวนห้องพักมากที่สุด 225,257 ห้อง รองลงมาคือ ภาคกลาง และภาคเหนือมี 192,930 ห้อง และ 108,618 ห้อง ตามลำดับ สำหรับสถานประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนห้องพัก น้อยที่สุด คือ 95,350 ห้อง คนทำงานในสถานประกอบการที่พักรวมทั่วประเทศมีทั้งสิ้น 323,882 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง 287,724 คน หรือร้อยละ 88.8 และเป็นคนทำงานโดยไม่ได้รับค่าจ้างเงินเดือน 36,158 คน หรือร้อยละ 11.2 เมื่อพิจารณาคคนทำงานในสถานประกอบการที่พักรวมในแต่ละภาค พบว่า สถานประกอบการที่พักรวมในภาคใต้ มีคนทำงานมากที่สุด 113,355 คน หรือ ร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง 103,939 คน หรือร้อยละ 36.1 ภาคใต้ถือว่าเป็นภูมิภาคที่โรงแรมอัตราการเติบโตที่ดีมากในหลาย ๆ จังหวัดในแถบทะเลอันดามัน ทั้งภูเก็ต พังงา กระบี่ และ สมุย ที่สำคัญเป็นภูมิภาคเดียวที่ได้ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เอเชีย รวมถึงรัสเซีย โดยพบว่าในช่วงฤดูการท่องเที่ยวของภูเก็ตในภาพรวมโรงแรมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยถึง 85-90% แถมยังกระจายไปยังจังหวัดใกล้เคียง ขณะที่ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวยังสามารถรักษาอัตราการเข้าพักเฉลี่ยไว้ได้ที่ราว 70% (ศุภวรรณ ถนอมเกียรติภูมิ, 2560)

จังหวัดพังงา ตั้งอยู่ทางชายฝั่งตะวันตกติดกับทะเลอันดามันและอยู่ติดกับจังหวัดภูเก็ต เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งแดนใต้ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีความสวยงามทั้งบนบกและใต้น้ำ สถานที่เที่ยวพังงามีทั้งแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่สำคัญ ที่พักในจังหวัดพังงามีหลากหลายรูปแบบให้เลือกสรรตั้งแต่แบบเกสต์เฮาส์ราคาประหยัดไปจนถึงแบบบังกะโล โรงแรมและรีสอร์ทในระดับต่าง ๆ ส่วนสถานที่ตั้งของที่พักรักก็มีให้เลือกทั้งที่พักในเมืองและที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวชายหาด จังหวัดพังงา มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ 4.17 ล้าน

คน ซึ่งเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 11 จากปี 2557 และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 4,478 พันบาท/คน/วัน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 10.93 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา ปี 2560 จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,418,942 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2558 พบว่าแหล่งนักท่องเที่ยวที่นิยมในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวออสเตรเลีย เยอรมนี และ สหราชอาณาจักร คือ พัทยา พังงา กระบี่ ภูเก็ต และเชียงใหม่ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพังงาเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพังงา คือกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพก่อให้เกิดรายได้ให้กับจังหวัดพังงา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

กลุ่มผู้สูงอายุ องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกิน 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้น ได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้น เป็น 20% และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้น เป็น 14% โดยประเทศไทย ได้นิยามคำว่าผู้สูงอายุ ไว้ใน พระราชบัญญัติผู้สูงอายุพ.ศ. 2546 ว่าหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย 10,666,803 คน จากประชากรทั้งหมด 66,413,979 คน คิดเป็นร้อยละ 16.06 % (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2561) กลุ่มผู้สูงอายุนับได้ว่าเป็นส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวที่มีข้อจำกัดทางการเคลื่อนไหว (Disabilities) ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั่วโลกของผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบันมีจำนวน 930.7 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 12 ของจำนวนประชากรโลก และคาดการณ์ไว้ว่าในอีก 35 ปีข้างหน้า ปี 2593 จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.2 ของประชากรโลกทั้งหมด หรือประมาณ 2 พันล้านคน (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5 การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ, 2559) ในปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 8,127,847 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวม 195,891 ล้านบาท หรือ 8.66 % ของรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นชาวต่างชาติจำนวน 3,628,758 คน สร้างรายได้ 183,869 ล้านบาท และคนไทยจำนวน 4,810,464 สร้างรายได้ 12,022 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งผู้สูงอายุเหล่านี้จัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง และมีเวลาว่างมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะผู้สูงอายุในประเทศที่พัฒนาแล้วมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรสูงกว่าภูมิภาคอื่นอย่าง ยุโรป อเมริกาเหนือ และ โอเชียเนีย

จากแนวโน้มผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นตลาดที่สำคัญในจังหวัดพังงา เนื่องด้วยที่ผ่านมามีองค์ความรู้ด้านการจัดการบริการที่พักรวม และการวิเคราะห์ตลาดเฉพาะผู้สูงอายุชาวต่างชาติยังไม่ค่อยมีในพื้นที่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็น ตลาดหนึ่งที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และมีความต้องการด้านการบริการของธุรกิจ พักแรมที่แตกต่างจากวัยอื่นๆ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในความต้องการพิเศษด้านการบริการของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาพักรวม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ดังนั้นจึงเป็นที่มาใน การวิจัยครั้งนี้ คือ ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มีธุรกิจที่พักแรมจำนวนมาก เหมาะแก่การ พักผ่อน ที่พักรวมมีความหลายในระดับการบริการ รวมไปถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติของอำเภอตะกั่วป่ามีความอุดมสมบูรณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม จะ ดำเนินการธุรกิจอย่างไร จากสถานการณ์การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ และมีแนวโน้มอัตราการท่องเที่ยว ของผู้สูงอายุที่สูงขึ้นในอนาคต เพื่อให้เห็นภาพรวม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงใจ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักรวม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา เพื่อให้ ผู้ประกอบการที่พักแรมนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการจัดการการที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวต่างชาติให้ได้มากที่สุด รวมถึงตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ซึ่งจะส่งผลดีกับผู้ประกอบการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุ ชาวต่างชาติ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพ บริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพ บริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยเทคนิค

Importance Performance Analysis (IPA)

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานของการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ ไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและเป้าหมายที่ศึกษา กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว สื่อสารภาษาอังกฤษได้ และพักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมอย่างน้อย 1 คืน ใน จังหวัดพังงา ปี 2560 จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,418,942 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ที่ประกอบด้วย โรงแรมและรีสอร์ท ที่มีการบริการระดับ 4-5 ดาว ที่อยู่ในเขตรับผิดชอบของอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติใช้บริการ

ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีดังนี้

ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้

ต่อเนื่อง

ตัวแปรตาม ความคาดหวังและความพึงพอใจ ประกอบด้วย ของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ประกอบด้วย 1. ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ในการบริการ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4. ด้านการสร้างความมั่นใจ ในการบริการ 5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

เพื่อช่วยสนับสนุนภาครัฐ และเอกชนนำผลการวิจัยวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานะการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน ที่จะมีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น

1. ภาครัฐ สามารถนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษามาประกอบเพื่อการวางแผนในการจัดการ ธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดพังงาให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุในปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ได้มากที่สุด
2. ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา สามารถนำผล วิจัยที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแนวทางพัฒนาที่พักแรมเพื่อให้ สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
3. ผู้ที่ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และที่มีแนวคิดริเริ่มที่จะทำธุรกิจที่พัก แรมในอนาคต สามารถนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาไปประกอบแนวทางในการ ประกอบธุรกิจที่พักแรม
4. ผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติเข้าใจถึงความต้องการและแนว ทางการบริการที่มีประสิทธิภาพ
5. ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ สามารถ นำไปใช้ในการพัฒนาการจัดการที่พักแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิด

ประโยชน์ต่อการพัฒนาที่พักแรม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา นำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษานำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ ในธุรกิจที่พักแรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามคำสำคัญที่ใช้ในการศึกษาไว้ ดังนี้

ที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า หมายถึง ที่พักแรมที่ประกอบด้วย โรงแรมและรีสอร์ท และมีคุณภาพการบริการระดับ 4-5 ดาว ที่อยู่ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ผู้สูงอายุ หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ถือสัญชาติอื่นที่ไม่ใช่สัญชาติเดียวกันกับประเทศไทย เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปค้างคืนอีกสถานที่หนึ่ง สื่อสารภาษาอังกฤษได้ โดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ต้องไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมการต่างๆ และไม่ก่อให้เกิด ค่าจ้าง ค่าตอบแทน

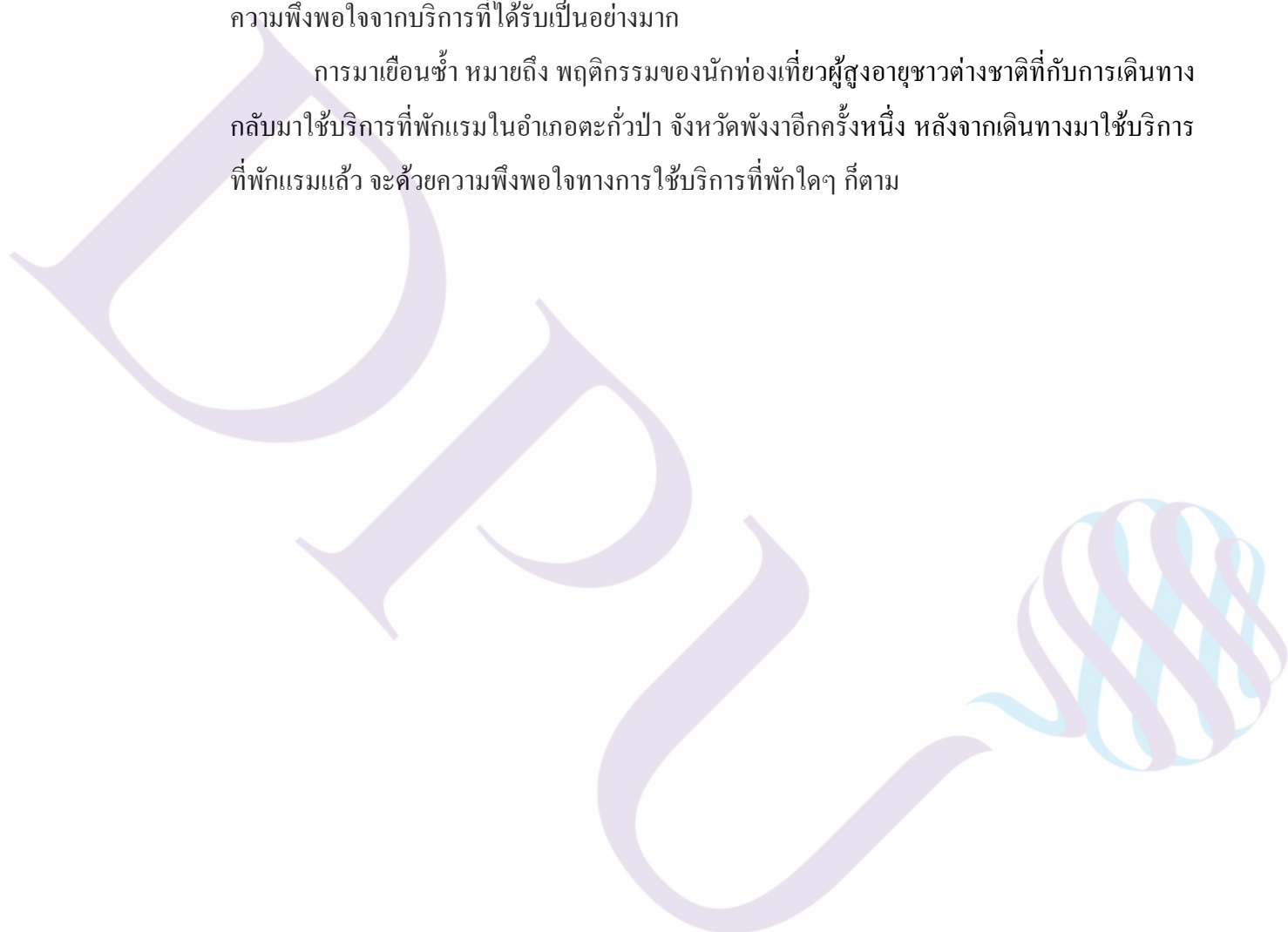
การบริการ หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์หลักของโรงแรมคือ การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในเรื่องต่างๆนับตั้งแต่ความเป็นอยู่ การพักผ่อน ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม และการดูแลสภาพในขณะที่เข้าพักในโรงแรม ซึ่งโรงแรมจะเน้นการจัดพื้นที่ให้ดูสวยงาม โอ่โง่งสะดวกสบาย เพื่อการดูแลแขกให้ได้รับความพึงพอใจจากการเข้าใช้บริการของโรงแรม

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือการคาดการณ์ต่อสถานการณ์หรือสิ่งใดไว้ล่วงหน้า ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ก่อนใช้บริการของที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาในด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4. ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการ 5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ หลังการใช้บริการของที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4. ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ในการบริการ 5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

การมาเยือนซ้ำ หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่กับการเดินทางกลับมาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาอีกครั้งหนึ่ง หลังจากเดินทางมาใช้บริการที่พักรวมแล้ว จะด้วยความพึงพอใจทางการใช้บริการที่พักรวมใดๆ ก็ตาม





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร วรรณกรรมต่างๆ รวมทั้งรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ประกอบการศึกษา โดยแบ่งตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ลักษณะทั่วไปของอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการในที่พักแรม
- 2.4 แนวคิด ทฤษฎีผู้สูงอายุ
- 2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.6 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ (IPA)
- 2.8 แนวคิด ทฤษฎีการกลับมาเยือนซ้ำ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

## 2.1 ลักษณะทั่วไปของอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

พังงา เป็นจังหวัดที่เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งบนบกและใต้น้ำ โดยเฉพาะกลุ่มเกาะสวยงามที่วางตัวเรียงรายอยู่ในทะเลอันดามัน จนพังงาได้รับสมญานามว่าเป็นดินแดนแห่งป่าเกาะ รวมทั้งยังมีผืนป่าชายเลนหนาแน่นและอุดมสมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทยพังงาเต็มไปด้วยวิถีชีวิตที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเรื่องราวของผู้คนหลากเชื้อชาติ ทั้งไทย จีน มุสลิม และชาวไทยใหม่ (ชาวเล) ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเก่าแก่ที่น่าสนใจ เช่น เกาะปันหยี เกาะยาว หมู่บ้านชาวมอแกนในบริเวณหมู่เกาะสุรินทร์ ชุมชนชาวเหมืองแร่ที่ตะกั่วป่า ฯลฯ นอกจากนี้ พังงายังเต็มไปด้วยแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เช่น โลกใต้น้ำของหมู่เกาะสิมิลัน ดงปะการังหลากหลายและฝูงปลาน้อยใหญ่ใต้ทะเลหมู่เกาะสุรินทร์ เขาตะปู เขาพิงกัน เกาะพระทอง ป่าชายเลน น้ำตก โถงถ้ำพังงา ภาพเขียนสีในถ้ำ ภาพชะดินเผา ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นทรัพยากรล้ำค่าที่ทำให้พังงาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเสมอมา

ที่ตั้งอาณาเขต

อำเภอตะกั่วป่าตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลตะวันตกหรือฝั่งทะเลอันดามัน ห่างจากอำเภอเมืองพังงาไปทางเหนือประมาณ 60 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ประมาณ 800 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอคุระบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอพนม (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) และอำเภอกะปง

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอท้ายเหมือง

ทิศตะวันตก เป็นทะเลอันดามัน

แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 ตำบล 51 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ตะกั่วป่า	(Takua Pa)	-
2. บางนายสี	(Bang Nai Si)	9 หมู่บ้าน
3. บางไทร	(Bang Sai)	7 หมู่บ้าน
4. บางม่วง	(Bang Muang)	8 หมู่บ้าน
5. ตำบล	(Tam Tua)	6 หมู่บ้าน
6. โศกเขียน	(Khok Khian)	9 หมู่บ้าน

- |              |               |            |
|--------------|---------------|------------|
| 7. คี๊กคัก   | (Khuekkhak)   | 7 หมู่บ้าน |
| 8. เกาะคอเขา | (Ko Kho Khao) | 5 หมู่บ้าน |

### ประวัติเมืองตะกั่วป่า

จากการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์พบว่าเดิมเมืองตะกั่วป่า (เทศบาลเมืองตะกั่วป่า ,2560) เป็นเมืองเก่าและเป็นศูนย์กลางการค้าแร่ขนาดใหญ่ ซึ่งมีความเจริญรุ่งเรืองมาก ซึ่งในสมัยโบราณได้กล่าวถึงเมืองท่าที่สำคัญทางตะวันออก "สุวรรณภูมิ" อยู่บริเวณแหลมมลายูหรือแหลมทองทางตะวันตกตั้งแต่ตะ โกลา (Takola) มีเมืองท่าตะ โกลา (Takola) วรรณคดีอินเดียโบราณเรียกว่า "สุวรรณทวีป" ดินแดนที่เรียกว่า "สุวรรณทวีป" มีเมืองท่าที่สำคัญที่นักโบราณคดีว่าไว้ได้แก่ "เมืองตะกั่วป่า" (Takuapa)"ตะกั่วป่า" เดิมเป็นเมืองเรียกว่า "เมืองตะกั่วป่า" แต่ในสมัยโบราณคือ เมืองตะ โกลาเป็นเมืองที่สำคัญเมืองหนึ่งของฝั่งทะเลด้านตะวันตกของภาคใต้มีความเจริญรุ่งเรืองมาพร้อมๆ กับเมืองนครศรีธรรมราชและเมืองไทรบุรี ชาวพื้นเมืองเดิมเป็นชาวป่าพวกหนึ่ง เรียกว่า "ซาไก" ต่อมาชาวมลายูได้อพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งในดินแดนแถบนี้ประมาณ พ.ศ. 200 – 300 พระเจ้าอโศกมหาราชจักรพรรดิแห่งประเทศอินเดียได้ยกกองทัพมาปราบแคว้นกลิงคราชกัฏฐ์ ในดินแดนตะวันออกเฉียงใต้ ชาวกลิงคราชกัฏฐ์บางพวก จึงได้อพยพมาขึ้นที่เมืองตะกั่วป่า และเมืองใกล้เคียงโดยได้นำความรู้ต่างๆ มาเผยแพร่ในดินแดนแถบนี้ด้วยเมืองตะกั่วป่าเป็นเมืองท่าที่สำคัญ ที่ชนชาติทางตะวันตกรู้จักเป็นอย่างดี โดยเฉพาะชนชาติอินเดีย ซึ่งได้มาถึงเมืองนี้ก่อนชนชาติอื่นๆ ดังปรากฏหลักฐานในหนังสือมิลินทปัญหาซึ่งได้เขียนไว้เมื่อประมาณ พ.ศ. 500 ว่าชาวอินเดียเรียกเมืองตะกั่วป่าว่า "เมืองตกุโกล" หรือ "ตกุโกล" ในภาษาบาลีและ ตกุลในภาษาสิงหลแปลว่า กระวาน เหตุผลที่ได้เรียกชื่อดังนี้ น่าจะสืบเนื่องมาจากเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยเครื่องเทศ และในเวลาต่อมาชาวกรีก อาหรับและเปอร์เซียเข้ามาทำการค้าขายติดต่อด้วย ปรากฏตามจดหมายเหตุของปโตเลมี เรียกเมืองนี้ว่า "ตะโกลา" อาหรับเรียกว่า "กะกุละ" หรือ "กะโกละ" นอกจากนี้ ยังมีชาวจีนได้นำเอาเครื่องกระเบื้องเข้ามาค้าขายยังถิ่นฐานนี้ตั้งแต่ 1,600 ปีมาแล้ว และก็มีชนชาติต่างๆ เข้ามาติดต่อค้าขายในพื้นที่แห่งนี้

เมืองตะกั่วป่าหรือเมืองตะ โกลานั้น เดิมขึ้นอยู่ในปกครองของเมืองนครศรีธรรมราชซึ่งเป็น เมืองเอกราชของประเทศศรีวิชัย แต่เมื่อประมาณ พ.ศ. 1832 ชนชาติไทยได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานในแคว้นสุวรรณภูมิ และมีอำนาจมากขึ้นจนตีได้เมืองนครศรีธรรมราชและเมืองตะกั่วป่า ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2437 ได้แบ่งการปกครองหัวเมืองต่างๆ ออกเป็นมณฑลและจังหวัด เมืองตะกั่วป่าจึงมีฐานะเป็นจังหวัดขึ้นกับมณฑลภูเก็ต และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 7 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เมืองตะกั่วป่า

จึงถูกลดลำดับความสำคัญจากจังหวัด ตะกั่วป่าลงมาเป็นอำเภอตะกั่วป่าขึ้นกับจังหวัดพังงา เมื่อปี พ.ศ. 2475 โดยศูนย์กลางการปกครองได้ย้ายไปอยู่ที่อำเภอเมืองเทศบาลเมืองตะกั่วป่า จัดตั้งตาม พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พุทธศักราช 2480 โดยที่เห็นสมควรให้ ยกฐานะบางส่วนของตำบลตลาดเหนือ ตำบลตลาดใต้ และตำบลย่านยาว อำเภอตะกั่วป่า จังหวัด พังงา ขึ้นเป็นเทศบาลเมืองมีนามว่า เทศบาลเมืองตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตั้งแต่วันที่ 11 มีนาคม พุทธศักราช 2480

#### ลักษณะการตั้งถิ่นฐาน

การตั้งถิ่นฐานทางภาคใต้พบว่าไม่มีชุมชนโบราณตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นภูเขาเลย ส่วนใหญ่ ตั้งถิ่นฐานอยู่ในที่ราบหรือบนเนินทรายที่น้ำท่วมไม่ถึง ชุมชนเหล่านี้จะรวมตัวกันเป็นกลุ่มๆ ใน บริเวณ ที่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อกับภายนอก ลักษณะภูมิประเทศทางภาคใต้ฝั่งตะวันออกเป็น แผ่นดินแคบ คาบสมุทรทอดยาวไปจนจรดสหพันธรัฐมาเลเซีย การเชื่อมโยงติดต่อกันนั้นนอกจาก จะมีเทือกเขา ลำน้ำสายต่างๆ และพื้นที่ราบที่ออกสู่ทะเลแล้วยังสามารถทำเป็นอ่าวจอดเรือได้เป็น อย่างดี จากลักษณะการตั้งถิ่นฐานไม่ปรากฏพบกลุ่มของชุมชน โบราณที่เห็นเป็นรูปร่างได้ แต่เริ่ม เห็นในเขตอำเภอตะกั่วป่าตั้งแต่บริเวณเกาะคอเขาตอนปากคลองตะกั่วป่า เข้ามาตามลำคลองที่มี ชุมชนกระจายตัวอยู่ตามลำน้ำจนเกือบถึงเชิงเทือกเขาตกที่เป็นต้นน้ำ ชุมชนในอำเภอตะกั่วป่าตั้งแต่ บริเวณเกาะคอเขาตอนปากคลองตะกั่วป่า ส่วนเมืองพังงานั้นเป็นเมืองใหม่ จากประวัติของเมือง ตะกั่วป่าพบว่าเป็นชุมชนเก่าที่มีสถาปัตยกรรมชิโน - โปรตุเกส เกิดขึ้นสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ จนถึงรัชกาลที่ 7การวางผังเมืองหรือการตั้งชุมชนในยุคแรกของชุมชนตะกั่วป่า (เก่า) ซึ่งมีอายุ เก่าแก่ที่สุด จะตั้งเมืองอยู่ในบริเวณค้ำน้ำของคลองตะกั่วป่า ในจุดที่น้ำลึกไหลช้าทำให้ง่ายต่อการ เทียบเรือสินค้าขนาดใหญ่และการตั้งเมืองโอบล้อมของหุบเขาลักษณะของการวางที่ดินเป็นพื้นแคบ ยาวเกาะไปตามถนน มีความลึกของที่ดินไม่แน่นอน รูปแบบทางศิลปกรรมและลักษณะตัวอักษร ของศิลาจารึกที่พบในเขตอำเภอตะกั่วป่านี้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการตั้งหลักแหล่งของพวก อินเดียนได้จากการศึกษาทางประวัติศาสตร์พบว่ากลุ่มชุมชนเก่าที่อาศัยอยู่ในเมืองตะกั่วป่า มี สถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุเกส ที่เกิดจากอิทธิพลทางการค้ากับชาวต่างชาติ ซึ่งสามารถแยก ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ 1 ได้แก่ อาคารชิโน - โปรตุเกส เป็นอาคารที่มีโครงสร้างเป็นกำแพงรับน้ำหนัก มีอาณาเขตด้านหน้าอาคารและมีลวดลายประดับอาคารเป็นยุโรป เช่น ที่หัวเสาปูนปั้นประดับผนัง อาคารหรือหอหน้าต่าง โดยนับรวมถึงอาคารทรงจีน ที่มักไม่ค่อยมีการตกแต่งลวดลายใด ๆ บน

อาคารเอาไว้ในกลุ่มนี้

ประเภทที่ 2 ได้แก่ อาคารชิโน-โปรตุกีสประยุกต์ เป็นอาคารที่เป็นโครงสร้างเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก จะมีอาณาเขตหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีลวดลายประดับอาคารในส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลวดลายแบบจีนหรือยุโรปหรือแบบอุตสาหกรรม

ประเภทที่ 3 ได้แก่ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น เป็นอาคารเรือนแถวไม้ที่พบเป็นส่วนใหญ่ในพื้นที่ที่มีอาณาเขตหรือไม่ก็ได้ โดยมีหลักในการพิจารณา คือ ความหนาแน่น ความต่อเนื่องหรือความกระจุกตัวของอาคารในพื้นที่ และพิจารณาดำเนินที่ตั้งและบทบาทการใช้สอยอาคารที่มีความสำคัญต่อชุมชนเก่านั้นด้วยสภาพปัจจุบันของพื้นที่ชุมชนบนถนนศรีตะกั่วป่าตั้งอยู่ริมคลองตะกั่วป่า มีถนนสายสำคัญ 5 สาย คือ ถนนศรีตะกั่วป่า ถนนอุดมธารา ถนนถลันแก้ว ถนนมนตรี 2 และถนนหน้าเมือง โดยมีถนนศรีตะกั่วป่า เป็นถนนสายหลัก และเป็นศูนย์กลางที่ตั้งของชุมชนมีอาคารรูปแบบชิโน-โปรตุกีส อยู่อย่างหนาแน่นและค่อนข้างสมบูรณ์ตลอดแนวยาวริมถนนอุดมธาราและบนถนนสายนี้ยังเป็นที่ตั้งของ "กำแพงค่ายเมืองตะกั่วป่า" ซึ่งเป็นโบราณสถานที่สำคัญ โดยอยู่ในการดูแลของกรมศิลปากร ที่ตั้งของกำแพงค่ายเมืองตั้งอยู่ใกล้กับคลองตะกั่วป่าบริเวณสามแยกคลองปีกับคลองตะกั่วป่า การเข้าถึงในปัจจุบันและการติดต่อกับเมืองอื่นๆ ยัง คงเป็นถนนสายเดียว และมีสภาพคดเคี้ยวผ่านแนวเทือกเขาที่สลับซับซ้อน สภาพของการจราจรเป็นไปอย่างบางเบา เหมาะกับการอนุรักษ์เมืองในขณะเดียวกันก็ควรที่จะพัฒนาเสริมศักยภาพของเมืองให้กลับมามีชีวิตชีวา ที่สามารถทำให้เมืองตะกั่วป่าสามารถดูแลตัวเองได้และมีความมั่นคงอย่างยั่งยืนซึ่งปัจจุบันนี้พื้นที่ดังกล่าวอยู่ในเขตชุมชนตลาดใหญ่

ลักษณะภูมิประเทศ

เทศบาลเมืองตะกั่วป่า มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสลับกับที่ราบริมน้ำ เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งคลองสายสำคัญของเมืองตะกั่วป่า คือ คลองตะกั่วป่า มีภูเขาที่สำคัญรอบเขตเทศบาล คือ เขาวังมรา เขาพระบาท และมีคลองที่สำคัญ คือ คลองตะกั่วป่า แต่ในปัจจุบันคลองตะกั่วป่ามีลักษณะตื้นเขินทำให้พื้นที่ในเขตเทศบาลฯ มีน้ำท่วมบ่อยครั้งในฤดูฝน

ลักษณะภูมิอากาศ

อำเภอตะกั่วป่า ตั้งอยู่บริเวณแนวชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม 2 ฤดู ทำให้ภูมิอากาศมีลักษณะแบบร้อนชื้น กล่าวคือ ช่วงที่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมจะทำให้มีอากาศร้อน และแห้งแล้ง แต่ในช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุมก็จะทำให้มีฝนตกชุก ซึ่งช่วงระยะของฤดูฝนจะยาวนานกว่าฤดูร้อนลักษณะภูมิอากาศแบ่งออกได้ 2 ฤดู คือ

ฤดูร้อน ระหว่างเดือน ตุลาคม – เมษายน อุณหภูมิ

ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน อุณหภูมิเฉลี่ย

อิทธิพลของลมมรสุมพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะเริ่มประมาณ เดือนธันวาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จะเริ่มประมาณเดือนมิถุนายนจนถึงเดือนพฤศจิกายน จากอิทธิพลของลมมรสุมดังกล่าว ทำให้สภาพภูมิอากาศในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนพฤษภาคม มีอากาศร้อน แห้งแล้ง แต่จะมีฝนตกบ้าง สำหรับในช่วงเดือนมิถุนายน ถึงเดือนพฤศจิกายน และได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งจะนำความชื้นจากทะเลอันดามันเข้ามาทำให้มีฝนตกชุกตลอดช่วง

อุณหภูมิ

ในช่วงระหว่างปี 2552 - 2556 อำเภอตะกั่วป่า มีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี ค่าอยู่ที่ 24.0 องศาเซลเซียส ถึง 27.6 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิสูงสุดอยู่ในช่วง 34.4 องศาเซลเซียส ถึง 35.5 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 35.5 องศาเซลเซียส เมื่อปี 2556 อุณหภูมิต่ำสุดอยู่ในช่วง 19.2 องศาเซลเซียส ถึง 21.6 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิต่ำสุดที่วัดได้ 19.2 องศาเซลเซียส เมื่อปี 2552 ข้อมูลประชากรในพื้นที่

สถิติจำนวนประชากรในเขตเทศบาลเมืองตะกั่วป่า ณ เดือนมีนาคม 2557 มีจำนวน 8,870 คน เป็นชาย 4,343 คน และหญิง จำนวน 4,527 คน อัตราการเจริญเติบโตของประชากรในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองตะกั่วป่า มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยประชากรในเขตเมืองตะกั่วป่าจะอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นในชุมชนศรีเมือง ซึ่งเป็นย่านธุรกิจพาณิชย์ในปัจจุบัน จำนวนประชาชนจำแนกตามบ้านและชุมชนการคาดการณ์จากจำนวนสถิติข้อมูลด้านประชากรของเทศบาลเมืองตะกั่วป่า นับได้ว่าเทศบาลเมืองตะกั่วป่า เป็นสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจากเปรียบเทียบได้จากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในวัยแรกเกิด - 3 ปี มีเพียง 300 คน แต่อัตราผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ปัจจุบันเทศบาลเมืองตะกั่วป่ามีประชาชนช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 1,338 คน

สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอตะกั่วป่า (Tripadvisor,2562)

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

- หาดนางทอง

- อุทยานแห่งชาติเขาหลัก – ลำรู่

- เกาะคอเขา

- หาดบางสัก

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| - หาดปากวิป       | - หาดคึกคัก    |
| - หาดบางเนียง     | - แหลมปะการัง  |
| - น้ำตกโตนช่องฟ้า | - น้ำตกสายรุ้ง |

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พังงา ทั่วไทยกับนายรอบรู้,2545)

- |                             |                         |
|-----------------------------|-------------------------|
| - วัดคีรีเขต                | - ศาลเจ้าพ่อเขาหลัก     |
| - วัดคงคามุก                | - ตึกขุนอินทร์          |
| - ตลาดริมน้ำตะกั่วป่า       | - จวนเจ้าเมืองตะกั่วป่า |
| - เมืองเก่าตะกั่วป่า        | - สะพานเหล็กบุญสูง      |
| - ศาลเจ้าพ่อกวนอู ตะกั่วป่า | - วัดเสนาชูรังสรรค์     |
| - ตลาดใหญ่ตะกั่วป่า         |                         |

ที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า (เทศบาลเมืองตะกั่วป่า,2562)

โรงแรม 4 ดาว 36 แห่ง ได้แก่

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 1. - Le Vela Khao lak             | 9. - Le Flora Khao lak                       |
| 2.- Khaolak Moutain View Resort   | 10. - The Leaf Oceanside Resort              |
| 3. - Khaolak Palm Beach Resort    | 11. - Fanari Khaolak Resort                  |
| 4. - Ayara Villas                 | 12. - Khaolak Forest Resort                  |
| 5. - Khaolak Bay Front Resort     | 13. - The water Khaolak by Katathani Resort  |
| 6. - Grandfather Khaolak Resort   | 14. - The Glory Gold Hotel                   |
| 7. - Khaolak Blue Lagoon Resort   | 15. - Khaolak Paradise Resort                |
| 8. - Andamania Beach Resort       | 16.- Takolaburi Cultural Resort              |
| 17. - Khaolak Orchid Beach Resort | 27. - Chaongfah Resort                       |
| 18. - Khaolak WanaBuree Resort    | 28. - The Kid Kho Khao Island Beach Resort   |
| 19. - Khaolak Oriental Resort     | 29. - Khaolak Bhandari Resort & Spa          |
| 20. - The Hip Resort @ Khaolak    | 30. - Fanari Khaolak Resort – Sea Front Zone |
| 21. - Beyond Resort Khaolak       | 31. - Sensima Khaolak Beachfront Resort      |
| 22. - Baan Khaolak Beach Resort   | 32. - La Flora Khaolak                       |
| 23. - Khaolak Laguna Resort       | 33. - ThaiLife Homestay Resort & Spa         |

- |  |  |
|--|--|
| 24. - The Haven Khaolak                | 34. - Manathai Khaolak                       |
| 25. - Bangsak Villag                   | 35. - Apsara Beachfront Resort & Villa       |
| 26. - Seaview Resort Khao lak          | 36. - Mukdara Beach Villa & Spa Resort       |
| โรงแรม 5 ดาว 14 แห่ง ได้แก่            |  |
| 37. - Mai Khaolak Beach Resort & Spa   | 44. - Le meridian Khaolak Resort & Spa       |
| 38. - Le Merara Beachfront Villa & Spa | 45.- The Sand Khaolak by Katathani Resort    |
| 39. - Devasom Beach Resort& Villas     | 46.- The Sunset Beach Resort Koh Kho Khao    |
| 40. - Villa Apsara                     | 47. - TheGrand Southsea Khaolak Beach Resort |
| 41.- Casa de La Flora                  | 48. - The Sarojin                            |
| 42-. Kantary Beach Khaolak             | 49.- Amata Luxury Villas                     |
| 43. -Moracea by Khaolak Resort         | 50.- Sensida Graceland Khaolak Resort & Spa  |

## 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม

ที่พักอาศัยเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคน ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ (Need) ที่จะขาดเสียมิได้ เมื่อการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นและได้กลายเป็นกิจกรรมหนึ่งในชีวิต เมื่อลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเริ่มใช้เวลานานขึ้น การเดินทางระยะไกลขึ้น ความต้องการที่พักทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่จึงมีปริมาณมากขึ้น มีการสร้างและปรับปรุงที่พักแรมให้ทันสมัย ตามยุคสมัยตามความต้องการของผู้เข้าพัก จึงทำให้ “ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม” (Accommodation Business or Hotel Business) กลายเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจที่พักแรมมีการพัฒนา และธุรกิจที่พักแรมทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโต (นิศา ชัชกุล, 2550: 135)

### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักแรม

การให้ความหมายสำหรับธุรกิจที่พักแรมได้ถือกำเนิดในประเทศไทย ตั้งแต่รัชกาลที่ 8 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมีกฎหมายในการควบคุม กำกับดูแล ให้การดำเนินธุรกิจโรงแรมอย่างเป็นทางการระเบียบเรียบร้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเรียงลำดับความสำคัญการให้ความหมายของโรงแรม (นงเยาว์ ใจหื้อ, 2551 : 3) ดังนี้

นิศา ชัชกุล (2550 : 78) ได้ให้ความหมายของโรงแรม คือ สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน พร้อมทั้งให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ แก่ผู้เดินทางมาหรือลูกค้าที่เข้า



## พักอาศัย

นางเยาว์ ใจหื้อ (2551 : 3) ธุรกิจโรงแรมถือว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างรายได้จํานวนมหาศาลให้แก่ประเทศ ซึ่งต้นแบบของการให้คําเนิน ธุรกิจโรงแรมของไทย ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศตะวันตก อันได้แก่ทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาใน ประเทศไทยมีการเติบโตของธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ดังที่ได้ กล่าวข้างต้นว่าธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกับธุรกิจ ประเภทอื่น ๆ ถึงแม้ว่าแนวโน้มของธุรกิจจะเปลี่ยนแปลงไปเพียงใด การเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะตัว และการบริการของธุรกิจโรงแรมยังคงเป็นประเด็นที่ควรตระหนักและให้ความสำคัญ

พระราชบัญญัติโรงแรมประเทศไทย ปี พ.ศ. 2478 ในมาตรา 3 ให้ความหมายของโรงแรมว่าหมายถึงบรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว

พระราชบัญญัติโรงแรมประเทศไทย ปี 2499 ให้ความหมายโรงแรมว่า หมายถึง สถานที่ประกอบการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการที่หลับนอน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แก่นักเดินทางซึ่งเป็นผู้เต็มใจจ่ายเพื่อแลกกับการบริการต่างๆ สถานที่ประกอบการเหล่านี้ไม่นับรวมถึงสถานที่พักบางประเภท เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย อพาร์ทเมนต์ หรือเรือนจำ

พระราชบัญญัติโรงแรมประเทศไทย ปี 2547 ในมาตรา 4 ให้ความหมายของโรงแรมหมายความว่า สถานที่พักจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

1. สถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งคําเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไร หรือรายได้มาแบ่งปันกัน
2. สถานที่พักจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดที่พักแรมได้ว่า กิจกรรมการรับใช้ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ และส่งผลให้เกิดการขาย ประกอบธุรกิจสำหรับที่พักแรมจัดตั้งเพื่อรับสินจ้าง ให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยว และมีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในระหว่างที่ลูกค้าเข้าพัก

นงศ์นุช ศรีชนานันต์(2553) กล่าวว่ามีการจัดกลุ่มประเภทโรงแรมอาจอาศัยเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. ที่ตั้งโรงแรมสามารถระบุประเภทได้ตามทำเลที่ตั้งเช่น โรงแรมในเมือง (city/downtown hotel) โรงแรมชานเมือง (suburban hotel) โรงแรมชายทะเล (seaside hotel) โรงแรม/ที่พักบนเขา หรือเชิงเขา (mountain resort) โรงแรมภูธรหรือในชนบท (in the country) โรงแรมริมทางหลวง (motor hotel) โรงแรมสถานีรถไฟ (railway hotel) โรงแรมท่าอากาศยาน (airport hotel) โรงแรมลอยน้ำ (floatel) ฯลฯ

2. ขนาดการจัดประเภทโรงแรมตามขนาดสามารถพิจารณาจากจำนวนห้องพักที่เปิดให้บริการในแต่ละแห่งแล้วจึงมาจัดแบ่งเป็นกลุ่มหากในทางปฏิบัติยังไม่มีข้อตกลงที่เป็นแนวสากลเพื่อระบุขนาดที่แน่นอนเช่นควรมีจำนวนห้องพักมากเท่าใดจึงจัดเป็นโรงแรมขนาดใหญ่เนื่องจากในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละประเทศย่อมมีสถานการณ์อุตสาหกรรมโรงแรมที่แตกต่างกันตัวอย่างหนึ่งของการจำแนกกลุ่มโรงแรมตามขนาดอาจจัดเป็น 4 กลุ่มได้แก่

- ต่ำกว่า 150 ห้อง
- 150-299 ห้อง
- 300-600 ห้อง
- และมากกว่า 600 ห้อง

3. จุดประสงค์ในการมาพัก/ใช้บริการผู้เข้าพักในโรงแรมอาจเดินทางมาด้วยเหตุผลแตกต่างกันเมื่อระบบสังคมเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงทำให้มีผู้คนเดินทางมาพักโรงแรมมากขึ้นด้วยจุดประสงค์ที่คล้ายคลึงกันจนกลายเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญของโรงแรมผู้ประกอบการโรงแรมจึงได้พัฒนาบริการให้มีรูปแบบการบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มมากขึ้นกลายเป็นประเภทโรงแรม

4. ระดับของบริการการจัดกลุ่มโรงแรมวิธีนี้จะพิจารณาจากลักษณะการบริการโดยรวมของโรงแรมซึ่งสามารถแบ่งเป็นระดับต่างๆโดยคำนึงถึงคุณภาพและปริมาณสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมความหลากหลายของการให้บริการการออกแบบและประดับตกแต่งอาคารรวมถึงห้องพักการจัดหาและดูแลรักษาอุปกรณ์เครื่องใช้ระเบียบแบบแผนการทำงานมารยาทและทักษะของพนักงานกำหนดอัตราค่าและบ้างก็รวมไปถึงลักษณะของแขกผู้พักส่วนใหญ่ด้วยตัวอย่างเช่น การจำแนกกิจการเป็น โรงแรมชั้นหรูหร่า (deluxe/luxury class) โรงแรมชั้นหนึ่งชั้นสองชั้นสาม (first,second,third class) โรงแรมชั้นประหยัด (economy class) โรงแรมชั้นนักท่องเที่ยว (tourist class) เป็นต้น

5. อัตราค่าห้องพักการแบ่งกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณาจากอัตราการคิดค่าห้องพักที่

โรงแรมกำหนดนี้แม้จะไม่สามารถแสดงถึงลักษณะกิจการได้อย่างถูกต้องเสมอไปแต่ในความจริง อัตราราคาย่อมมีความสัมพันธ์กับปริมาณและคุณภาพของการบริการที่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูงจึงกล่าวได้ว่าการแสดงอัตราราคาตามที่โรงแรมประกาศใช้สามารถบ่งบอกได้ในระดับหนึ่งถึงคุณภาพบริการในโรงแรมและกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะจ่ายค่าบริการได้รวมทั้งยังสามารถสร้างความคาดหวังแก่ผู้ใช้บริการได้อีกด้วยดังนั้นการให้ข้อมูลประเภทโรงแรมโดยแบ่งตามอัตราราคาเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจึงควรจำกัดอยู่ในท้องถิ่นที่มีสภาพเศรษฐกิจคล้ายคลึงกัน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการจัดพิมพ์แผ่นพับแสดงรายชื่อโรงแรมและที่พักในกรุงเทพฯ (ฉบับเดือนสิงหาคม 2538) เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็น 6 กลุ่มตามอัตราราคาห้องเดี่ยวต่อคืนคือ

- กลุ่มราคาตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป
- กลุ่มราคาตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป
- กลุ่มราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป
- กลุ่มราคาตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป
- กลุ่มราคาตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป
- กลุ่มที่พักราคาประหยัด (guesthouses)

6. การใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายแสดงระดับโรงแรมเป็นอีกวิธีหนึ่งที่แสดงความพยายามในการจัดประเภทที่เป็นระบบมากขึ้นและได้รับความนิยกว้างขวางในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวนสัญลักษณ์ที่ใช้จะแสดงมาตรฐานการบริการโรงแรมระดับต่างๆ ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่รู้จักกันแพร่หลายคือรูป ดาว โดยใช้จำนวนตั้งแต่ 1-5 ดวงและกำหนดระดับขึ้นดังต่อไปนี้

6.1 กลุ่มดาวเดียวหมายถึงโรงแรมที่มีขนาดเล็กสิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์พอใช้มีห้องน้ำห้องส้วมเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกันมีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพักเท่านั้นบรรยากาศเป็นกันเอง

6.2 กลุ่มสองดาวหมายถึงโรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับดาวเดียวห้องพักกว้างขึ้นมีห้องน้ำในตัวอาหารมีครบครันขึ้นไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

6.3 กลุ่มสามดาวหมายถึงโรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีห้องพักกว้างขึ้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากขึ้นมีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำมีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

6.4 กลุ่มสี่ดาวหมายถึงโรงแรมขนาดใหญ่ตกแต่งดีเป็นพิเศษมาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะดวกสบายมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

6.5 กลุ่มห้าดาวหมายถึงโรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากล

ระดับสูงในทุกๆ ด้านคือทั้งด้านห้องพักห้องอาหารการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ความสำคัญของงานบริการต่อธุรกิจ โรงแรมการบริการเป็นเรื่องสำคัญในธุรกิจโรงแรม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของแขกผลการสำรวจปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พักปรากฏว่าปัจจัยการให้บริการอยู่ในลำดับที่ 3 รองลงมาจากปัจจัยของที่ตั้ง โรงแรมความปลอดภัยซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่จะต้องให้เอาใจใส่ นอกจากนั้นการบริการ โรงแรมยังมีความสำคัญต่อผู้รับบริการทั้งการอำนวยความสะดวกการให้ความหมายและการให้ความบันเทิงตลอดจนการพักผ่อนหย่อนใจ

ดังรายละเอียดนี้

- การอำนวยความสะดวกการเดินทางในชีวิตในปัจจุบันทั้งกิจกรรมเนื่องในวาระพิเศษหรือกิจกรรมประจำวันอาจใช้บริการของโรงแรมได้

- การให้ความสบายการที่ต้องไปพักค้างในสถานที่อื่นซึ่งไม่ใช่บ้านอาจทำให้หลายคนเกิดความยุ่งยากในการนำเครื่องใช้ส่วนตัวตลอดจนสัมภาระที่จำเป็นและอาจจะกังวลว่าที่พักจะไม่สะดวกสบายเหมือนบ้านตนเอง ดังนั้น โรงแรมจึงมักเป็นที่ที่ให้ความสะดวกสบายแทนบ้านมีการจัดข้าวของเครื่องใช้พร้อมบริการ

- การให้ความบันเทิงและเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมส่วนใหญ่มีการจัดแหล่งบันเทิงเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

ตัวอย่างรายการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอให้บริการภายในโรงแรมอาจมี ดังต่อไปนี้

- ห้องน้ำภายในห้องพัก (Room/bathroom en suite) พร้อมอุปกรณ์เครื่องใช้
- บริการตลอด 24 ชั่วโมง
- เครื่องรับโทรทัศน์พร้อมรายการภาพยนตร์ให้เลือกและรายการวิทยุในห้องพัก
- อุปกรณ์การสื่อสารติดตั้งในห้องพัก
- ห้องอาหารประเภทต่างๆหลายห้องและร้านเค้กขนมปัง
- ห้องหรือบริเวณนั่งเล่นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Lounge)
- ห้องหรือบริเวณให้บริการเครื่องดื่ม
- บริการอาหารถึงห้องพัก (Room Service)
- ห้องประชุมขนาดต่างๆ (หลายห้อง) พร้อมจัดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น
- บริการจัดเลี้ยง (ในและนอกสถานที่)

- บริการซักรีด
  - บริการเพื่อสุขภาพ เช่น สนามกีฬาห้องออกกำลังกาย และห้องอบไอน้ำ
  - อุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ
  - บริการเพื่อความบันเทิง เช่น ห้องเล่นเกม ห้องฟังเพลง
  - บริการเช่ารถ
  - บริการด้านการเดินทางท่องเที่ยวโดยตัวแทนทางการท่องเที่ยว
  - ร้านค้าย่อยต่างๆ ร้านขายของใช้เบ็ดเตล็ดร้านขายของที่ระลึก ร้านอัญมณี
- เครื่องประดับร้านหนังสือร้านตัดเสื้อร้านดอกไม้ สถานเสริมความงาม

การจัดแบ่งประเภทของที่พักแรม หรือโรงแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัด ประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่แขก หรือ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมจึงไม่มีข้อยุติแน่นอน แต่แตกต่างกัน ออกไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว ซึ่งยกตัวอย่างได้ดังนี้เฮนคิน (Henkin, 1979 : 3 - 4) ได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท

1. โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือ โรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels)
2. โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels)
3. โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel)

จากการแบ่งโรงแรมออกเป็น ประเภทต่างๆ ดังกล่าวแล้ว นักบริหารด้านการโรงแรมบางคนได้ แบ่งโรงแรมตามลักษณะการเข้าพักชั่วคราว หรือระยะเวลาอันออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงแรมที่แขกพัก ชั่วคราว (Transient Hotel) และ โรงแรมแขกพักประจำหรือระยะเวลาอัน (Residential Hotel) สำหรับ โรงแรมที่เรียกชื่ออย่างอื่นก็จัดอยู่ในลักษณะของ 2 ประเภทดังกล่าวแล้ว (Gray and Liguori, 1994 : 10 - 11) นอกจากนี้ ยังมีแบ่งโรงแรมตามสถานที่ตั้ง (Location) โดยแบ่งออกเป็นโรงแรมในเมืองเล็กๆ (Small Cities) โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities) โรงแรมตากอากาศ (Resorts) และ โรงแรมสนามบิน (Airports) อีกเช่นกัน ได้จัดแบ่งประเภทของโรงแรม โดยยึดพื้นฐานทางด้านขนาดของโรงแรม เป้าหมายการตลาด ระดับของการบริหารและการเป็นเจ้าของ หรือการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริหารโรงแรมไว้ดังนี้

1. การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) การแบ่งตามขนาดของโรงแรม สามารถนับได้จาก จำนวนห้องพัก ซึ่งมาสามารถแยกได้เป็น 4 ขนาด คือ

- ห้องพักที่มีจำนวนต่ำกว่า 150 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 150 - 299 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 300 - 599 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 600 ห้องขึ้นไป

สำหรับการบริการต่างๆ ก็เหมือนกับโรงแรมทั่วไป แต่อาจจะเล็กน้อยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาด ของโรงแรม

2. การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาด (Hotel Target Markets) เป้าหมายโรงแรมมีหลายประเภท แต่ที่สำคัญอาจแบ่งได้ดังนี้

- 2.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)
- 2.2 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)
- 2.3 โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels)
- 2.4 โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) มีลักษณะเหมือนกับ โรงแรมแขกพักประจำ
- 2.5 โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)
- 2.6 โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast)
- 2.7 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel)
- 2.8 โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels)
- 2.9 ศูนย์ประชุม (Conference Centers)

สุพรรณยา เทียมประสิทธิ์. (2562) กล่าวว่า การจัดแบ่งประเภทของโรงแรมดังกล่าวแล้ว ยังไม่มีข้อตกลงสากล ดังนั้นการจัดแบ่ง ประเภทจึงแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้จัดประเภทว่าใช้หลักการอะไร เช่น การเข้าพัก อาศัย ที่ตั้งของ โรงแรม การบริการ การบริหาร ราคาห้องพัก ขนาดของ โรงแรม หรือหลักการอื่นๆ ในบาง ประเทศ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ มีที่พักในฟาร์มแกะ (Farmstays) หรือที่พักในรถยนต์ (Motor Camps) ในรถยนต์จะจัดห้องพัก ห้องน้ำ และห้องอาหาร ผู้เช่ารถยนต์ประเภทนี้สามารถพักในรถได้ นอกจากนี้ยังมีบริการที่พักร่วมกับเจ้าของบ้าน (Homestays) เจ้าของบ้าน จัดที่พัก อาหารเช้า มื้อเย็นให้แก่ผู้เช่าอาศัย

ผู้วิจัยได้สรุปทฤษฎีที่พักแรม ได้ว่า สถานที่ที่มีการดำเนินธุรกิจที่พักแรมโดยรับสินจ้างจาก นักเดินทางที่มาใช้บริการที่ที่พักแรมชั่วขณะหนึ่ง มีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสะดวกและประทับใจที่สุด โดยมีการแบ่งมาตรฐานของ โรงแรมตั้งแต่ 1 – 5 ดาว ตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการ อัตราค่าบริการก็จะสูงตามลำดับมาตรฐานของ โรงแรมโรงแรมเพื่อการพาณิชย์ โรงแรมสนามบิน โรงแรมห้องชุด โรงแรมแขกพัก

ประจำ โรงแรม รีสอร์ท โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า โรงแรมคอนโดมิเนียม โรงแรมบ่อนการพนัน ศูนย์ประชุม การบริการของโรงแรมควรมีพื้นฐาน คือ งานบริการไม่มีตัวตน แต่สามารถให้ความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการหรือแขกได้ในเรื่องโรงแรม โรงแรมมิได้ขายผลผลิตที่มีตัวตน (Tangible Products) เช่น ห้องสะอาด ภัตตาคารใหญ่โต อุปกรณ์หรูหราราคาแพง ฯลฯ การบริการที่ประทับใจ เช่น ความสุภาพอ่อนน้อม รอยยิ้ม ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่แขก) การบริการที่ถูกต้องสอดคล้องกับหลักมาตรฐานของงานบริการ เช่น มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ สุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แจ่มใส แต่งกายสะอาด ฯลฯ เป็นมาตรฐานที่ดีของงานบริการ

### 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการในที่พักแรม

การให้บริการลูกค้านับว่าเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจโรงแรม โรงแรมจะให้ความสำคัญกับการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผู้รับบริการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจทุก ๆ ส่วนของการบริการ การทำความเข้าใจการให้บริการผู้สูงอายุ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะปัจจุบันผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีคุณภาพ มีกำลังใช้จ่ายที่สูง และการนำมาซึ่งรายได้

#### 2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการในที่พักแรม

ความหมายของการบริการ ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือ ให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วย อำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือ ผู้มารับความสะดวก “การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภคร/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น Michael K. (2006)

Eiglier P and Langeard E (1987) กล่าวว่า คุณภาพการบริการหมายถึงศักยภาพในการ

ที่จะตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ถ้าความคาดหวังของลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนอง ลูกค้าจะประเมินการบริการนั้นว่ามีคุณภาพต่ำ และเมื่อความคาดหวังของลูกค้าได้รับการตอบสนองเท่ากับที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะประเมินคุณภาพการบริการนั้นว่ามีคุณภาพสูง

Kotler et al (1999:) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมใดๆ หรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้มอบให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งผลประโยชน์นั้นเป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้ และไม่สามารถจะส่งผลให้เกิดการครอบครองสิ่งใดภายหลังการส่งมอบ การผลิตการบริการอาจจะเกี่ยวหรือไม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

Norman, R (1984) กล่าวว่า กระบวนการการบริการ (service encounter) ประกอบด้วยช่วงเวลาแห่งความจริง (moments of truth) หลายช่วงเวลาด้วยกันภายในสิ่งแวดล้อมของปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะถูกระเมินโดยการดูว่าการบริการนั้นตอบสนองตรงต่อความความคาดหวังของแขกหรือผู้รับบริการได้มากแค่ไหน ผลก็คือคุณภาพของการบริการถูกส่งมอบไว้ในหลายช่วงเวลาแห่งความจริงระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า และคุณภาพของการบริการจะขึ้นอยู่กับทักษะระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมที่การบริการนั้นเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ในขณะที่แขกพักอยู่ในโรงแรมแห่งหนึ่ง แขกอาจไม่พอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงในขณะที่เข็คินเพราะห้องที่จะเข้าพักยังเคลียร์ไม่เสร็จ แต่เมื่อแขกเข้าห้องพักแล้วอาจจะพอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงในช่วงเวลาที่อยู่ในห้องพักเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แขกอาจจะพอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงเมื่อพนักงานห้องอาหารเรียกชื่อแขกได้อย่างถูกต้อง สรุปได้ว่าตลอดระยะเวลาของการพักในโรงแรม (encounter) แขกจะได้พบกับช่วงเวลาแห่งความจริงหลายอย่าง (moments of truth) ซึ่งบางอย่างแขกอาจจะพอใจ บางอย่างแขกอาจจะไม่พอใจ

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่พักรวมได้ว่า เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้น ณ ที่พักรวม การบริการเกิดขึ้นได้ ต้องมีผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ เพื่อความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการ โดยผู้บริการมีความคาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการที่ดี ทันทีทันใด โดยผ่านการประเมินจากความพึงพอใจ

### 2.3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการในที่พักรวม

ธารีทิพย์ ทากิ (2549, 13) ให้ความหมายของการบริการ ว่าหมายถึงกิจกรรมการรับใช้ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อการขาย โดยการบริการประกอบไปด้วย ผู้ให้บริการ (Service Provider) ซึ่งให้ความหมายธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นผู้จัดหาบริการต่างๆ เช่น บริหารห้องพักรับบริการซักรีด เป็นต้น เพื่อนำมาเสนอแก่ “แขก” หรือเรียกว่าผู้รับบริการ (Service Consumer) โดย



มุ่งหวังว่าผู้บริการจะเกิดความพึงพอใจและเต็มใจที่จะจ่ายเงิน เพื่อตอบแทนการบริการนั้น ๆ

จิตตินันท์ เศษะคุปต์ (2549) กล่าวว่า “การบริการ” เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายและส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับแต่ต้องได้ และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่สามารถนำมาซื้อขายกันได้ ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรที่มีการแข่งขันกันสูงไม่ว่าจะด้านกลยุทธ์ต่างๆ ไปแกรมที่น่า เสนอ หรือโปรโมชันพิเศษสุด สุดท้ายแล้วผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการนั้นก็คือการบริการหลังการขายซึ่งเป็นที่ต้องการต่างๆ นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการหลังการขายและเป็นตัวเลือกที่ดีในการเข้าใช้บริการ “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ ซึ่งความหมายอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบาก ยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช้ทำงาน

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่า ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ฤดี หลิมไพโรจน์ (2557 : หน้า 3 -4) ได้กล่าวไว้ว่า การให้บริการขององค์การธุรกิจบริการต่าง ๆ นั้น มีสิ่งที่จะต้องคำนึงในการจัดให้มี เพื่อให้เกิดการบริการที่สามารถส่งถึงผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพ และ สร้างให้เกิดความพึงพอใจในการรับบริการ

Kotler P (2000 :p. 464-468) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่ม บุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็น เจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : หน้า 432) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับการบริการ

นั้นจำเป็นจะต้องศึกษาถึง ลักษณะของบริการ (Service Characteristics) เนื่องจากบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า (Product) อยู่หลายประการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546: 4) ให้นิยามบริการไว้ 2 แบบได้แก่ บริการ (Service) เป็นการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้า แต่การปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ และ บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลา และสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 210 - 212) กล่าวว่า บริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะสนองความต้องการแก่ ลูกค้า บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะ มีการซื้อ ตัวอย่าง คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่า ตนจะได้รับการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบา ๆ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะ ดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการ ให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อ โฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูกต้องควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

เช่น สถาบันเสริมความงาม สเลนเดอร์ พาราไดซ์คิสโก้เชค

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคใน ขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละ รายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะ ให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและ ความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอนในชั่วโมงที่อารมณ์ดีมีการ เตรียมตัวดีจะสอนดี ในชั่วโมงที่ อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัว คุณภาพในการสอนจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่ แน่นนอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุม คุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะ ของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุง บริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความ ต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่าง รถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนคน จะแน่น ต้องใช้จำนวนรถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์ เสาร์ คนจะแน่นทำให้เกิดปัญหาการให้บริการไม่เพียงพอ กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามาก หรือน้อยเกินไป มีดังนี้

4.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

4.1.1 การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential Pricing) เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความ ต้องการซื้อสูงและตั้งราคาต่ำในช่วงความ

ต้องการซื้อน้อย เช่น จัดอาหารบุฟเฟต์ ราคาพิเศษ ในช่วงปลายเดือนในโรงแรม

4.1.2 กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย (Nonpeak Demand Can be Cultivated) โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย เช่น โรงแรมมีการจัดรายการ เทศกาลอาหารฝรั่งเศส เป็นต้น 3.การให้บริการเสริม (Complementary Service) เช่น มีเครื่องเอ ที เอ็ม ไว้หน้าธนาคารเพื่อลดจำนวนลูกค้าในธนาคาร 4.ระบบการนัดหมาย (Reservation Systems) เพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเพื่อการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสม และ เพื่อปรับระดับปริมาณดีให้เหมาะสม เช่น โรงแรมจัดระบบการจองห้องพัก สายการบินจัดระบบการจองที่นั่ง

4.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้

4.2.1 เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Part – Time Employees) เช่น ห้างสรรพสินค้าจ้างนักเรียนในช่วงปิดภาคเรียน ภัตตาคารเพิ่ม พนักงานชั่วคราวในช่วงลูกค้ามาก

4.2.2 การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก (Peak – Time Efficiency Routines) เช่น ช่างทำผมที่มีชื่อเสียงจะทำงานเฉพาะตัด ซอย เช็ด เท่านั้น

4.2.3 ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (Increased Consumer Participation) เช่น ที่ทำการไปรษณีย์ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มลงทะเบียนและคิดแถมบปีเอง เพื่อประหยัดเวลาของผู้ขาย ในการให้บริการ

4.2.4 การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared Service) เช่น ใช้เครื่อง ATM ร่วมสำหรับธนาคารหลายแห่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย โครงการใช้เครื่องมือด้านการแพทย์ของโรงพยาบาลร่วมกันเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย 5.การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for Future Expansion) เช่น สวนสนุกมีการจัดเครื่องเล่นใหม่ ๆ หรือการขยายพื้นที่ การให้บริการ parasuraman et al (1985) กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีคุณสมบัติเลื่อนราง และไม่มี การให้คำจำกัดความที่ชัดเจน และตัวผู้บริโภคเองก็ไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการก็ยังไม่มีการกำหนดไว้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้น การให้คำจำกัดความ คำว่าคุณภาพการให้บริการต่าง ๆ ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก คุณภาพการบริการจึงเป็นประเด็นที่มีความซับซ้อนในอุตสาหกรรมบริการอย่างเช่นการท่องเที่ยวและการโรงแรม

เลิศพร ภาระสกุล (2559) กล่าวว่า โมเดลคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและได้เสนอโมเดลสำหรับคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL โมเดลนี้เรียกได้ว่าเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้วยเหตุผล 2 ประการ กล่าวคือ ประการแรกเป็นทฤษฎีที่ใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในการอธิบาย

คุณภาพการบริการ ประการที่ 2 เป็นทฤษฎีที่ระบุและอธิบายมิติต่างๆ ที่ทั้งผู้บริโภครู้และผู้ให้บริการใช้วัดและประเมินการให้บริการและมาตรฐานคุณภาพ จากมุมมองทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลนี้อธิบายคุณภาพการบริการว่าหมายถึงส่วนต่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการที่จะได้จากผู้ให้บริการกับการรับรู้เกี่ยวกับผลการบริการ กรอบแนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการของ Parasuraman และคณะ (1985) และมีประเด็นอยู่ที่ ช่องว่างและส่วนต่างระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับผลของการบริการ (Perception) และความคาดหวัง (expectation) ระหว่างกลุ่มบุคคลซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายบริหาร ผู้บริโภค (ลูกค้า) และผู้ให้บริการ Parasuraman และคณะ จำแนกช่องว่างหรือส่วนต่างในเรื่องคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่ ส่วนต่าง ระหว่าง

1. ฝ่ายบริหารรับรู้ถึงความคาดหวังของผู้บริโภค (ความคาดหวังของผู้บริโภคจากสายตาของผู้บริหาร) กับความคาดหวัง (จริง) ของผู้บริโภค
2. ความคาดหวังของผู้บริโภคในสายตาหรือในการรับรู้ของผู้บริหารกับเกณฑ์รายละเอียดต่างๆ ของคุณภาพการบริการ
3. เกณฑ์รายละเอียดต่างๆ ของคุณภาพการบริการกับการส่งมอบการบริการ
4. การส่งมอบการบริการกับคุณภาพการบริการที่สื่อสารไปยังลูกค้า
5. การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการที่ได้รับ และความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับจากการบริการช่องว่างหรือส่วนต่างทั้ง 5 ประเภทข้างต้นมีผลกระทบต่อการประเมินของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางช่องว่างช่องที่ 5 ซึ่งโดยตัวของมันเองเป็นฟังก์ชันของอีก 4 ช่องว่าง เนื่องจากผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่จะอธิบายได้ถึงความหมายของคำว่าคุณภาพ ดังนั้นการประเมินคุณภาพการบริการจึงต้องขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเป็นหลัก จึงนับว่าเป็นการทำทนายสำหรับผู้ให้บริการที่จะต้องเข้าใจว่าคุณภาพการบริการจะถูกประเมินโดยผู้รับบริการหรือลูกค้า

หลักเกณฑ์ต่างๆ ของคุณภาพการบริการ Parasuraman และคณะ ได้จำแนกหลักเกณฑ์ของคุณภาพการบริการ 10 ประการ เอาไว้ในโมเดล SERVQUAL ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ (reliability)
2. การตอบสนอง (responsiveness)
3. ความรู้ ความสามารถ (competence)
4. การเข้าถึง (access)
5. ความมีมารยาท (courtesy)

6. การสื่อสาร (communication)
7. ความไว้วางใจได้ (credibility)
8. ความมั่นคง (security)
9. ความรู้และความเข้าใจในตัวลูกค้า (understanding and knowing customers)
10. ความสามารถที่จับต้องได้ (tangibles)

ผู้บริโภคใช้เกณฑ์เหล่านี้ในการประเมินคุณภาพการบริการ และเนื่องจากมีเกณฑ์บางเกณฑ์ใน 10 เกณฑ์นี้ไม่ได้เป็นอิสระจากกัน เกณฑ์ทั้งสิบจึงถูกปรับให้น้อยลงเหลือเพียง 5 มิติที่มีความอิสระจากกัน ได้แก่

1. ความสามารถที่จะจับต้องได้ (tangibles)
2. ความน่าเชื่อถือ (reliability)
3. การตอบสนอง (responsiveness)
4. การรับรองให้เกิดความมั่นใจ (assurance)
5. ความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น (empathy)

มิติทางด้านความน่าเชื่อถือเป็นมิติที่ผู้บริโภคประเมินว่ามีความสำคัญมากที่สุดในการประเมินคุณภาพการบริการ อย่างไรก็ตาม ความสำคัญที่ผู้บริโภคให้ต่อมิติใดมิติหนึ่งของคุณภาพการบริการอาจมีความแตกต่างกันก่อนหรือหลังจากการส่งมอบการบริการการประเมินคุณภาพการบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่ผลของการบริการเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับกระบวนการส่งมอบการบริการด้วย ดังนั้น ความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการส่งมอบบริการมากกว่าผลของการบริการ

การประยุกต์ใช้ทฤษฎี SERVQUAL โมเดล SERVQUAL ได้มีการนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวางในการวิจัยในสาขาวิชาและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจคุณภาพการบริการ และเป็นที่ยอมรับกันในหมู่นักวิจัยว่าเป็น โมเดลที่มีประโยชน์และเหมาะสมกับการบริการที่หลากหลาย เช่น การค้าปลีกนายหน้าไปจนถึงบริการด้านการบำรุงรักษาและซ่อมแซม สำหรับในด้านของการท่องเที่ยว ได้ทดสอบเครื่องมือ SERVQUAL กับลูกค้าของภาคบริการการท่องเที่ยว 4 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ ลูกค้าของสายการบิน ลูกค้าโรงแรม ร้านอาหาร และลูกค้าของสถานสกี นักวิจัยทั้งสองลงความเห็นว่าสเกลที่ใช้ในการวัดมีประโยชน์ในการวัดความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างภาคบริการแต่ละประเภท เช่น โรงแรม สายการบินร้านอาหาร และยังมีประโยชน์ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างบริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ในประเภทเดียวกันด้วย เช่น

เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม สเกล SERVQUAL ก็ยังคงไม่มีความตรง (valid) สำหรับภาคบริการการท่องเที่ยวทุกประเภทได้ดัดแปลงโมเดล SERVQUAL เพื่อใช้กับธุรกิจที่พักแรม ในการศึกษาของนักวิจัยทั้งสองได้พบว่า ประสิทธิภาพหรือความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการจะขึ้นอยู่กับความรู้เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่พนักงานในธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมให้กับลูกค้า หรือพูดง่าย ๆ ว่าขึ้นอยู่กับความรู้ที่ผู้รับบริการมีต่อเจ้าบ้านนั่นเอง เจ้าบ้านเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการให้และส่งมอบบริการให้กับลูกค้าก็คือนักท่องเที่ยวสิ่งที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับความสามารถของเจ้าบ้านที่จะประเมินความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งมอบบริการที่ตอบสนองความต้องการเป็นรายบุคคลให้กับนักท่องเที่ยวการบริการลูกค้าของโรงแรมและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ใช้อิทธิพลไม่ตรีจิต ต่อกันทั้งระหว่างผู้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ ลูกน้องและผู้บังคับบัญชาหรือในระหว่างพนักงานด้วยกัน และด้วยเหตุผลที่โรงแรมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและการจ้างงาน ธุรกิจโรงแรมจึงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องจวบจนถึงปัจจุบันนี้ ธุรกิจโรงแรมยังคงมีการเปลี่ยนแปลงมีการลงทุนขยายตัวและเติบโตอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งในขณะเดียวกันโรงแรมก็มีภาวะการแข่งขันสูงต่างพยายามสร้างความแตกต่างให้กับโรงแรมของตน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ด้วยการใช้รูปแบบของการตกแต่ง แนวคิดในการออกแบบการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยความสวยงามของสถานที่ รวมถึงการบริการในด้านต่างๆ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสร้างความจดจำและให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณค่าและความภูมิใจที่ได้เป็นลูกค้าของโรงแรมจนเกิดเป็นความประทับใจ โดยที่โรงแรมแต่ละแห่งจะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตน ซึ่งล้วนแต่มุ่งสร้างความสนใจและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะ มีความหลากหลายทั้งทำเลที่ตั้ง รูปแบบของโรงแรม และลักษณะบริหารงาน ซึ่งโรงแรมจะเน้นการจัดพื้นที่ให้ดูสวยงาม โอ่โง่งสะดวกสบาย เพื่อการดูแลแขกให้ได้รับความพึงพอใจจากการเข้าใช้บริการของ โรงแรมการให้บริการของ โรงแรมและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ลูกค้ายังมีความต้องการที่จะได้รับการอำนวยความสะดวกในด้านอื่น ๆ มากไปอีกไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการอาหารเช้าอาหารกลางวันอาหารเย็นบริการซักรีด หรือแม้กระทั่งความต้องการในการส่งเสริมสุขภาพร่างกาย ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงบริการของ โรงแรมอาจกล่าวได้ว่า โรงแรมเปรียบเสมือนบ้านหลังหนึ่งที่ต้องให้การต้อนรับดูแลลูกค้าทั้ง ที่พักอาหาร และเครื่องดื่ม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ไว้สำหรับทำภารกิจส่วนตัวตามที่ลูกค้าต้องการหรือร้องขอ โดยที่ลูกค้าตอบแทน

การดูแลนั้นเป็นเงินหรือค่าบริการ (Service Charge) นักธุรกิจหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในท้องถิ่น จะมีความต้องการบริการที่แตกต่างกัน เช่น ถ้าลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจจะมีความต้องการที่เน้นไปทางด้านห้องประชุมสัมมนา ศูนย์บริการทางธุรกิจ ห้องจัดเลี้ยง สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานในห้องพักแต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวก็จะมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น สนามเทนนิส สระว่ายน้ำ สนามกอล์ฟ เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้าที่มีรายได้สูงจะไม่เกี่ยงเรื่องราคาแต่จะเน้นการบริการที่ดี รวดเร็ว และลูกค้าบางกลุ่มอาจจะต้องการห้องอาหารที่ดูดี มีระดับ ในขณะที่บางกลุ่มต้องการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่แบบไม่ฟิธิฟิธัน เป็นอาหารที่ประกอบง่ายๆ ราคาประหยัดเพราะฉะนั้นโรงแรมจึงต้องจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด ซึ่งกล่าวได้ว่าการบริการในด้านต่างๆ ของโรงแรมและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าให้มีความหลากหลายนั้นเป็นสิ่งสำคัญขั้นพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีโดยใช้การออกแบบได้ประดับตกแต่งให้สวยงาม หรรษา เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ซึ่งลูกค้าก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจและประทับใจกลับมาใช้บริการอีก อย่างไรก็ตามโรงแรมควรศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเพราะโรงแรมคงไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มได้ อีกทั้งโรงแรมก็ต้องมีการดำเนินการตลาดโดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าจึงไม่เป็นการลงทุนที่สูญเปล่า เพราะโรงแรมทราบว่าใครคือลูกค้าของตนเอง การบริการลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ หรือลูกค้าทั่วไป โรงแรมอาจจัดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไว้ให้ หรือเพื่อการขยายฐานทางการตลาดอนาคต สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ของโรงแรมสรุปได้ ดังนี้ จารุวรรณ กะวิเศษ (2558 : 86-95)

### 1. การบริการห้องพัก

ห้องพักของโรงแรมแต่ละแห่งต่างพยายามสะท้อนให้ลูกค้าได้เห็นถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับ เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ การตกแต่งและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก นับตั้งแต่ของใช้ภายในห้องน้ำ สบู่ คริมอาบน้ำ แชมพูยา สีฟิ่น พร้อมแปรงสีฟัน หมวกคลุมผมอาบน้ำ ผ้าเช็ดตัวผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดมือ พรหมเช็ดเท้า รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น เตาไรด์พร้อมที่รองไรด์ กระจกส่องขยาย ใครงเป่าผม โตะวางกระเป๋า รองเท้าสำหรับใส่ในห้องพัก ตู้นัรภัยสำหรับเก็บของมีค่า มินิบาร์ ที่ใช้บริการน้ำดื่มชา กาแฟ ส่วนขนมหรือเครื่องดื่มอื่นๆ อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแต่ถ้าหากห้องพักเป็นแบบห้องพิเศษ มินิบาร์อาจจัดเป็นอภินันทนาการ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มนอกจากนี้โรงแรมบางแห่งมีการบริการ Wi-Fi ฟรีใน



ห้องพัก โดยเฉพาะโรงแรมสำหรับนักธุรกิจโรงแรมในเมือง ที่พร้อมจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างดีที่สุด

## 2. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม

มีลักษณะการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสามารถดำเนินการได้ในหลายลักษณะ ทั้งให้บริการในรูปแบบของห้องอาหารประเภทต่างๆ เช่น ห้องอาหารไทย ห้องอาหารตะวันตก ห้องอาหารจีน ห้องอาหารญี่ปุ่น เป็นต้น หรือการบริการในลักษณะของการจัดเลี้ยงในปัจจุบัน การให้บริการบนห้องพักอาศัยอยู่ในรูปแบบการให้บริการภายในห้องพักซึ่งหมายถึงการให้บริการที่มากกว่าการนั้น อาหารไปเสิร์ฟในห้องพักเพียงอย่างเดียวโดยพนักงานจะให้บริการภายในห้องพักตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น การจัดโต๊ะอาหารหรือสั่งอาหารรายการพิเศษ เป็นต้น การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มและยังรวมถึงการบริการเครื่องดื่ม อาหาร ณ บริเวณล็อบบี้ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส คาดฟ้า บริเวณที่เป็นจุดชมวิวของโรงแรม หรือส่วนที่เป็นไนต์คลับ ผับ ค็อกเทลเลาจ์ สถานที่ต่างๆ เหล่านี้ลูกค้าอาหารได้เครื่องดื่ม ที่สามารถสร้างรายได้จำนวนมากไม่น้อยไปกว่ารายได้จากห้องพัก

## 3. การบริการด้านการจัดประชุม สัมมนา และการจัดเลี้ยง

การจัดงานการประชุมและสัมมนาในโรงแรม เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของภายในจัดเลี้ยงเป็นสิ่งที่สะดวกมากในปัจจุบัน เพราะโรงแรมสามารถให้บริการค่อนข้างครอบคลุมหรือครบถ้วน ในหนึ่งงานโรงแรมจะจัดเตรียมสิ่งต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับจัดงานไว้ให้กับลูกค้า กล่าวได้ว่าโรงแรมคือผู้ปฏิบัติงานแทนเจ้าของงานที่ว่าจ้างนั่นเอง แผนกจัดเลี้ยงไม่ได้ให้บริการเฉพาะการจัดประชุม สัมมนา หรืองานแต่งงานแต่ยังสามารถให้บริการจัดเลี้ยงทั่วไป เช่น งานหมั้น งานครบรอบแต่งงาน งานเลี้ยงประจำของบริษัทงาน วันเกิดงาน เปิดตัวสินค้า เป็นต้น การกำหนดจัดงานเลี้ยงใดๆ ต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้จัดงานเป็นหลัก แผนกจัดเลี้ยงถือเป็นแผนกที่ทำรายได้ให้กับโรงแรมได้ไม่น้อยเช่นเดียวกัน

## 4. การบริการด้านสปาและนวดเพื่อสุขภาพ

การให้บริการด้านสปาจัดให้มีสำหรับลูกค้าที่ชอบการดูแลสุขภาพหรือลูกค้าที่ต้องการผ่อนคลายจากการทำงาน การประชุม แต่เนื่องจากสปาที่มีรูปแบบการบริการที่หลากหลายโรงแรมจึงต้องเลือกรูปแบบของสปาที่เหมาะสมกับลูกค้า ซึ่งจะเน้นบรรยากาศที่อบอุ่น สวยงาม สะอาด และอบอวลด้วยกลิ่นอโรมา เพื่อสร้างความรู้สึที่ผ่อนคลายและดึงดูดใจให้กับลูกค้า

## 5. การบริการห้องออกกำลังกาย

ส่วนใหญ่เป็นการบริการฟรี เพราะจัดให้เป็นนันทนาการสำหรับลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรม และในห้องออกกำลังกายจากมีครุฝึกที่คอยดูแลและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าตลอดเวลา

6. การอำนวยความสะดวกด้านการจัดการให้มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก การจัดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ในโรงแรมบางแห่งจะจัดพื้นที่ของโรงแรมให้เข้าทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจัดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เช่น งานศิลปหัตถกรรม เครื่องเงิน ผ้าไหม เครื่องประดับ

7. การบริการรับฝากของมีค่า เป็นหน้าที่โดยตรงของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในทรัพย์สินของตน แต่ในปัจจุบัน โรงแรมระดับสามดาวขึ้นไป จะมีตู้นิรภัยสำหรับลูกค้าภายในห้องพัก ดังนั้นลูกค้าจึงสามารถเก็บของมีค่าไว้ในตู้นิรภัยที่อยู่ภายในห้องพักได้

8. การบริการศูนย์ธุรกิจ ส่วนมากโรงแรมสำหรับนักธุรกิจหรือโรงแรมในเมืองจะมีการบริการด้านการดำเนินงานทางธุรกิจให้กับลูกค้า ทั้งการจัดประชุมทางไกล การบริการเลขานุการ การบริการสำนักงานต่างๆ รวมทั้งการทำธุรกิจประเภทต่างๆ ลูกค้ามาพักจะได้รับการอำนวยความสะดวกและพึงพอใจในการให้บริการต่างๆเหล่านี้

9. การประสานงานกับบริษัททัวร์ การบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่ต้องการไปเที่ยวในที่ต่างๆ โรงแรมจะให้บริการในการแนะนำรายการนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวให้กับลูกค้าซึ่งโดยส่วนใหญ่ในโรงแรมจะมีกลุ่มงานที่คอยประสานงานในด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอยู่แล้ว และบริษัทนำเที่ยวที่เป็นคู่สัญญาจากมีหน้าร้านหรือพื้นที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงบริการสำรองตั๋วเครื่องบิน การสำรองบัตรเข้าชมสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

10. การอำนวยความสะดวกในการจัดสถานที่ เพื่อให้ลูกค้าคนผ่อนคลาหรืออื่นเรียง เช่น มีฝับ คีอเทเลเลาจีไว้คอยบริการ มีลูกค้าบางกลุ่มที่คนข้างดิระดับ โรงแรมจะจัดสถานที่ให้บริการที่เน้นเครื่องดื่มและมีดนตรีฟัง คนตรีจะเป็นประเภทแนวแจ๊ส สำหรับผู้ที่ชอบความคลาสิกและมีรสนิยม ทั้งนี้โรงแรมระดับห้าดาวจะมีสถานที่บริการเช่นนี้อยู่หลายจุดภายในโรงแรม

11. การบริการพี่เลี้ยงเด็ก การบริการเช่นนี้อาจไม่ได้มีในทุกโรงแรม ซึ่งอาจมีให้บริการสำหรับโรงแรมที่มีลูกค้าเป้าหมายประเภทครอบครัวมาใช้บริการ และในบางแห่งจากมีส่วนที่เป็นห้องสำหรับเด็กหรือมีกิจการสำหรับเด็ก พร้อมกับการให้บริการพี่เลี้ยงดูแล

12. การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นการเพิ่มเติมความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ในบางกรณีลูกค้าไม่ได้แลกเปลี่ยนเงินมากนัก ส่วนใหญ่โรงแรมจะให้บริการแก่ลูกค้าที่มาจากต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นอีกทางหนึ่งที่ทำให้โรงแรมมีรายได้เพิ่มเติม ถึงแม้จะไม่มากมายแต่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดรายได้สนับสนุนให้กับโรงแรม

13. การบริการติดต่อเช่ายานพาหนะ เนื่องจากโรงแรมไม่ต้องปฏิเสธความต้องการของลูกค้าดังนั้นเมื่อลูกค้าร้องขอบริการใดๆ โรงแรมมักจะให้บริการ เสมือนว่าโรงแรมสามารถดูแลลูกค้าในทุกๆ ความต้องการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับลูกค้า อีกทั้งการให้บริการลูกค้าเป็นพิเศษก็สามารถมีรายได้เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน เช่นในกรณีเช่ายานพาหนะ โรงแรมจะได้ค่าคอมมิชชั่นในการเป็นนายหน้าหรือผู้ติดต่อให้กับลูกค้าอีกทาง

14. การบริการรับ-ส่งไปสนามบิน เป็นการให้บริการรับ-ส่งลูกค้าไปสนามบิน นับเป็นเรื่องปกติที่ทุกโรงแรมตั้งให้บริการเป็นการอำนวยความสะดวกและสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางให้กับลูกค้า

15. การบริการรับส่งจดหมาย พัสดุภัณฑ์ การที่ลูกค้ามาพักอาศัยในระยะสั้นๆ อาจจะไม่มีใครติดต่อหรือส่งสิ่งของมาให้ ยกเว้นกรณีที่ลูกค้ามาพักค้างในระยะยาว การให้บริการนี้พนักงานจะต้องตรวจสอบรายชื่อของลูกค้าจากฐานข้อมูลในระบบว่า ลูกค้าพักห้องใดแล้วจึงทำการแจ้งลูกค้าให้มารับ และโรงแรมต้องมีระบบในการรับส่งและส่งพัสดุภัณฑ์เพื่อป้องกันการสูญหายสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป เช่น

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| - ารรับส่งสนามบิน (คิดค่าบริการ) | - บริการพี่เลี้ยงเด็กและดูแลเด็ก  |
| - แผนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง         | - สนามเทนนิสในพื้นที่โรงแรม       |
| - บาร์/ลานจ์                     | - ห้องสัมมนาขนาดใหญ่หลายห้อง      |
| - บริการซักรีด/ซักแห้ง           | - ลิฟต์                           |
| - บริการเช็คอินด่วน              | - บริการเช็คเอาต์ด่วน             |
| - บริการสปาครบวงจร               | - ร้านอาหารที่ระลึก               |
| - ร้านเสริมสวย                   | - จัดพื้นที่บุหรืไว้เฉพาะ         |
| - ให้บริการ Wi-Fi                | - บริการรถลิμουซีนหรือรถเช่าเมือง |
| - ห้องประชุมขนาดเล็กหลายห้อง     | - พนักงานพูดได้หลายภาษา           |
| - ที่จอดรถฟรีและบริการรับจอดรถ   | - พนักงานเปิดประตู/ยกกระเป๋า      |
| - ตู้นิรภัยที่แผนกต้อนรับ        | - ห้องอบไอน้ำ (ชาวน่า)            |

- บริการสปาในที่พัก
- มีอาหารเช้า (คิดค่าบริการ)
- บริการจัดแต่งงาน
- ห้องสมุด
- รมเซอร์วิส 24 ชั่วโมง
- ศูนย์ธุรกิจ 24 ชั่วโมง
- ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวและจองตั๋วเครื่องบิน
- ร้านค้าจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกภายในโรงแรม
- สระว่ายน้ำและสวนหย่อม
- บริการกาแฟ/ชาในบริเวณล็อบบี้
- เฮลท์คลับ
- เคา์เตอร์บาร์มิน้ำ
- ห้องอาหารประเภทต่างๆ
- จัดหนังสือพิมพ์ในบริเวณล็อบบี้

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น

- ผ้าปูที่นอนระดับพรีเมียม
- เครื่องปรับอากาศ
- โทรศัพท์สายตรง
- บริการทำความสะอาดทุกวัน
- ห้องน้ำส่วนตัว
- ไม้เป่าผม
- อ่างอาบน้ำและฝักบัวแยกจากกัน
- โทรทัศน์
- Wi-Fi ฟรี
- มีระบบควบคุมอุณหภูมิและความชื้น
- เตียงพับ/เตียงเสริม และเปล/เตียงเด็ก
- หนังสือพิมพ์ฟรี
- ผ้า màn ปิดทึบ
- โทรศัพท์
- อุปกรณ์อาบน้ำแบบมีหย็่ห้อ
- เสื้อคลุมอาบน้ำ
- รองเท้าแตะ
- ตู้น้รภยในห้องพัก
- ใ้ะเขียนหนังสือ
- มินิบาร์
- บริการนวดในห้องพัก
- เตาไรด์/ใ้ะไรด์ผ้า (บริการตามคำขอ)

ด้านสุขภาพและความงาม เช่น

- การนวดสวีดิช
- การนวดแผนไทย
- บอดี้เรี๊ป
- สุขนธบำบัต
- การนวดฝ่าเท้า
- บริการดูแลผิวหน้า
- ห้องอบไอน้ำในสปา
- การนวดกดจุด
- บอดี้สคร๊บ
- ชาวน่าในสปา
- บริการดูแลผิวกาย

สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้บริการ เช่น

- ห้องน้ำสำหรับผู้พพลภาพ

- อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก

การบริการในที่พักรวม

1. งานส่วนหน้าบ้าน งานส่วนหน้าบ้านเป็นงานซึ่งพนักงานต้องสัมผัสกับแขก หรือลูกค้า โดยตรง ณ จุดรับบริการ (Service Interface Station) และจุดนี้เองพนักงานต้องส่งมอบบริการ (Service Delivery) ให้แก่แขกเพื่อให้เกิดความประทับใจให้มากที่สุด วิรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 :) งานส่วนหน้าบ้าน ประกอบด้วยงานต่อไปนี้

1.1 งานบริการสัมภาระ และการรับใช้งานดังกล่าวแล้ว เริ่มต้นตั้งแต่บริการรับและ ส่งแขกจากสถานีขนส่ง เช่น สนามบิน สถานีรถไฟมายังโรงแรม แล้วบริการขนสัมภาระ เปิดประตู เพื่อนำ เขกมาลงทะเลียบนเข้าพัก ต่อจากนั้นก็ช่วยขนสัมภาระส่งแขกเข้าห้องพัก หรือช่วยแขกขน สัมภาระเมื่อ แขกออกจากโรงแรม นอกจากนี้ บางโรงแรมยังจัดให้มีพนักงานรับใช้ส่วนตัวแขก

1.2 งานส่วนหน้า มีหน้าที่ลงทะเลียบนให้แขกผู้เข้าพักให้ข้อมูลข่าวสารแก่แขก ดูแลรักษา คุญแจห้องพักแขก พนักงานต้อนรับซึ่งทำงานมีโต๊ะลงทะเลียบนดังกล่าวแล้ว เป็น จุดสำคัญที่แขกต้องติดต่อ สอบถามหรือขอความช่วยเหลือต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นจุดสำคัญในการ ประสานงานกับแผนกต่างๆ ของ โรงแรมด้วย

1.3 งานแม่บ้าน งานแม่บ้านมีหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาด ทั้งบริเวณห้องพัก และ พื้นที่สาธารณะในโรงแรม (Public Area) ซึ่งแขกใช้ร่วมกัน เช่น ห้องโถง (Lobby) สระน้ำ ห้องน้ำ ฯลฯ แม่บ้าน ยังทำหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลผ้าทุกชนิดในโรงแรม การจัดดอกไม้ในห้องพัก ห้องรับแขก และงานเลี้ยง

1.4 งานจองห้องพัก มีหน้าที่ในการรับจองห้องพักในโรงแรม การรับจองห้องพัก ล่วงหน้า นอกจากอำนวยความสะดวกสบายให้แก่แขกแล้ว ยังเป็นผลดีต่อโรงแรมในด้านการ บริหารและ การตลาดอีกด้วย

1.5 งานภัตตาคาร อาหารเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งของโรงแรม ดังนั้นจึงมีงานด้าน การอาหาร เพื่อบริการแขกของ โรงแรม และแขกในท้องถิ่น งานบริการอาหารของบริกรใน ภัตตาคาร จึงเป็น งานที่สัมผัสกับแขกโดยตรง

1.6 งานบาร์ บาร์เป็นสถานที่ขายเครื่องดื่มทุกชนิดแก่แขกทั้งแขกภายใน โรงแรม

และ แยกในท้องถิ่น พนักงานทั้งฝ่ายผสมเครื่องดื่ม (Bartender) และฝ่ายบริการเป็นพนักงานส่วนหน้า

1.7 งานจัดเลี้ยง โรงแรมคล้ายกับห้องรับแขกของหมู่บ้าน ทั้งนี้เพราะโรงแรมมีความพร้อมในการต้อนรับแขกในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งงานเฉลิมฉลองด้านสังคม เช่น วันเกิด การ แต่งงาน ฯลฯ งานธุรกิจ งานประชุมสัมมนา นอกจากนี้ บรรยากาศที่หรูหรา อาหารที่มีรสชาติ การ จัดบริการที่ดี สะดวกสบาย ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นต้องการให้บุคคลจัดงานเลี้ยงนอกบ้านมากยิ่งขึ้น Bernard and Sally (1992 : 25 - 26) โรงแรมเป็นสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการ ดังกล่าวแล้ว

1.8 งานการประชุม โรงแรมต้องจัดห้องประชุมสัมมนา เพื่อตอบสนองความต้องการของ แยก ซึ่งใช้บริการทางด้านนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชุมระดับชาติ หรือระดับ นานาชาติ ต้องใช้ห้องประชุมขนาดใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุมสัมมนา

1.9 งานอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เพื่อให้แขก ได้รับการพักผ่อน และการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น ดังนั้น โรงแรมต้องจัดบริการทางด้านสรวายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า หรือบริการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่แขกในการพักผ่อนและ ออกกำลังกายงานทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วเป็นงานส่วนหน้าบ้าน เพราะเป็นลักษณะของงานบริการที่พนักงาน สัมผัสกับแขกโดยตรงแตกต่างจากงานส่วนหลังบ้านซึ่งกล่าวต่อไปเป็นเพียงงานสนับสนุน ให้พนักงาน ส่วนหน้าบริการแขกได้ถูกต้อง รวดเร็ว และเกิดความประทับใจ พนักงานส่วนหลัง (Back end Support) จึงทำหน้าที่ในการจัดเตรียมบริการต่างๆ ให้แก่แขก แต่การส่งมอบบริการ ณ จุดสัมผัสบริการ หรือจุดรับ บริการ เป็นหน้าที่ของพนักงานส่วนหน้า (Front - line Staff) งานส่วนหลังบ้านประกอบด้วย งานต่อไปนี้

2. งานบัญชี งานบัญชี มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับกิจการด้านการเงิน การบัญชีทุกๆ ประเภท ของโรงแรมการควบคุมต้นทุน (Cost Control) การตั้งราคาสินค้า การวางระบบบัญชีในการเบิกจ่ายวัสดุต่างๆ การควบคุมดูแลเกี่ยวกับรายรับรายจ่ายของ โรงแรม

3. งานเตรียมอาหาร การบริการอาหารเป็นหน้าที่ของบริการ ซึ่งเป็นพนักงานส่วนหน้า แต่การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์อาหาร และการปรุงอาหารเป็นหน้าที่ของพ่อครัว (Cook) หรือหัวหน้าพ่อครัว (Chef) อาหารเมื่อจัดปรุงเรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งมอบไปยังบริการ เพื่อบริการให้แก่แขก

4. งานเก็บของในคลังพัสดุ โรงแรมต้องซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากเพื่อจัดเตรียมบริการ แยก

สินค้าดังกล่าวต้องเก็บไว้ในคลังพัสดุและเบิกจ่ายมาใช้ในแต่ละวันตามความจำเป็น พนักงานดูแลคลังพัสดุดังกล่าวแล้ว จึงเป็นพนักงานส่วนหลังเพียงแต่ทำหน้าที่จ่ายพัสดุไปยังแผนกต่างๆ ซึ่งบริการแขกโดยตรง

5. งานล้างจาน โรงแรมต้องจัดให้มีพนักงานส่วนหลังเพื่อทำหน้าที่ล้างภาชนะต่างๆ ในการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่แขก เช่น จาน ถ้วยแก้ว ช้อน ฯลฯ

6. งานรักษาความปลอดภัย พนักงานรักษาความปลอดภัยมีหน้าที่ดูแลรักษาชีวิตทรัพย์สินของแขก ให้ได้รับความปลอดภัยให้มากที่สุดในการพักในโรงแรม พนักงานรักษาความปลอดภัยต้องดูแลเกี่ยวกับการจารกรรมของโจรผู้ร้าย การขโมยทรัพย์สิน การป้องกันอัคคีภัย ฯลฯ งานรักษาความปลอดภัย นอกจากดูแลชีวิตทรัพย์สินของแขกแล้ว ต้องดูแลทรัพย์สินทั้งหมดของโรมแรมด้วย

7. งานช่างและการบำรุงรักษา ในโรงแรมมีงานช่างหลายประเภท เช่น ช่างไฟฟ้า ช่างไม้ ช่างประปา ช่างเครื่องปรับอากาศ ช่างสี ฯลฯ งานเหล่านี้จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่แขก หรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการบริการ เช่น ขณะแขกพักในห้อง เกิดปัญหาเรื่องกระแสไฟฟ้า ก็ต้องแก้ไขทันที แต่วิธีการที่ดีที่สุดต้องหามาตรการป้องกันเพื่อมิให้เกิดปัญหาในขณะบริการ

8. งานซักรีด การซักรีดต้องบริการทั้งแขก และงานในโรงแรม เช่น ต้องบริการซักรีดเกี่ยวกับเครื่องแบบของพนักงาน ผ้าทุกประเภทที่ใช้ในโรงแรม

9. งานบุคคล งานบริหารบุคคลทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับสมัครพนักงาน สวัสดิการของพนักงาน การขาดการลาของพนักงาน การดูแลเกี่ยวกับเรื่องระเบียบวินัย การจัดพนักงานบรรจุในแผนกต่างๆ การโยกย้ายพนักงาน และการพิจารณาความดีความชอบร่วมกับผู้บริหารของแผนกอื่นๆ

10. งานฝึกอบรม การฝึกอบรมพนักงานเป็นสิ่งจำเป็นในงานบริการ การบริการจะเป็นเลิศองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักหน้าที่ ความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกของการเป็นนักบริการที่ดี การสร้างมาตรฐานของงานบริการ ให้เกิดความสม่ำเสมอคงเส้นคงวา (Consistency) จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานโรงแรม ซึ่งต้องใช้บริการคน (People Service People) คนต้องมีเจตนาที่ดีต่องานบริการ การเตรียมพร้อมในงานบริการทุกๆ ด้านทั้งในส่วนของคุณภาพ เจตนาที่ดีต่องาน หลักการบริการ และความรู้เฉพาะในงานหน้าที่จึงต้องมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดมาตรฐาน และความคงเส้นคงวาในการบริการหน้าที่ดังกล่าวจัด

อยู่ในงานบริการ ส่วนหลังบ้าน ซึ่งต้องทำหน้าที่สนับสนุน และประสานงานกับการบริการส่วนหน้าบ้านอย่างใกล้ชิด งาน ต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว โรงแรมต้องนำเข้ามาสู่ระบบการจัดองค์กร

### 1. ลักษณะของลูกค้าโรงแรม

ลูกค้าของ โรงแรมหรือที่นิยมเรียกขานกันส่วนใหญ่คือแขก หรือ เรียกทับศัพท์ว่า เกสต์ (Guest) ซึ่งพนักงานบริการในโรงแรมจำเป็นต้องทราบพฤติกรรม วัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำนวนผู้เข้าพัก และภูมิลำเนาของผู้เข้าพัก เพื่อที่จะตอบสนองและให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้า

1.1 จุดประสงค์ของการเข้าพักของลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ โดยมี จุดประสงค์ของการเดินทางต่างกัน ลูกค้าของ โรงแรมสามารถแบ่งออกตามจุดประสงค์การท่องเที่ยว ได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1.1.1 นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวประเภทนี้อาจแบ่งกลุ่มย่อยตามลักษณะและความต้องการใช้บริการในโรงแรมได้หลายกลุ่ม ดังนี้ มณฑกานต์ แลนแคสเตอร์ (2548, 52-53)

- คนโสดหรือผู้เดินทางมาเดี่ยว มักจะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและทำ กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การดำน้ำการเล่นกอล์ฟ สำหรับความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โรงแรมได้แก่ บริเวณส่วนกลางและห้องอาหารที่มีการจัดบริเวณที่เอื้อต่อผู้เดินทาง เดี่ยวจะได้ทำ ความรู้จักกัน กิจกรรมภายในโรงแรมที่เปิดโอกาสให้ได้รู้จักคนใหม่ ๆ เช่น การจัดเลี้ยงแบบค็อกเทล และกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น

- ผู้เดินทางเป็นคู่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นคู่ อาจจะเป็นคู่รัก คู่หมั้น หรือคู่สมรส จะมีความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงแรมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น ต้องการโรงแรมที่มีบรรยากาศสบาย ๆ เงียบสงบ บรรยากาศห้องพักที่โรแมนติก โรงแรมอาจเสนอบริการพิเศษ เช่น การจัดเตรียมแชมเปญู ขนมหัก หรือกระเช้าดอกไม้ แม้กระทั่งการตกแต่งห้องในโทนสีอ่อนหวาน เป็นต้น

- ผู้เดินทางเป็นครอบครัว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว จะมีความอ่อนไหวทางด้านราคามาก เนื่องจากต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง ปัจจัยในการเลือกโรงแรมที่สำคัญคือ ห้องพักที่มีขนาดเหมาะสมสามารถเพิ่มเตียงเสริมได้ มีบริเวณสำหรับออกกำลังกายและวิ่งเล่นได้ มีสระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น กิจกรรมกลุ่ม ห้องเกม บริการเลี้ยงเด็ก เป็นต้น

- ผู้เดินทางสูงอายุ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มนี้มีเวลา



ในการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ปัจจัยในการเลือกผลิตภัณฑ์ คือ ต้องมีความสะดวกหลาย มีห้องพักชั้นล่าง บริเวณสาธารณะที่มีแสงสว่าง บดเปิดได้สะดวก ขนาดประตูกว้างพอสำหรับรถเข็น มีราวจับในห้องน้ำ มีความยืดหยุ่นในการวางแผนการเดินทางได้มาก และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ราคาพิเศษ

1.1.2 นักเดินทางเพื่อธุรกิจ หมายถึงนักเดินทางที่มีจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจการค้าเป็นหลัก จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของโรงแรม เพราะมีกำหนดการเดินทางและการเข้าพักโรงแรมอยู่ตลอดทั้งปี โรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองหรือในเขตชุมชน จัดเป็นโรงแรมที่กลุ่มนักธุรกิจต้องการที่จะเลือกพัก เพราะการคมนาคมสะดวก และมีกำหนดการเดินทางแน่นอน ความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โรงแรม จะมุ่งเน้น ทำเลที่ตั้งที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย นักธุรกิจจะเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวทางด้านราคา เนื่องจากบริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมด ทางด้านห้องพักควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โต๊ะทำงาน โทรศัพท์ที่ติดต่อและรับฝากข้อความได้สะดวก มีศูนย์บริการทางธุรกิจ (Business Center)

### 1.2 ภูมิสำเนาของผู้เข้าพัก

ภูมิสำเนาของผู้เข้าพักเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับการกำหนดห้องพักและการแยกเข้าพัก เพราะผู้เข้าพักแต่ละคนมีพื้นเพมาจากสถานที่ต่างกัน ความแตกต่างของสัญชาติ สิ่งแวดล้อมย่อมทำให้บุคลิกลักษณะของคนต่างกันด้วย ส่วนนักเดินทางที่เข้าพักโรงแรมที่ต่างจากภูมิสำเนาเดิมของตน เรียกว่า นักเดินทาง ซึ่งการจัดแบ่งตามภูมิสำเนาของผู้เข้าพักจะเป็นข้อมูลช่วยในด้านการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจโรงแรมได้เป็นอย่างดี เก่งที่สำคัญในธุรกิจโรงแรม ผู้ที่จะเข้าสู่การทำงานบริการ ควรพิจารณา

### 2. คุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี

การบริการเป็นสิ่งที่สำคัญในธุรกิจโรงแรม ผู้ที่จะเข้าสู่การ คุณสมบัติของตนเองว่าสามารถทำงานบริการได้ดีหรือไม่ ซึ่งสามารถ (Trait) ภายนอกที่ปรากฏอยู่ เช่น ร่างกาย การแสดงออกทางความคิด พิจารณาว่าสิ่งที่แสดงออกมามีลักษณะดีและหา คุณลักษณะของการเป็นพนักงานบริการที่ดี สามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะเช่น ร่างกาย การแสดงออกทางความคิด ลักษณะอารมณ์ และทากการ คนมาดังกล่าวถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด แต่ทั้งนี้การที่ดี สามารถพิจารณาได้ลักษณะดังต่อไปนี้ สมิต ชัญกร (2543,23-27)

2.1 มีจิตใจรักงานบริการ ผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี ต้องมีความรู้ลึกซึ้งและชื่นชอบการให้บริการเป็นทุนเดิม และต้องมีความสมัครใจในการทำงาน

2.2 มีความรู้ในงานที่จะบริการ งานบริการต้องการผู้ที่มีความรู้ครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญผู้ที่ทำงานบริการจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานบริการนั้น ๆ เพื่อที่จะ สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง

2.3 มีความรู้ในตัวสินค้าบริการ สินค้าบริการมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนสินค้าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั่วไป ผู้ที่จะให้บริการสินค้าบริการ จำเป็นต้องมีความรู้ในตัวสินค้าบริการเป็น พื้นฐาน จึงจะสามารถอธิบายหรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้

2.4 มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้ทำงานบริการที่ดีจะต้องเป็นผู้ที่มีระเบียบวินัย ตรง ต่อเวลา และความรับผิดชอบในตนเอง สามารถควบคุมกิจกรรมารยาท และแสดงออกได้อย่าง เหมาะสมกับกาลเทศะ

2.5 มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ หรือเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ทำไม่ละทิ้ง หน้าที่ ในขณะที่ต้องรับผิดชอบของผลการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองด้วยเช่นกัน

2.6 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า หลายองค์กรมักจะมีการปลูกฝังให้พนักงานเคารพ และนับถือลูกค้า ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างดีที่สุด

2.7 มีเจตคติที่ดีต่องานบริการ การบริการตามความหมายแล้ว หมายถึงการปฏิบัติ รัับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ ผู้ทำงานบริการจะต้องมีความคิดรู้สึกต่องานบริการในทางบวก และ เต็มใจที่จะให้บริการ ไม่มองว่างานบริการคือการรับใช้หรือคนรับใช้

2.8 มีความมั่นคงทางจิตใจ หมายถึงมีสติและความมั่นคง ไม่หวั่นไหวไปตาม เหตุการณ์ ที่มากระทบจิตใจ หรือห่อเหี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงาน ต้องอดทนและมุ่งมั่นที่จะ ปฏิบัติงานบริการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ ยึดเข้มแข็งใฝ่เสมอ และมีภาวะความมั่นคงทางอารมณ์ (EQ)

2.9 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พนักงานบริการควรมีการนำประสบการณ์จากการ ทำงาน มาปรับปรุง คัดแปลง พัฒนาให้การบริการดีกว่าเดิม ไม่ควรยึดติดกับรูปแบบการให้บริการที่เคยทำ มา

2.10 มีความช่างสังเกต ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจแก่ลูกค้า เพื่อที่จะ ได้บริการที่เกิดความพอใจและ ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

2.11 มีความรอบคอบ ในการบริการให้แก่ลูกค้าที่หลากหลาย อาจมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่ พนักงานจะต้องใช้วิจารณญาณให้รอบคอบ ว่าควรจะต้องตัดสินใจอย่างไร

### 3. ปัญหาและการแก้ไขปัญหาสำหรับลูกค้าของโรงแรม

โรงแรมเป็นกิจการที่ให้บริการแก่คนหลากหลายประเภท แตกต่างกันทั้งวัฒนธรรม เชื้อชาติและความต้องการส่วนบุคคล ด้วยความหลากหลายดังกล่าว จึงทำให้มีโอกาสที่จะเกิดปัญหา มากขึ้นตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นในโรงแรมแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2546 117)

3.1 ปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการของโรงแรม ได้แก่ ปัญหาที่เกิดจากสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ของโรงแรมที่อาจจะชำรุด บกพร่อง หรือไม่ตรงกับการคาดหวังของแขก หรือแม้กระทั่ง ปัญหาที่เกิดจากการบริการของพนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นข้อร้องเรียนจากแขก (Guest Complaint) ที่ ทางโรงแรมจะต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการ ของโรงแรม

- 3.1.1 โรงแรมไม่ข้อมูลการจองห้องของลูกค้า แต่ลูกค้ามีเอกสารการจอง
- 3.1.2 แขกทำการสำรองห้องพักล่วงหน้า แต่ทางโรงแรมไม่มีห้องให้
- 3.1.3 แขกทำการสำรองห้องประเภทอยู่ติดกัน แต่ทางโรงแรมให้อยู่คนละชั้น
- 3.1.4 ห้องพักไม่เก็บเสียงหรือเสียงดังเกินไป
- 3.1.5 แขกได้รับอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ตรงกับรายการที่สั่ง

3.2 ปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับแขกผู้เข้าพักในโรงแรม ได้แก่ ปัญหาส่วนตัวของแขกซึ่ง ต้องการ ความช่วยเหลือจากพนักงาน โรงแรม เช่น แขกไม่สบาย ของหาย ขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การ เดินทาง ขอเปลี่ยนหรือเลื่อนการเดินทาง เป็นต้น

3.3 การแก้ไขปัญหาสำหรับลูกค้าของโรงแรม การแก้ปัญหาเกี่ยวกับแขกเป็นเรื่องที่ สำคัญ มากต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรม และมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับ แขกจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมให้สามารถแก้ปัญหาของแขกได้ ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องฝึก พนักงานให้มีความมั่นใจในการแก้ปัญหา การตอบสนอง และทักษะในการแก้ไขปัญหาของแขก จะบวการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการของโรงแรม มีขั้นตอนสำคัญอยู่ 4 ประการตามลำดับ ดังนี้

3.3.1 รับฟังปัญหาของแขกด้วยความเต็มใจ แขกที่ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับ บริการของโรงแรมบางครั้งต้องการแสดงความรู้สึกของตนเองแก่คนที่จะช่วยเหลือได้ และต้องการ ระบายความโกรธ ซึ่งพนักงานสามารถช่วยลดระดับความโกรธได้ด้วยการใส่ใจต่อปัญหาของแขก และแสดงความเห็นใจ และมีลักษณะของผู้ฟังที่ดี คอยบันทึกข้อมูลที่จำเป็น ในเบื้องต้นจะทำให้ แขก รู้สึกพอใจได้

3.3.2 การกล่าวคำขอโทษด้วยความจริงใจ เมื่อแสดงออกถึงความใส่ใจและ เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ควรกล่าวคำขอโทษด้วยความจริงใจ พร้อมทั้งขอบคุณแขกที่นำปัญหา ที่เกิดขึ้นมาแจ้งให้ทราบซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อ โรงแรมเป็นอย่างมาก

3.3.3 เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาคือแขก ในการแก้ไขปัญหาให้แขก พนักงานจำเป็นต้องทราบวิธีการและทางเลือกแบบใดบ้างที่จะเสนอให้แก่แขก ซึ่งจะช่วยให้แขกรู้สึกว่ปัญหา ของตนได้รับการแก้ไขและสามารถเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับตนเองได้

3.3.4 คิดตามผล เมื่อได้ทำการแก้ไขปัญหาให้แก่แขกเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องทำการติดตามผล โดยการสอบถามจากแขกถึงผลปฏิบัติการ ว่าตรงกับที่ได้ตกลงกันไว้หรือไม่ และแขก รู้สึกพึงพอใจต่อวิธีการแก้ไขปัญหามากน้อยเพียงใด

3.4 กลยุทธ์การรับประกันการบริการของ โรงแรม วิธีการแก้ไขปัญหายังมี ประสิทธิภาพอีกประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจสำหรับการบริการได้ คือการรับประกัน บริการ (Service Guarantees) ซึ่งถือว่าเป็นสัญญาในการส่งมอบการบริการให้ เป็นไปตามมาตรฐาน ที่ได้กำหนดไว้ ถ้าไม่ได้รับการบริการตามที่ได้กำหนดไว้ลูกค้ามีสิทธิได้รับเงินชดเชย เงินคืนได้ ซึ่งการรับประกันบริการนี้ถือว่าเป็นแนวคิดใหม่ของการส่งเสริมการตลาดบริการ โดยมีหลักการในการรับประกันบริการดังนี้ อุดลย์ จาคูรงค์กุล (2546, 122)

3.4.1. ระบบการรับประกันบริการเป็นการมุ่งเน้นการประกันในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และคาดหวังเป็นหลัก เช่นการประกันความสะอาดของห้องพัก เป็นต้น

3.4.2 ระบบการประกันบริการที่ดี ต้องสามารถปฏิบัติได้จริง ในกรณีการเรียกร้องเงินชดเชยและเงินคืน

3.4.3 การรับประกันบริการ จะเป็นตัวชี้วัดการทำงานบริการที่ดี และทำให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในกรณีที่ถูกเรียกร้องค่าประกันบริการ

3.4.4 ระบบการรับประกันบริการ ถือว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าในระยะยาว

ผู้วิจัยสรุปทฤษฎีการบริการในที่พักรวมได้ว่า การบริการหมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้แก่ลูกค้า หรืองานที่ให้ความสะดวกต่างๆ เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และเพื่อส่งเสริมการให้บริการมีประสิทธิภาพ การบริการในโรงแรมหลักๆ ได้แก่ การบริการห้องพัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านการจัดประชุม

สัมมนา และการจัดเลี้ยง การบริการด้านสปาและนวดเพื่อสุขภาพ การบริการห้องออกกำลังกาย การบริการฝากของที่มีค่า การบริการศูนย์ธุรกิจ การประสานงานกับบริษัททัวร์ การอำนวยความสะดวกในการจัดสถานที่เพื่อให้ลูกค้าคนผ่อนคลายหรืออื่นเรียง การบริการพี่เลี้ยงเด็ก การบริการติดต่อเข้ายานพาหนะ การบริการรับ-ส่งไปสนามบิน การบริการรับส่งจดหมาย พัสดุภัณฑ์ เป็นต้น

#### 2.4 แนวคิด ทฤษฎีผู้สูงอายุ

การคาดการณ์คาดการณ์ว่าจำนวนคนมากกว่า 65 คนจะมากกว่าสองเท่าซึ่งประกอบด้วย 26% ของประชากรโลกภายในปี 2050 Haub (2011) ซึ่งหมายความว่าเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งเป็นส่วนสำคัญของตลาดการบริการและการท่องเที่ยวด้วยสัดส่วนประชากรจำนวนมากและกำลังซื้อของพวกเขาจะเพิ่มขึ้น

Kim H. (2504) เสนอทฤษฎีการหลุดพ้น พวกเขาบอกว่าเนื่องจากการลดกิจกรรมเป็นผลมาจากกระบวนการชราผู้สูงอายุค่อยๆ เลือกลงตัวออกจากชีวิตที่ลึกลับและมุ่งเน้นไปที่การเติมเต็มภายใน กล่าวคือการยุติการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันทนาการและบทบาททางสังคมนำไปสู่ความพึงพอใจในชีวิตมากขึ้นในวัยผู้ใหญ่

Ananian & Janke. (2010) ในอีกทางหนึ่งทฤษฎีกิจกรรมได้รับการแนะนำเพื่อตอบสนองต่อการวิจารณ์ของทฤษฎีการหลุดพ้นและมีบทบาทสำคัญในผู้สูงอายุ ทฤษฎีกิจกรรมอธิบายว่าการเพิ่มหรือลดเวลาว่างให้กับบุคคลที่เกษียณอายุนั้นเปิดโอกาสให้รักษาระดับกิจกรรมหรือบทบาทที่จำเป็นสำหรับความพึงพอใจและการตกแต่งชีวิต

Lefrancois, L., & Polin. (1997) นั่นคือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความหมายเชื่อมโยงกับความพึงพอใจในชีวิต จากทฤษฎีนี้เราตั้งสมมติฐานว่า "ประสบการณ์วันหยุด" สามารถช่วยให้คุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้สูงอายุดีขึ้น

Bai et al. (2001) ขนาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีศักยภาพทางการตลาดและความสำคัญทางเศรษฐกิจสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สังเกตเห็นศักยภาพของตลาดนี้มาหลายปีแล้วและผู้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวรวมถึงผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมต่างมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการแข่งขันเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุ

Van DM. (2008) รายงานว่าผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสันทนาการมีส่วนร่วมใน

สังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของพวกเขาในเชิงบวก นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีเกี่ยวกับความชราที่พยายามแก้ไขปัญหาค่าการมีส่วนร่วมในยามว่างของผู้สูงอายุและวิธีการที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม ทฤษฎีกิจกรรมเสนอว่าวิธีที่จะบรรลุความพึงพอใจในชีวิตมากขึ้นในวัยผู้ใหญ่คือผ่านความสามารถในการรักษาหรือเพิ่มการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันตนาการ ดังนั้นงานปัจจุบันทำให้สมมติฐานต่อไปนี้

ดังนั้นวรรณกรรมทางวิชาการได้ตรวจสอบนักท่องเที่ยวยุสูงวัยและพฤติกรรมการเดินทางของพวกเขาโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลักษณะทางสังคม - ประชากร, การตั้งค่าและแรงจูงใจการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น Hsu, C. H. C., Cai, L. A. And Wong, K. K. F. (2007) ตรวจสอบแรงจูงใจนักท่องเที่ยวสูงวัยจากปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้ จากการสำรวจเชิงคุณภาพและทบทวนทฤษฎีแรงจูงใจการศึกษาเสนอรูปแบบแนวคิดของแรงจูงใจการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยของจีน อีกตัวอย่างหนึ่งคือการศึกษาที่จัดทำโดย Shoemaker (1989) ซึ่งสำรวจการแบ่งส่วนของตลาดการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ การศึกษาพบว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงวัยไม่ใช่กลุ่มใหญ่ที่เป็นหนึ่งเดียวกัน แต่สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ได้ตามเหตุผลของการท่องเที่ยวอย่างมีความสุข เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้สูงอายุได้มีการพัฒนาและประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางจิตสังคมที่สำคัญเช่นทฤษฎีการหลุดพ้นทฤษฎีการปลดปล่อย

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการศึกษาจำนวนมากสนับสนุนทฤษฎีกิจกรรมและแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีส่วนร่วมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีส่วนช่วยในคุณภาพชีวิต D. Parker (2002) ตรวจสอบว่าการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมสันตนาการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในสวีเดนหรือไม่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้คนเหล่านั้นเพิ่มการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงความพึงพอใจในชีวิต ตรวจสอบบทบาทที่เป็นสื่อกลางของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันตนาการระหว่างการรับรู้การควบคุมและความเป็นอยู่ที่ดีในผู้สูงอายุ พวกเขาพบว่าสถานที่ควบคุมภายในนั้นเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันตนาการซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามเอฟเฟกต์อาจใช้ไม่ได้กับทุกบริบทของกลุ่มย่อยและกิจกรรมทั้งหมด ตรวจสอบโครงสร้างของกิจกรรมยามว่างประโยชน์ของการพักผ่อนและความเป็นอยู่ที่ดีของคน เฒ่าเผยว่ากิจกรรมทุกประเภทไม่ส่งผลกระทบต่อความผาสุกของผู้เกษียณ มีเพียงไม่กี่ประเภทของกิจกรรมเช่นกิจกรรมทางวัฒนธรรมและกิจกรรมการตกแต่งที่มีผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เกษียณ ขณะที่ทีวีและวิทยุมีผลกระทบด้านลบต่อความเป็นอยู่ที่ดี

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีการให้นิยาม ผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิดตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional Markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุนับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้สูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี สำหรับประเทศไทย “ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติ ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 หมายถึง “บุคคล” ซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ส่วนคำว่า “สังคมผู้สูงอายุ” องค์การสหประชาชาติ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) และระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-Aged Society) โดยให้นิยามของระดับต่าง ๆ ซึ่งทั้งประเทศไทย รวมทั้งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกใช้ ความหมายเดียวกันในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุ ดังนี้ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิง มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี เกินร้อยละ 7 ของประชากร ทั้งประเทศ

สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 หรือ ประชากรอายุ 65 ปี เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ของประชากรโดยรวมทั้งหมดของทั้งประเทศ

Super-Aged Society คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากร ทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม ทุกประเทศทั่วโลกมีการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในช่วงเวลาแตกต่างกันตาม ความเจริญมั่งคั่ง ซึ่งมีผลต่อสุขภาพและการมีอายุยืนของประชาชน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 347) ให้ความหมายของคำว่าชราว่าแก่ด้วย อายุขจรุดทรุดโทรมแต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมเพราะก่อให้เกิดความหดหู่ใจ และท้อแท้สิ้นหวัง ทั้งนี้ จากผลการประชุมของคณะผู้อาวุโส โดย พล.ต.ต.หลวงอรรถดิทธิสุนทร เป็นประธานได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุแทน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2512 เป็นต้นมา ซึ่งคำนี้เป็นคำที่มีความหมายยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ชราภาพกว่าเป็นผู้ที่สูงทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์มากกว่า

การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ

เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสรีระ ด้านจิตใจ และด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้สามารถสรุป โกลด์ วงศ์สุวรรณ (2537) ได้ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงทางด้าน

ร่างกายการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ที่เกิดขึ้นในทุกระบบหน้าที่ของร่างกาย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะและระบบต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ มีดังนี้

- 1) ระบบผิวหนัง
- 2) ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก
- 3) ระบบหัวใจและไหลเวียน
- 4) ระบบทางเดินหายใจ
- 5) ระบบทางเดิน
- 6) ระบบทางเดินปัสสาวะ
- 7) ระบบสืบพันธุ์
- 8) ระบบต่อมไร้ท่อ
- 9) ระบบประสาทและประสาทสัมผัส

การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์

มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกายและสังคม การแสดงพฤติกรรมที่แสดงออกของสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และลักษณะพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่ผ่านมาในชีวิตและบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วสภาพความเสื่อมทางอารมณ์และจิตใจ มักจะเกิดควบคู่กันกับการเปลี่ยนแปลงหรือความเสื่อมทางด้านร่างกาย ประกอบกับการต้องสูญเสียบทบาท ตำแหน่งหรือหน้าที่ทางสังคม เช่น การเกษียณอายุหรือการเคยเป็นผู้เป็นที่พึ่งของลูกหลาน กับต้องเปลี่ยนสภาพมาเป็นผู้พึ่งพาลูกหลานแทน การต้องสูญเสียสิ่งที่รักหรือบุคคลอันเป็นที่รัก รวมถึงการขาดการดูแลเอาใจใส่จากคนในครอบครัว หรือทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพัง จึงทำให้เกิดปัญหาทางอารมณ์ เดิมศักดิ์ คทวณิช (2550) ประกอบกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ ได้แก่ ความจำ เชาว์ปัญญา การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และความเจ็บเหงาเดียวดาย ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

ความจำ ความจำเสื่อมถอยลงเป็นปรากฏการณ์เบื้องต้นของการเปลี่ยนแปลงไปสู่วัยสูงอายุ ความจำต่อสิ่งใหม่ ๆ มีน้อย กระบวนการจำมีเพียงระยะสั้น มักลืมเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ง่าย แต่พบว่าจำเหตุการณ์ในอดีตได้ดี การมีชีวิตอยู่กับอดีตและความหลังเป็นสิ่งปกติวิสัยในผู้สูงอายุ

เชาว์ปัญญา ความรวดเร็วของการใช้ความคิดลดลงตามอายุที่เพิ่มขึ้น แต่ความแม่นยำยังคงมีเท่า ๆ กับคนหนุ่มสาว ถ้าให้เวลามากขึ้นผู้สูงอายุสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นหรือ



ใช้วิจารณ์ญาณได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องอาศัยความสุขุม จากประสบการณ์และความรู้อันได้รับการสะสมมาเป็นระยะเวลานาน ส่วนความสามารถในการคำนวณวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อาจลดลง แต่ความรู้สึกทั่วไปและที่เกี่ยวกับภาษา ยังคงมีอยู่กระทั่งในบั้นปลายของชีวิต

การเรียนรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับความทรงจำ ซึ่งมักจะลดน้อยลงในวัยชรา การรับรู้และการเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ในบริบทของชีวิตที่มีความซับซ้อนจะเรียนรู้ได้ยาก เช่น เทคโนโลยีใหม่ๆทางด้านสารสนเทศ และการขาดแรงจูงใจจะมีผลต่อความสามารถในการเรียนรู้ในระยะนี้

บุคลิกภาพ ลักษณะและรูปแบบที่เป็นมาแต่ดั้งเดิมของคุณลักษณะทางบุคลิกภาพจะยังคงไว้แต่ลักษณะเด่นเฉพาะและจะแสดงออกมาในวัยสูงอายุตามอิทธิพลหรือข้อจำกัดทางกายและจิตใจ

ภาวะเหงา เป็นภาวะที่แสดงถึงการขาดการสนองตอบโต้ทางอารมณ์ จากการศึกษาพบว่า ในวัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นหม้าย ฉะนั้นวัยนี้จะต้องพบกับการสูญเสียที่ยิ่งใหญ่ในช่วงชีวิต คือการสูญเสียคู่สมรส ซึ่งจะสร้างความกระทบกระเทือนใจได้สูงมาก การอยู่อย่างโดดเดี่ยวขาดคู่คิดจะทำให้จิตใจหดหู่ รวมทั้งเพื่อนฝูงในวัยเดียวกันก็ได้ล้มหายตายจากไปบ้างแล้ว ที่เหลืออยู่ก็อาจจะขาดการติดต่อเนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวยในการเดินทาง จึงต้องอยู่อย่างเหงาหงอยก่อให้เกิดความรู้สึกท้อแท้ในชีวิต มีอารมณ์ฉุนเฉียว โกรธง่าย สิ้นหวังและอาจเป็นสาเหตุทำให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายยิ่งอ่อนล้าลงได้อีก

ความรู้สึกไม่มั่นใจ ขาดเสถียรภาพทางจิตใจ (Insecure) ภาวะไม่มีเสถียรภาพทางจิตใจ เกิดจากการที่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน ด้านเศรษฐกิจ ด้านความคุ้มครองให้ปลอดภัย ทำให้ผู้สูงอายุหุนหันหงุดหงิดง่าย โมโห่งง่าย สะเทือนใจง่าย ด้วยเรื่องเล็กน้อยๆ ทำให้กลายเป็นคนหุนหันงอแง ใจน้อย ฉุนเฉียว โกรธง่าย และวุ่นวายในกิจการของผู้อื่น เป็นสาเหตุนำไปสู่การขัดแย้งกับลูกหลานหรือผู้ดูแลได้

ความรู้สึกกลัวตาย ความกลัวตายทำให้ผู้สูงอายุกังวลกับความเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้น จึงมักจะต้องพบแพทย์บ่อย ๆ เพราะความกลัวตายนี้ทำให้ผู้สูงอายุหาโรคร้ายไข้เจ็บใส่ตนเอง จนบางครั้งลูกหลานอาจชุ่นเคืองและรำคาญได้

ความรู้สึกหมดหวัง สิ้นหวัง (Helplessness and Hopelessness) เนื่องจากความเสื่อมของสมรรถภาพ ทางด้านร่างกายและจิตใจ ผู้สูงอายุอาจมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่ลูกหลาน ให้แก่สังคม อาจกระทำตนให้เป็นประโยชน์ แต่ถูกจำกัดด้วยความเสื่อมถอยทาง

ร่างกายและจิตใจที่ผู้สูงอายุไม่อาจจะยับยั้งได้ ความรู้สึกหมกหมวง ทำให้เกิด ความรู้สึกโกรธตนเอง อาจกลายเป็นภาวะเศร้าได้ในที่สุด

ผู้สูงอายุที่ปรับตัวไม่ได้ อาจเกิดปัญหาทางจิตตามมา ซึ่งปัญหาทางจิตในผู้สูงอายุที่พบได้บ่อยคือ ซึมเศร้า ซึ่งอาการซึมเศร้านี้อาจจะเกิดเนื่องจากภาวะทางจิตโดยตรง หรืออาจเกิดเนื่องจากการมีพยาธิสภาพที่สมอง หรือเซลล์สมองเสื่อมร่วมด้วยก็ได้ นอกจากภาวะซึมเศร้าแล้ว โรคอารมณ์แปรปรวนชนิดคลั่ง แต่มักจะมีสาเหตุสืบเนื่องมาจากผลข้างเคียงของยาบางชนิด หรือเป็นผู้ที่ปัญหาทางด้านอารมณ์มาก่อน แล้วนอกจากนี้การที่ประชากรรับรู้ของผู้สูงอายุเสื่อม ประกอบกับความไม่สมดุลทางอารมณ์ก็ทำให้เกิด โรคจิตหวาดระแวงได้

การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม

สังคมของมนุษย์มีการอยู่ร่วมกันมีปฏิริยาโต้ตอบ มีการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และมีความรู้สึกที่ตนเป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งเหล่านี้เป็นความต้องการทางสังคม ในผู้สูงอายุก็เช่นเดียวกัน ผู้สูงอายุต้องการ การยอมรับจากสมาชิกอื่น ๆ ในกลุ่ม ในครอบครัวและในสังคม แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายเกิดขึ้น ความสามารถในการทำกิจกรรมซ้ำลง เนื่องจากความเสื่อมของร่างกายจึงทำให้ผู้สูงอายุถูกจำกัดหรือลดความสำคัญทางสังคม โดยสังคมของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเหลือแค่เพียงครอบครัวและเพื่อนร่วมงานที่มีความสนใจและคำนึงคล้าย ๆ กัน เท่านั้น พฤติกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ จะเน้นความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ได้แก่ คู่ครอง บุตร-หลาน ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนบทบาทในครอบครัวจากเป็นผู้นำ หรือหัวหน้าครอบครัว ก็เปลี่ยนมาเป็นที่ปรึกษาของบุตรหลานแทน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมที่มีผลต่อผู้สูงอายุ ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างและความผูกพันภายในครอบครัว

สังคมไทยในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมยุคอุตสาหกรรม เกิดการเคลื่อนย้ายของกลุ่มผู้ใช้แรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง ทั้งผู้สูงอายุไว้ที่บ้าน ผู้สูงอายุที่เคยใช้ชีวิตที่อบอุ่นในอดีตกับลูกหลาน ต้องประสบกับปัญหาในการปรับตัว ให้กับสังคมสมัยใหม่ มีการใช้ชีวิตอยู่ตามลำพังมากขึ้น ก่อให้เกิดความวิตกกังวล หดหู่ น้อยใจ ว่าเหวและปัญหาสุขภาพจิตตามมา

2) การสูญเสียบุคคลที่มีความหมายต่อตนเอง

วัยผู้สูงอายุ เป็นวัยที่ได้รับการกระทบกระเทือนใจอยู่เสมอ จากการสูญเสียบุคคลใกล้ชิด เช่น คู่ชีวิต ญาติสนิท เพื่อนสนิท ซึ่งการสูญเสียคู่ชีวิตนับเป็นการสูญเสียที่กระทบต่อความรู้สึกของผู้สูงอายุมากที่สุด เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543)

### 3) การปลดเกษียณหรือออกจากงาน

การปลดเกษียณหรือออกจากงาน ถือเป็นภาวะวิกฤตของชีวิต โดยเฉพาะในผู้สูงอายุที่เคยรับราชการหรือมีบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพราะเกษียณอายุทำให้ผู้สูงอายุถูกแยกออกจากงาน เพื่อนร่วมงาน บทบาทและหน้าที่ในสังคมลดลง ตลอดจนเป็นการลดบทบาทการเป็นผู้นำ ผู้หาเลี้ยงครอบครัว ผู้สูงอายุจึงรู้สึกด้อยค่าในตนเอง มีการเข้าร่วมกิจกรรมในสังคมน้อยลง ขาดการพบปะติดต่อกับบุคคลอื่น และแยกตัวออกจากสังคม

### 4) การเปลี่ยนแปลงทางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม

ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้สภาพชีวิตและความเป็นอยู่ในสังคมไทย เปลี่ยนไปในลักษณะคล้ายกับสังคมตะวันตกมากยิ่งขึ้น เป็นสาเหตุทำให้ผู้สูงอายุต้องประสบปัญหากับบุตรหลาน มีความขัดแย้งกันระหว่างค่านิยมและพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในวัยหนุ่มสาวในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะผู้สูงอายุมีการยึดมั่นขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมจะเห็นได้ว่าเมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ รวมทั้งด้านสังคมด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ผู้สูงอายุต้องดูแลและรักษาในสุขภาพกาย สุขภาพจิต

### ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ประชากรวัยหนุ่มสาวมีส่วนน้อยลง ทั้งที่ยังมีหน้าที่การงานอื่นที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้ผู้สูงอายุต้องประสบกับปัญหาต่างๆมากมาย ทั้งทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต ปัญหาทางด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ปัญหาที่อยู่อาศัย เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวนอกจากกระทบต่อผู้สูงอายุโดยตรงแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อถึงชุมชนและสังคมในภาพรวมที่ต้องให้การดูแลและให้สวัสดิการผู้สูงอายุในด้านต่างๆ เช่น การรักษาพยาบาล การให้สวัสดิการต่างๆอีกมากมาย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญระดับชาติ

กุลยา ดันดิผลาชีวะ (2524: 5) ได้เน้นถึงความต้องการของผู้สูงอายุโดยยึดแนวคิดของคลาร์ค (Clark) พบว่า ผู้สูงอายุต้องการในสิ่งต่อไปนี้

1. ต้องการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
2. ต้องการมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ชุมชน
3. ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. ต้องการเข้าร่วมสนุกกับเพื่อนตามปกติ
5. ต้องการการยอมรับนับถือ

## 6. ต้องการแสดงออกในผลสำเร็จของตน

ศรีหัทธิม รัตนโกศล (2527: 4) แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการการสนับสนุนจากครอบครัว ผู้สูงอายุที่ถูกปล่อยให้อยู่โดดเดี่ยวจะขาดความมั่นคงทางอารมณ์และจิตใจรวมทั้งเศรษฐกิจ จึงต้องหันไปพึ่งการช่วยเหลือจากบุคคลหรือองค์กรสังคมสงเคราะห์ภายนอกครอบครัว ผู้สูงอายุจึงมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวของตนเองควบคู่ไปกับการช่วยเหลือจากภายนอกครอบครัว เช่น กลุ่มอาสาสมัครทั้งองค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน

2. ความต้องการด้านการประกันรายได้ โดยเฉพาะการประกันสังคมประเภทประกันสุขภาพ เมื่อเข้าสู่วัยชราและเลิกประกอบอาชีพแล้ว จะได้รับบำนาญชราภาพเพื่อช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขและมั่นคงปลอดภัยตามควรแก่สภาพในบั้นปลายชีวิต ไม่เป็นภาระแก่บุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางประเภทในสังคม สังคมจึงควรให้โอกาสแก่ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วม ในการปรับปรุงชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น ให้มีโอกาสดูแลเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในการพัฒนาตนเอง ในการปรับตัวให้ทันสมัยกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในการปรับปรุงวัฒนธรรมและในการรักษาสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจให้แข็งแรงอยู่เสมอ

4. ความต้องการที่ลดการพึ่งพาตนเองให้น้อยลง หากครอบครัวและสังคมส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวและสังคมแล้วจะเป็นการช่วยผู้สูงอายุให้รู้จักพึ่งพาตนเอง ไม่เป็นภาระแก่สังคมในบั้นปลายชีวิต

### 5. ความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ ได้แก่

- 5.1 ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว กลุ่มสังคม
- 5.2 ความต้องการการยอมรับและเคารพยกย่องนับถือจากบุคคลในครอบครัว และสังคม
- 5.3 ความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสายตาของสมาชิกในครอบครัวของกลุ่ม ของชุมชน และของสังคม
- 5.4 ความต้องการมีสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม สามารถปรับตัวให้เข้ากับบุตรหลานในครอบครัวและสังคมได้

### 5.5 ความต้องการมีโอกาสมำในสิ่งที่ตนปรารถนา

6. ความต้องการทางกายและจิตใจ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุดในชีวิตมนุษย์ ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ บ้างจย 4 ความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัยโดยเฉพาะความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย คลายจากความวิตกกังวลและความหวาดกลัว ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมและครอบครัว ความต้องการโอกาสก้าวหน้า โดยเฉพาะในเรื่องของความสำเร็จของการทำงานในบั้นปลายชีวิต

7. ความต้องการด้านเศรษฐกิจ ต้องการได้รับการช่วยเหลือ ด้านการเงินจากบุตรหลานเพื่อสะสมไว้ใช้จ่ายในภาวะที่ตนเองเจ็บป่วย ต้องการให้รัฐช่วยจัดหาอาชีพ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนรายได้ ทั้งนี้ เพื่อตนเองจะได้มีบทบาททางเศรษฐกิจ ช่วยให้ตนพ้นจากภาวะบีบคั้นของเศรษฐกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน

ผู้วิจัยสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุได้ว่า ผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งมีปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ เป็นวัยที่อยู่ในระยะสุดท้ายของวัยผู้ใหญ่ ซึ่งอาจจะมีความอ่อนแอของร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการเจ็บป่วยหรือความพิการร่วมด้วยความต้องการของผู้สูงอายุก็จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้ สำหรับการปรับตัวของผู้สูงอายุนั้นจะต้องอาศัยการสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย เพื่อจะเป็นการลดปัญหาและสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างครอบคลุม

#### 2.4.2 ทฤษฎีผู้สูงอายุ

ทฤษฎีเกี่ยวกับสาเหตุการสูงอายุนักทฤษฎีในศาสตร์ต่าง ๆ ได้สนใจสาเหตุที่ทำให้มีการสูงอายุ (แก่) เช่น นักชีวภาพ นักจิตวิทยาและสังคมวิทยา นักทฤษฎีทั้ง 3 สาขาดังกล่าวได้ยอมรับว่าความรู้จากศาสตร์สาขาใดสาขาหนึ่ง ไม่สามารถที่จะใช้อธิบายกระบวนการสูงอายุที่เกิดขึ้นได้อย่าง ซึ่งมีดังนี้

##### 1) ศาสตร์ด้านชีวภาพ

(1) ทฤษฎีพันธุกรรม (Gene Theory) สรุปได้ว่า สิ่งมีชีวิตนั้นแก่ขึ้นเพราะมีการถ่ายทอดข้อมูลที่ผิดปกติจากนิวเคลียสของเซลล์ ซึ่งภายในนิวเคลียสของเซลล์มีสารพันธุกรรม DNA มีโครงสร้างเป็นกรดนิวคลีอิก 2 เส้น พันกันเป็นเกลียวคู่ คอยเก็บรักษารหัสหรือข้อความของเซลล์ การถ่ายทอดข้อมูลที่ผิดปกติเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงการถ่ายทอดรหัสปกติของ DNA เมื่อมีการผลิตมากเซลล์แก่ขึ้น โอกาสถ่ายทอดผิดพลาดย่อมมีมาก

(2) ทฤษฎีอวัยวะ (Organ Theory) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายกระบวนการสูงอายุไว้ว่า เมื่ออวัยวะมีการใช้งานก็ย่อมมีการเสื่อม

(3) ทฤษฎีสรีรวิทยา (Physiological Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายความสัมพันธ์ของปฏิกิริยาเคมีในร่างกายกับกระบวนการสูงอายุ ข้อคิดจากการอธิบายของทฤษฎีนี้คือ การลดกระบวนการเผาผลาญอาหาร การลดอุณหภูมิของร่างกาย เหล่านี้ช่วยทำให้อายุยืน ดังคำกล่าวที่ว่า สิ่งที่เราับประทานเข้าไปล้วนมีความหมายอย่างยิ่งใหญ่ต่อการมีอายุยืนของเรา

## 2) ศาสตร์ด้านจิตวิทยา

อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสนใจต่อการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยอธิบายว่าพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่าง พันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของคนแต่ละวัย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นเรื่องปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของบุคคล การศึกษาปัจจัยภายในของบุคคลต้องเข้าใจในเรื่องความทรงจำ การรับรู้ และบุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้ในผู้สูงอายุจะผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงในระดับต่าง ๆ ของร่างกายนับตั้งแต่ระดับโมเลกุล เซลล์ อวัยวะ และระบบต่างๆ ของร่างกาย ส่วนในการศึกษาปัจจัยภายนอกของบุคคลด้านจิตวิทยาอธิบายว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของเสรีภาพของร่างกายกับสัมพันธภาพของร่างกายมีต่อสังคม ซึ่งเสรีภาพของสังคมนั้นคือ พันธุกรรมของแต่ละบุคคล และส่วนของสังคมนั้นคือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และโครงสร้างสังคมผู้สูงอายุมีเซลล์ประสาทในสมองตายไปมาก แต่ขณะเดียวกันจะสะสมประสบการณ์อันเกิดจากการเรียนรู้ไว้มาก ถ้าผู้สูงอายุเคยมีประสบการณ์ที่ดีในอดีต ได้รับการยอมรับที่ดี มีสภาพอารมณ์มั่นคง ก็จะมีผลต่อวัยที่สูงขึ้น มีความรอบคอบสุขุมเกิดขึ้นตามมาด้วย และในด้านจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อว่าทุกคนทุกเชื้อชาติ เมื่อมีอายุมากขึ้นมักจะมีเขาว์ปัญญาเสื่อมลง กล่าวคือ เขาว์ปัญญาพัฒนาเต็มที่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และต่อจากนั้นจะมีเขาว์ปัญญาเสื่อมลงค่อนข้างคงที่ประมาณ 10 ปี แล้วจึงค่อย ๆ เสื่อม

ผู้วิจัยสรุปทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุได้ว่า ลักษณะพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของคนแต่ละวัย ผู้สูงอายุมีเซลล์ประสาทในสมองตายไปมาก แต่ขณะเดียวกันจะสะสมประสบการณ์อันเกิดจากการเรียนรู้ไว้มาก ผู้สูงอายุและสังคมจะลดบทบาทซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถลดลง จะต้องปรับสภาพต่าง ๆ หลายอย่างที่ไม่ใช่บทบาทเดิมของตนมาก่อน ผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือมีความทุกข์นั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลัง และการพัฒนาด้านจิตใจของผู้นั้น ผู้สูงอายุควรมีกิจกรรมต่อเนื่องจากวัยที่ผ่านมา ความพอใจในการ

ร่วมกิจกรรม สนใจและร่วมเป็นสมาชิกในกิจกรรมต่าง ๆ กิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงอายุที่ ทำให้สุขภาพดีทั้งกายและใจ

## 2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

คนทุกคนมีความคาดหวังอยู่ในตัว ซึ่งมีความรู้สึก ความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่าอยากจะเดินทางท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นก่อนออกเดินทางไปท่องเที่ยว จะมีการคาดคะเน หรือ คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งระดับความคาดหวังของผู้รับบริการจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคนกับการใช้บริการต่อสิ่งนั้น

### 2.5.1 แนวคิดความคาดหวัง

Oliver & Burke (1999) กล่าวว่า ประสบการณ์การให้บริการเนื่องจากผู้บริโภคมองว่าไม่สามารถจดจำความคาดหวังก่อนหน้านี้ได้เมื่อพวกเขาได้รับประสบการณ์ที่ดีหรือบริการ ประสบการณ์ที่สร้างขึ้นโดยการใช้องค์กรหรือบริการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่ทำให้พวกเขาสามารถปรับปรุงความเชื่อของพวกเขา

Anderson E.W (2004) กล่าวว่า เมื่อมีการบริโภคเกิดขึ้นความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่คาดหวังของผลิตภัณฑ์คือค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของความคาดหวังที่แต่ละคนอาจมีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นในอดีตและประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคจริง ดังนั้นความคาดหวังของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปรับข้อมูลที่พวกเขาค่อยๆ ได้รับในบริบทนี้ความคาดหวังที่ปรับแล้วได้รับการปรับปรุงจากความคาดหวังเริ่มต้นเมื่อได้รับข้อมูลใหม่และได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจของผู้บริโภค

Yi & La (2004) กล่าวว่า ในสถานการณ์เช่นนี้การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการดูดซับและทฤษฎีการเปรียบเทียบที่ถูกต้องนั้นขึ้นอยู่กับความทรงจำก่อนหน้าของเขาหรือเธอที่เชื่อถือได้เพื่อเปรียบเทียบกับรับรู้ขั้นสุดท้ายเกี่ยวกับการดูดซึมของการรับรู้ในอดีต ความแตกต่างในหลัง) - จะขึ้นอยู่กับเมื่อรวบรวมข้อมูลดังนั้นก่อนอื่นคำถามนี้มีนัยเกี่ยวกับระเบียบวิธี การวิพากษ์วิจารณ์ระดับหนึ่งของการใกล้เคียงของความคาดหวังได้รับการปฏิบัติในการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

Yuksel & Yuksel (2001) กล่าวว่า การคัดค้านเกี่ยวข้องกับข้อ จำกัด ที่เกี่ยวข้องในการวัดปัจจัยที่ทำให้เกิดความคาดหวังหลังจากให้บริการ ข้อ จำกัด นี้มักถูกกล่าวถึงเป็นข้อกังวลโดย

ผู้เขียนเอง ประเด็นก็คือถ้าสิ่งที่แบบจำลองพฤติกรรมที่ประยุกต์ใช้พิจารณาคือความคาดหวังเชิงคาดการณ์ (หรือที่เรียกว่าการคาดการณ์เชิงบรรทัดฐาน) ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวัดควรถูกรวบรวมก่อนประสบการณ์ผู้บริโภค ดังนั้นสิ่งที่เป็จริงรวมอยู่ในรูปแบบที่มีการปรับความคาดหวัง (หรือปรับ) ประการที่สองมีคำถามของตรรกะคือ การใช้ความคาดหวังที่ปรับแล้วเพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคแทนความคาดหวังก่อนหน้านั้นมีความเกี่ยวข้องเนื่องจากวิธีการที่ต่างกันซึ่งความคาดหวังทั้งสองแบบสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยความพึงพอใจและความภักดี ดังที่เราจะเห็นในการพัฒนารูปแบบ

Walton (1965, pp. 11-21) อธิบายว่า ความคาดหวังของสมาชิกในสังคม ที่ซับซ้อนไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การแสดงบทบาทเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนต่อระบบต่าง ๆ ของสังคม กระบวนการเรียนรู้การเข้าใจ การประเมินผลและการแสดงบทบาทเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การเข้าร่วมลงมือปฏิบัติจริงหรือการเข้าร่วมการคาดคะเนต่อระบบต่าง ๆ ของสังคม และแต่ละบุคคลมีความหวังต่างกัน ไปความคาดหวังที่เกี่ยวกับอายุตำแหน่งเป็นความคาดหวังที่เนื่องมาจากวัฒนธรรม สมิต สัจฉกร (2546, น. 216-219) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของ ผู้รับบริการว่า ผู้รับบริการทุกคนก็ต้องการบริการชั้นหนึ่งคือ สะดวก รวดเร็ว ทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ได้รับประโยชน์สูงสุด ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ผู้ให้บริการให้ความสนใจ เอาใจใส่ ตอบสนอง ความต้องการอย่างถูกต้อง และถูกใจ ที่สำคัญคือ รวดเร็วตั้งใจไม่ต้องรอคอยการให้บริการเพื่อสร้างความพอใจจะต้องสนองความคาดหวังของ ผู้รับบริการซึ่งความคาดหวัง เป็นเรื่องของจิตใจอาจแสดงออกโดยตรงทางคำพูดบอกกล่าวของ ผู้รับบริการหรือตั้งสมมติฐานว่า ผู้ให้บริการจะต้องรู้เอง ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากกว่าจะพิจารณาจากสิ่งใด

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังได้ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าก่อนที่จะเลือกเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยมีความคาดหวังถึงสถานการณ์ที่ต้องได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การบริการที่เหนือจากการความคาดหวัง ผลลัพธ์คือผู้รับบริการประทับใจ

### 2.3.2 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

Robbins and Judge (2007, อ้างถึงใน ธนาศิริ ชะระ, 2554: 8) กล่าวว่า บุคคลมีพฤติกรรมโดยถือเกณฑ์ความน่าจะเป็นในการรับรู้ ซึ่งทำให้เกิดการใช้ ความพยายามเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ ตลอดจนขึ้นกับวิธีการมองถึงคุณค่าที่เป็นผลลัพธ์นั้น ทฤษฎีกระบวนการนี้เสนอแนะว่าก่อนที่บุคคลจะปฏิบัติบุคคลนั้นจะพิจารณาว่าจะมีความสามารถ ความพยายามที่จะทำ



ให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการหรือไม่ในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม ที่ใช้ในการปฏิบัติงานกับผลการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ความหวังผลการปฏิบัติงานจากความพยายาม (Effort-Performance Expectancy) เป็นส่วนประกอบหนึ่งของทฤษฎีความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความ น่าจะเป็น ความคาดหวังผลการปฏิบัติงานจากความพยายามเป็นส่วนที่แสดงถึงความพยายามใน ด้านต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ผู้บริหารสามารถกระตุ้นให้พนักงานเกิดความคาดหวังจาก การใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานสูง โดยจัดการฝึกอบรม ให้การสนับสนุนพนักงาน ตลอดจน การกำหนดเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน (Performance-(Outcome Expectancy) กล่าวคือ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานและระบบรางวัล พนักงานจะพิจารณาผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานนั้น ซึ่งเป็นความคาดหวังจากการใช้ความพยายามในการทำงาน เมื่อบุคคลรับรู้ความพยายามของเขาจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ เขาจะพยายามปฏิบัติงานไม่ให้พลาดเพื่อให้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ

ส่วนที่ 3 คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ (Valence of (Outcomes) หมายถึง คุณค่าของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ของแต่ละบุคคลจากการปฏิบัติหรือคุณค่าของ ความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับ (Anticipated Satisfaction) แต่ละองค์กรและสมาชิกขององค์กรต้องการผลลัพธ์และมีแรงจูงใจไม่เท่ากัน บางคนอาจจะต้องการผลลัพธ์ที่มีลักษณะเฉพาะ แต่บางคนอาจจะไม่คิดเช่นนั้น ทำให้ต้องศึกษาคุณค่าหรือส่วนประกอบของผลลัพธ์ เมื่อผลลัพธ์เป็นที่น่าพึงพอใจคุณค่าความพอใจจะเป็นบวก แต่เมื่อผลลัพธ์ไม่เป็นที่น่าพอใจคุณค่าความพอใจจะเป็นลบ เมื่อผลลัพธ์มีลักษณะเป็นที่น่าพึงพอใจและไม่น่าพึงพอใจคุณค่าความพอใจในผลลัพธ์เท่ากับศูนย์

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, น. 182-184) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังของวูรัม (Vroom) โดยเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจในการทำงานของบุคคลว่า บุคคลจะประเมินความเป็นไปได้ของผลที่จะเกิดขึ้น แล้วจึงดำเนินการปฏิบัติตามที่ตนคาดหวังไว้ เขาได้ชี้ให้เห็นว่าการจูงใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลต่อผลที่เกิดขึ้น ทฤษฎีการคาดหวัง ของวูรัมนี้ได้ทำนายว่าบุคคลจะร่วมกิจกรรมที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือสิ่งต่าง ๆ ตามที่ ประารถนา ใช้คำว่าวาเลนซ์ (Valence) ซึ่งหมายถึง ความอยากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ถ้ามีความอยาก มากกว่าความไม่อยาก ระดับค่าของวาเลนซ์เป็นบวก แต่ถ้าบุคคลมีความรู้สึกเฉย ๆ ระดับค่าวาเลนซ์จะเป็นศูนย์วูรัม

เปรียบเทียบว่าการกระทำของบุคคลที่จะไปสู่จุดที่คาดหวังนั้นเป็นกลไก (instrumental) ไปสู่ความสำเร็จ และความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมจะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้นั้น วูร์ม เรียกว่า ความคาดหวัง (expectancy) วูร์ม ได้สรุปทฤษฎีของเขาเป็นสูตรดังนี้ แรงจูงใจ = ความอยาก + ความคาดหวัง

Vroom (1964, pp. 145-164) กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวังของวูร์ม การที่มนุษย์จะเลือกหรือตัดสินใจกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีสาเหตุหรือแรงจูงใจโดยอาศัยเหตุผลและปัจจัยหลาย ๆ อย่างประกอบกัน มิได้เกิดจากเพียงปัจจัยหนึ่งปัจจัยเดียว การเลือกหรือพฤติกรรม เหล่านั้นจะเป็นระบบของกระบวนการทางจิตอันได้แก่ การรับรู้ความเชื่อ และเจตคติโดยอธิบายถึงแรงจูงใจว่าคือ ผลของการตอบแทนองค์ประกอบ 3 ประการที่เรียกว่า “ทฤษฎี VIE”

1. การให้คุณค่า (Value) หมายถึง ความรู้สึกทางบวกหรือลบที่บุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ในการทำงาน
2. การเชื่อมโยง (Instrumentality) หมายถึง การเชื่อมโยงการรับรู้ระหว่างงานกับผลที่ตอบแทนที่ชื่นชอบที่จะได้รับ
3. ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่ตนจะทำงานสำเร็จ โดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความคาดหวังดังต่อไปนี้
  - 3.1 ผลตอบแทนที่ได้รับ
  - 3.2 ความพึงพอใจและไม่พอใจต่อผลตอบแทนที่ได้รับ
  - 3.3 ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น
  - 3.4 โอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนความคาดหวัง

ผู้วิจัยสรุปทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง ได้ว่าปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดความคาดหวัง คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการจากภายในตัวบุคคล ซึ่งผลตามมามีคือ การกระทำต่อสิ่งนั้นๆ ความคาดหวังแต่ละคนจะมีไม่มีไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ต่อสิ่งนั้นๆ และผลการประเมิน เมื่อได้รับผลจากการตอบสนองที่เหนือความคาดหวังผลก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจ

## 2.6 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การที่ทราบว่าลูกค้ามีความรู้สึกเช่นไรต่อที่พักแรมนั้นหรือต่อการบริการซึ่งอาจจะชอบหรือไม่ชอบพอใจหรือไม่พอใจไม่มีความรู้สึกใดหรือเฉย ๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกสุดท้ายและเป็นหลักเกณฑ์จากที่บุคคลได้ประเมินแล้วเมื่อทราบความรู้สึกที่เป็นผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินแล้วเป้าประสงค์ต่อไปคือ การค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นคือ สาเหตุของการมีความรู้สึกเช่นนั้นว่าเป็นเพราะอะไรจึงพอใจหรือไม่พอใจ

### 2.6.1 แนวคิดความพึงพอใจ

Pieters, Koelemeijer, & Roest, (1995) กล่าวว่า การศึกษาส่วนใหญ่ที่วิเคราะห์การพัฒนาคความพึงพอใจอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการทัศนที่ไม่ได้รับการยืนยันความคาดหวังที่ตามแบบจำลองนี้ความคาดหวังถูกกำหนดแนวคิดเป็นความเชื่อของสิ่งที่เป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่มีแนวโน้มมากที่สุดที่จะเป็น ในอีกกรณีหนึ่งความคาดหวังถูกกำหนดในแง่ของสิ่งที่ผู้บริโภคเชื่อว่าควรเสนอให้พวกเขา แม้ว่าการยืนยันไม่ได้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในแนวคิดนี้ความคาดหวังคือมาตรฐานการเปรียบเทียบสำหรับการประเมินผู้บริโภค

Oliver and DeSarbo (1988) กล่าวว่า ในแง่หนึ่งกระบวนการทัศนที่ไม่ได้รับการยืนยันนั้นเกิดขึ้นจากทฤษฎีทั้งสองที่อธิบายถึงการพัฒนาความพึงพอใจตามความไวที่มากขึ้นหรือน้อยลงของความคาดหวัง (ทฤษฎีการดูดซับ)

Anderson M (2019) กล่าวว่า ทฤษฎีตรงกันข้ามนั้นเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสองกระบวนการ: ในอีกด้านหนึ่งพัฒนาคความคาดหวังและตรงกันข้ามยืนยันความคาดหวังเหล่านั้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้รับ

Oliver & DeSarbo (1988) กล่าวว่า ผู้บริโภคตั้งความคาดหวังเกี่ยวกับผลของการตัดสินใจซื้อก่อนตัดสินใจซื้อ การซื้อและใช้งานจริงจะเปิดเผยผลลัพธ์ที่ได้และระดับนั้นจะถูกเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนหน้านี้

Wallestein (p. 56,1971 อ้างถึงใน อัญญา วัจนะสวัสดิ์, 2544, น. 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Shelly (p. 102,1975 อ้างถึงใน อัญญา วัจนะสวัสดิ์ 2544, น. 5) ได้ให้ความหมายสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่

แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น ได้อีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกสลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

Kotler P (1997, p. 192) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้าและบริการนั้น ๆ

สมวงศ์ พงศ์ศถาพร (2547, น. 59) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง การประเมินสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะมีความพึงพอใจถ้าไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรกลูกค้าจะไม่พอใจ (Dissatisfaction)

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดความพึงพอใจ ได้ว่า สรุปได้ว่า ความรู้สึกชอบใจ พอใจเมื่อได้รับตรงตามความคาดหวังไว้ หรือสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการวัดความพึงพอใจของแต่ละคนนั้นมีไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์กับการใช้บริการนั้น ที่บรรลุเหนือความคาดหวังไว้

## 2.6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet (1954, p. 109, อ้างถึงใน พิทักษ์ ทรุษิม 2538, น. 33) เป้าหมายสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทางคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกันดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกในการคิดค้นในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการตรงเวลา (Timely Services) หมายถึง การบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity At The Right Geographical Location) มิฉะนั้นแล้วความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการ สาธารณะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช้ยึดความพอใจของ หน่วยที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression Service) หมายถึง การให้บริการ สาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

#### ความสำคัญของความพึงพอใจ

วันชัย คำเจริญ (2545, น. 51-52) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็น เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและ ประทับใจในบริการที่ได้รับจนตัดสินใจและกลับมาใช้บริการอีกนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการ แข่งขันทางการตลาดส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพที่ดีขึ้นกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจึง เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการหากกิจการใดนำเสนอการบริการที่ดีมี คุณภาพตรงกับความต้องการตามคาดหวังของลูกค้ามีผลทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการนั้นและมี แนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไปคุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการ บริการที่ปรากฏให้เห็นเช่นสถานที่อุปกรณ์เครื่องใช้และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ฯลฯ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถใน การให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่นสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. องค์การบริการพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอ บริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่ มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้

2. การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การ พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วยเพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่ง เบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเองผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของ งานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของพวกเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการ ดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่า ความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การเมื่อ องค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กลับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งใน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการทำงานพนักงาน

บริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ๆ ไป

ขอบข่ายของความพึงพอใจ

ฐิติพร คุ้มทนสุชาติ (2544, น. 17) กล่าวว่า โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมัก นิยมศึกษากันสองมิติคือ มิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) และมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือชุดบริการที่กำหนดขึ้นซึ่งเป้าหมายของการศึกษาเป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย

2. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและนอกการทำงานซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพอใจในงานนั้นแตกต่างกันไปได้แก่ ลักษณะของงานที่ทำความก้าวหน้าการบังคับบัญชาเพื่อนร่วมงานตลอดจนสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล

ผู้วิจัยสรุปทฤษฎีความพึงพอใจได้ว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและผลของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทางบวก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวปฏิบัตินั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสุขุมรณของชีวิตมากนักเองเพียงใด นั่นคือ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ในการเสริมสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

## 2.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ Importance - Performance Analysis Matrix (IPA)

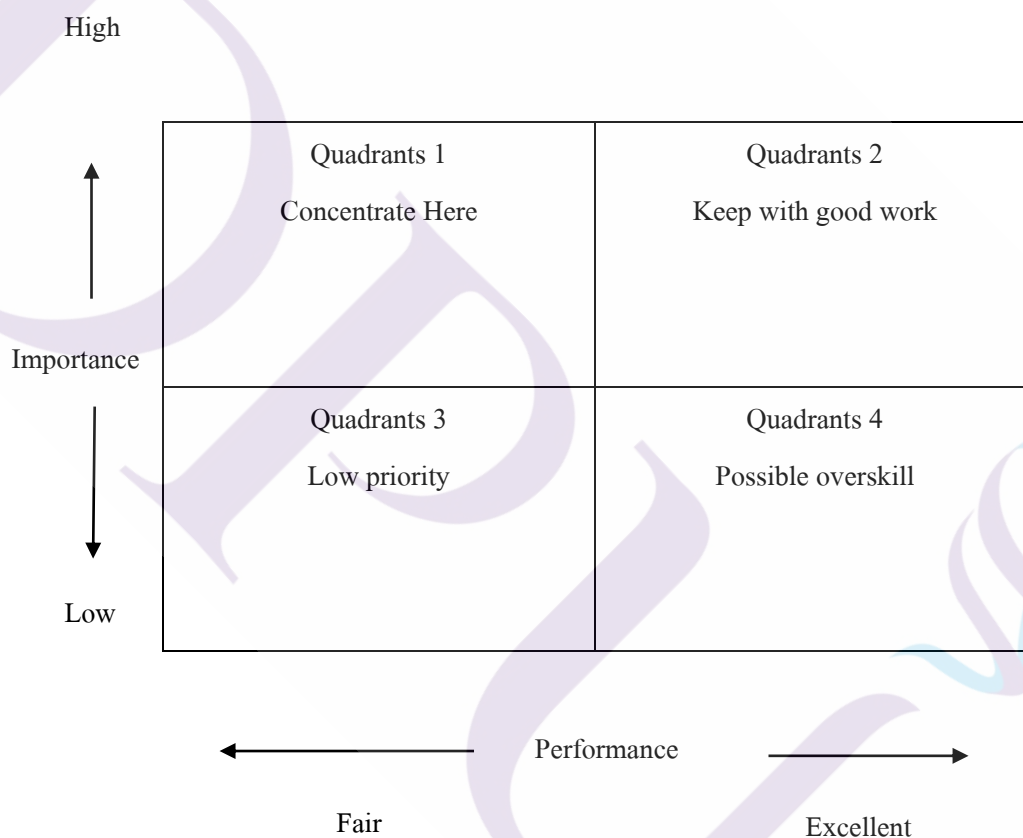
IPA เป็นเทคนิคการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การบริการในที่พักแรมเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับในตัวของคุณลักษณะของผู้บริโภคหรือลูกค้า ในตลาดลักษณะเฉพาะการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในลักษณะผลประกอบการที่พักรวมและความสำคัญของผลิตภัณฑ์การบริการซึ่งสามารถก่อให้เกิดการพัฒนาในด้านการตลาดของที่พักแรมที่มีประสิทธิภาพที่ก้าวหน้าไปอีกขั้น

IPA ได้รับการพัฒนาเริ่มแรกโดย Martilla และ James (1977) เป็นเทคนิคที่มีต้นทุนต่ำและเข้าใจง่ายเพื่อประเมินการยอมรับของผู้บริโภคต่อโปรแกรมการตลาด ตามที่ระบุไว้โดยวิธีการ IPA แตกต่างความพึงพอใจเป็นหน้าที่ของความสำคัญของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อลูกค้า และประสิทธิภาพของธุรกิจหรือหน่วยงานในการให้บริการ Sever (2015) พิจารณาว่าถึงแม้ว่า IPA จะได้รับการพัฒนาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดแอฟพลิเคชันนี้ได้ขยายไปยังเครือข่ายต่าง ๆ การท่องเที่ยวบริการอาหารการศึกษาคู่มือสุขภาพธนาคาร e-business และเทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารภาครัฐ ซึ่งให้เห็นว่า IPA เป็นหนึ่งในวิธีการที่แพร่หลายที่สุดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางถึงความเรียบง่ายและความสามารถในการให้เทคนิคการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ช่วยให้นักวิจัยสามารถระบุช่องว่างที่มองเห็นได้ระหว่างการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะและประสิทธิภาพที่แท้จริงของบริษัทหรือปลายทางบนแอตทริบิวต์นั้นใช้เมทริกซ์ Quadrant ที่ผู้จัดการสามารถมองเห็นได้คุณสมบัติสี่ประการใดที่ตกอยู่: 1: "ตั้งใจอยู่ที่นี้", 2: "ติดตามการทำงานที่ดี", 3: ลำดับความสำคัญต่ำและ 4: "Overkill ที่เป็นไปได้" ดังนั้นแต่ละ Quadrant ภายใน IPA matrix จะแสดงกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้จัดการสามารถระบุประเด็นที่น่าสนใจรวมถึงการดำเนินการที่จำเป็นเพื่อปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า

IPA ได้ถูกนำไปใช้ในหลากหลายพื้นที่ท่องเที่ยวเน้นการแข่งขันของปลายทาง Junio, Kim & Lee (2016) การวิเคราะห์ความสำคัญของประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการกำหนดความคาดหวัง Bigné & Andreu (2004) IPA นั้นถือว่าเป็นความคาดหวัง disconfirmation model ที่จำลองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหน้าที่สำคัญ (หรืออีกวิธีหนึ่งคือความคาดหวัง) และประสิทธิภาพของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) เนื่องจาก IPA เป็นวิธีการและขอบเขตที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในการศึกษาการท่องเที่ยวจึงได้รับการพิจารณาที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องของ

นักทอ่งเกี่ยวข้องซึ่งมีหลักฐานเชิงประจักษ์เล็กน้อยเกี่ยวกับการใช้งานและมีการพิจารณาว่าเครื่องมือสามารถโยนข้อมูลที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจในการจัดการปลายทาง

ทวีป ศิริรัศมี และคณะ (2553) ได้นำเทคนิค IPA มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับปฏิบัติงานในแต่ละตัวแปรที่แตกต่างกันมากำหนดจุดตัดบนกราฟในตาราง IPA Matrix ที่แบ่งพื้นที่การวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน โดยแต่ละพื้นที่มีการกำหนดตำแหน่งโดยใช้ค่าระหว่างคะแนนต่ำสุดและสูงสุดของระดับความสำคัญ และระหว่างคะแนนต่ำสุดและสูงสุดของผลการปฏิบัติงาน ดังภาพ



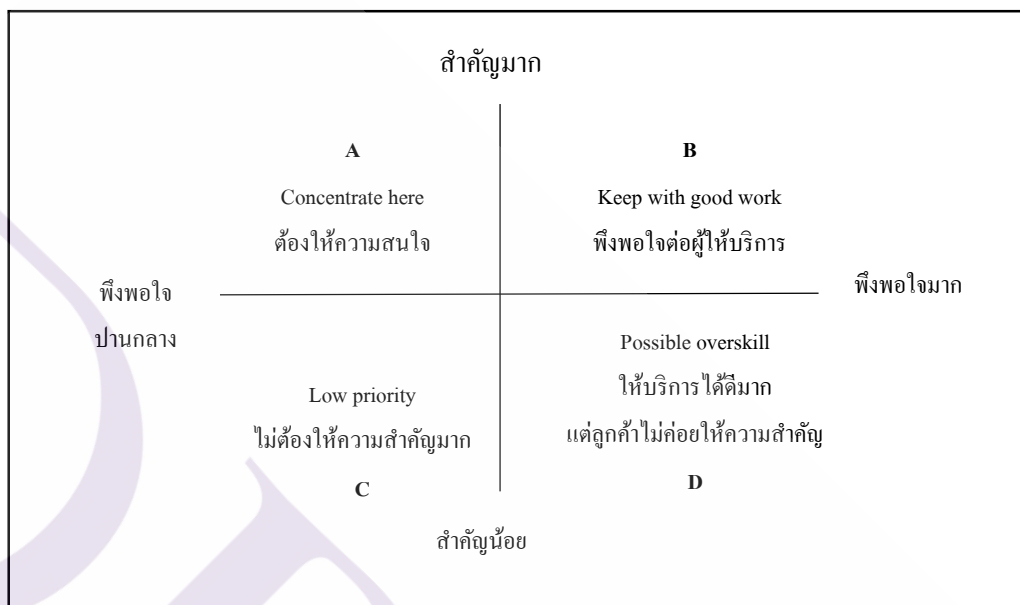
ภาพที่ 2.1 Importance - Performance Analysis Matrix

ที่มา : ทวีป ศิริรัศมี และคณะ (2553: 145)

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดและทฤษฎี IPA ได้ว่า กระบวนการที่ใช้เพื่อประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ เพื่อวัดหรือประเมินผลการยอมรับ เทคนิค IPA เป็นการประเมินที่มีคุณภาพ โดยใช้ต้นทุนในการประเมินที่ต่ำ และสามารถนำผลที่ได้นำไปใช้ได้จริงโดยการ



นำเสนอในรูปแบบกราฟสองมิติ เมื่อนำค่าความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละด้านปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ จะได้ Quadrants A, B, C และ D ซึ่งนำมาจากมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 2.2 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจแต่ละคุณสมบัติ

เมื่อนำค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกัน ในแต่ละคุณสมบัติ ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใด ๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้ใช้บริการและไม่ได้รับการให้บริการอย่างเพียงพอ

Quadrants A (Concentrate Here) หมายความว่า ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วน ซึ่งผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงและไม่ได้รับการให้บริการตามที่คาดหวังไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจ

Quadrants B (Keep with good work) หมายความว่า ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้เป็นอย่างดีจนทำให้เกิดความประทับใจ ในคุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังสูง และได้รับการให้บริการที่เหนือความคาดหวัง ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจ

Quadrants C (Low priority) คือ ผลการให้บริการต่ำกว่าความคาดหวัง ในลักษณะที่ไม่สำคัญต่อผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงการบริการออกไปก่อน ยังไม่ด่วนจำเป็น

Quadrants D (Possible overskill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการบริการที่มากจนเกินความจำเป็นในลักษณะที่มีผู้ใช้บริการไม่ค่อยให้ความสำคัญ

จากตาราง นำมาสร้างกราฟ ตัวเลขต่าง ๆ ในกราฟแสดงถึงคุณลักษณะที่แสดงในภาพประกอบ และ Quadrants A, B, C และ D แสดงถึงความพยายามในการให้บริการลักษณะการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจ

## 2.8 แนวคิด ทฤษฎีการกลับมาเยือนซ้ำ

โดยทั่วไปผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ซื้อและการใช้บริการ เมื่อได้รับความพึงพอใจจากสินค้าและบริการแล้ว จะมีการกลับมาซื้อซ้ำ ทุกๆ ธุรกิจคาดหวังผลจากการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า หนึ่งในนั้นคือธุรกิจโรงแรมที่มุ่งเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพให้แก่ลูกค้าและหวังผลประโยชน์จากการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Pearce 1988 (อ้างถึง อารีรัตน์ วัชร โยธินกุล, 2560) กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวอาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่ซ้ำ หรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวคนอื่น หรือแสดงออกทางคำพูดด้วยการชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวที่วนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้านักท่องเที่ยวไม่พอใจ นักท่องเที่ยวก็อาจจะไม่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่วนั้นอีก และอาจจะไม่แนะนำให้นักท่องเที่ยวอื่นมาเที่ยว หรืออาจจะพูดถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วนั้นทางด้านลบและทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหายทางด้านตลาดได้

Anderson, E.W.(1994) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการจากผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ และได้กระทำการซื้ออีกครั้งหนึ่งหลังจากใช้บริการไปแล้ว

Hellier G & Rickard (2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคล หรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำจากร้านค้าหรือหน่วยงานเดิมที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้วจากที่ผ่านมา

Cronin, et al. (2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์ หรือประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่อไปยังผู้อื่น

Zeithmal, Berry & Parasuraman (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ปฏิบัติการในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการ

ซ้ำอีกในอนาคต การซื้อซ้ำ หรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ส่งผลต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการ ให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะปรับปรุง แก้ไข พัฒนาสินค้า หรือบริการให้มีมูลค่า และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

Anderson, E.W.(1994) กล่าวว่า กลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำอีก คุณภาพการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้

Chau & Kao (2009) กล่าวว่า บริการซ้ำอีกในอนาคต ความจงรักภักดี เป็นพฤติกรรม ในการกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ดี การที่ผู้บริโภคจะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำหรือไม่นั้น อาจมีผลมาจากนิสัย หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่อาจจะเป็น ปัญหา หรืออุปสรรคบางอย่างมาคอยขวางกั้นพวกเขาไว้

Calik (1997 อ้างถึง นวลอนงค์ พานัด 2556) กล่าวว่า พฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำ มักจะมาจากจากยึดติดในตราสินค้า แต่มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างลูกค้า การยึดติดในตราสินค้านั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ที่คล้ายกับความเป็นมิตรภาพของผู้บริโภค ซึ่งการกลับมาซื้อซ้ำ นั้นอาจจะมีสาเหตุมาจากการที่ราคาดินค้า หรือบริการถูกลง หรือไม่มียี่ห้ออื่น ๆ

Henkelet al (2006) กล่าวว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการจากผู้ขาย สินค้า หรือผู้ให้บริการ ระดับของการใช้งานในการรับบริการจะสูงขึ้น หรือลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคตเพิ่มมากขึ้นตาม

Baldinger & Rubinson (1996) กล่าวว่า ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าสูง ย่อมมีโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก

ผู้วิจัยสรุปทฤษฎีและแนวความคิดการกลับมาเยือนซ้ำได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ ได้รับการบริการที่เหนือกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะแสดงออกทางพฤติกรรมทันที เช่น ชื่นชมผู้ให้บริการ การบอกต่อปากต่อปาก หรือ โพสต์ลงสื่อโซเชียลชื่นชมผู้ให้บริการ และนำมาซึ่งการกลับมาเยือนใช้บริการซ้ำ ครั้งต่อไป หากลูกค้ากลับมาใช้บริการอาจให้ผู้ให้บริการคนเดิมกลับมาให้บริการอีก

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ และการเดินทางมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ดังนี้

รายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.9.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจ

กมลวรรณ บวรรุ่งสิริกุล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมประหยัดย่านนานา กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังในการใช้บริการโรงแรม ราคาประหยัดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในย่านนานา กรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคา ประหยัด ในย่านนานา กรุงเทพมหานครวิธีดำเนินการวิจัย โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติ เิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบ สมมติฐาน ได้แก่ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน ทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20 - 39 ปี สถานภาพ โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน สัญชาติจีน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 5 ครั้งต่อปี และช่องทางในการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดใน ย่านนานา กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีเพียง ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และช่องทางในการจองห้องพัก ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในย่านนานา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ความคาดหวังในการใช้บริการ โรงแรมราคาประหยัด ด้านสถานที่ตั้ง ความสะอาดของห้องพักและพื้นที่ส่วนต่างๆ ของโรงแรม การส่งเสริมการตลาด และราคา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมราคา ประหยัดในย่านนานา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อัศวิน แสงพิกุล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” ตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นตลาดนักท่องเที่ยว ต่างประเทศสำคัญตลาดหนึ่งของจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตาม ประเด็นเรื่องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้ยังมีข้อมูลอยู่น้อย ทั้งนี้การเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำหรือที่เรียกว่า ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัย สำคัญทาง

การตลาดในการแข่งขันด้านศักยภาพความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริหารด้าน การท่องเที่ยวควรเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาแผนงานหรือกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนซ้ำ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมี วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีจุดหมาย ปลายทางของจังหวัดภูเก็ต ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 225 คน โดยใช้การเลือกสุ่มแบบ ตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อ ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึง ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัศวิน แสงพิบูล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวกับความพึงพอใจ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นตลาดที่สำคัญตลาดหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เพิ่มมากขึ้นและการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยไม่มากนักที่ศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียในแง่ของประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนจังหวัดภูเก็ต การเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรดังกล่าวจะช่วยให้นักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อสามารถพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงมี วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวเอเชียจำนวน 232 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่าประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์ท่องเที่ยวในด้านชายหาด อธิปไตยไมตรีของคนในท้องถิ่น และความคุ้มค่าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติงานวิจัยในครั้งนี้จึงได้ให้ ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันท์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึง

พอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวกับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของทาโรยามานะ จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา 1,200,000 คน ในปี 2556 เนื่องจากการศึกษามีทั้งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนั้น เพื่อให้มีความตรงประเด็นในการศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลไว้ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางเที่ยวเมืองพัทยา โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองช่วงจะเป็นนักท่องเที่ยวคนเดิม เนื้อหาทั้ง 2 ส่วนมีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test วิเคราะห์ปัจจัย วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ (IPA) และวิเคราะห์ขนาดอิทธิพล (Path Analysis) ผลการศึกษาที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้ แรก จำนวนวันที่พักทั้งหมดในประเทศไทย 6 วัน จำนวนวันที่พักในพัทยาส่วนใหญ่พัก 2 วัน ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในขณะที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยาคพบ่าใช้จ่ายเงินในระหว่าง การท่องเที่ยว 1,001-2,000 หยวน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากมณฑลกว่างตุงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาคพบ่า ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านอาหาร มีความคาดหวัง อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาคพบ่า ด้านการให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม ด้าน ความปลอดภัย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการ ท่องเที่ยวเมืองพัทยาคพบ่า ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้าน อาหาร ด้านที่พักแรม และด้านความปลอดภัย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการ

ให้บริการ พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมือง พัทยาพบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความ ภักดีมีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.91 และมีค่าเป็นบวก แสดงว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูง ก็จะส่งผลต่อความจงรักภักดีสูงขึ้นไปด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,001-5,000 หยวน ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่มากับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน มาท่องเที่ยวประเทศไทยและพัทยายเป็นครั้งแรก

วารภรณ์ สุขแสนชนานันท์,(2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ โฮมสเตย์ในเกาะยอ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ โฮมสเตย์ ในเกาะยอ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โฮมสเตย์ในเกาะยอ จังหวัดสงขลา ในช่วงปีพ.ศ. 2556-2557 จำนวน 280 ตัวอย่าง จำนวนจากสูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% : 5% ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อย ละ ค่าเฉลี่ย นำเสนอผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA) และ ทดสอบสมมติฐาน การวิจัยด้วยค่าสถิติ t-test ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง และความพึงพอใจในปัจจุบันทางด้านตลาด 7P6 ของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ โฮมสเตย์ในเกาะยอ อยู่ในระดับมาก แต่คะแนนความพึงพอใจมีค่าต่ำกว่าคะแนนความคาดหวังทั้งในภาพรวมและปัจจัยย่อย โดยที่คะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในช่วง 3.75 - 3.97 คะแนน ส่วน คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในช่วง 3.40 - 3.79 คะแนน เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ โฮมสเตย์ในเกาะยอแต่ละด้านด้วยเทคนิค IPA คะแนนเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว อยู่ใน Quadrant 1 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงว่า มีความสมดุลระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับความสามารถในการให้บริการของโฮมสเตย์ใน การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ใน Quadrant I แสดงว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการ ตอบสนองอย่างเพียงพอ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการ โฮมสเตย์ ในแต่ละปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Wathins (2000) ได้ศึกษาเรื่อง The Comparative Evaluation of Hotel Service Quality from a Managerial Perspective ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มาใช้บริการ โรงแรมจะพึงพอใจในการบริการของ โรงแรมได้จากข้อพิจารณาต่อไปนี้คือ เจ้าของโรงแรมควรจะมีการเตรียมพร้อมเรื่องความปลอดภัย ในด้านต่างๆ ภายในบริเวณโรงแรม โรงแรมต้องสะอาด คุ่มค่าเงิน มีบรรยากาศดี พนักงาน ตอบสนองความต้องการ และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อาหารและเครื่องดื่มต้องมีคุณภาพ เครื่องนอน หมอน ควรจะมีรูปแบบที่ทันสมัย ความแรงของน้ำควรมีมากพอ ไม่แรง ไม่อ่อน จนเกินไป มีที่ดั่งที่เหมาะสม ง่าย การบริหารงานจะต้องคล่องตัว ตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

Lee R, Kenon (2003) ศึกษาเรื่อง Bed and Breakfast Industries. Successful Marketing Strategies ผลจากการสำรวจจากเจ้าของกิจการและผู้บริหารธุรกิจ จำนวน 1,140 คน ในรัฐเท็กซัสพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด 3 อันดับแรกที่นิยมนำมาใช้ในการจัดการบริหารธุรกิจด้าน ที่พัก ได้แก่ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก (98.9%) การรวมกลุ่มของหอการค้า (94.7%) และการโฆษณาโดยใช้แผ่นพับ (โปสเตอร์) (89.7%) ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แบบปากต่อปากจึงเป็นกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในการนำมาใช้ในการจัดการด้านการตลาด เนื่องจากเป็นชื่อที่เชื่อถือได้และขยายได้อย่างรวดเร็ว

Chung S et al (2019) ศึกษาเรื่อง การประเมินความคาดหวังของการรับรู้ของคุณภาพบริการสวนสนุกในเจิ้งโจว Fantawild, จีน บทสรุปผู้บริหารการท่องเที่ยวในสวนสนุกเป็นหนึ่งในแนวโน้มที่เติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและโดยเฉพาะในประเทศจีน นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญในการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของผู้เข้าชมต่อสวนสนุก คุณภาพบริการของสวนสนุกยังคงต้องใช้ความรู้ทางทฤษฎีจากสาขาการบริการและการตลาดการท่องเที่ยว การตรวจสอบคุณภาพบริการที่รวมการตรวจสอบ SERVQUAL และทฤษฎีการยืนยันความคาดหวังเป็นกุญแจสำคัญในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสวนสนุกในประเทศจีน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจระดับคุณภาพการบริการในเจิ้งโจว Fantawild ซึ่งเป็นหนึ่งในแบรนด์สวนสนุกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศจีน โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL ที่ปรับเปลี่ยนได้และช่องว่างการรับรู้ที่คาดหวัง ประการที่สองการศึกษาระบุตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่สำคัญของความพึงพอใจโดยรวมของผู้มาเยือนและประเมินคุณภาพการบริการของอุทยาน



ในที่สุด จากการศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้เข้าชม (# 192) ถึงเจ็โจว Fantawild การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าช่องว่างการรับรู้ความคาดหวังปรากฏในทุกมิติของบริการ ผลลัพธ์ยืนยันว่าคุณภาพการบริการของอุทยานไม่ตรงกับผู้มาเยือน

Blesic et al (2011) ทำการวิจัยเรื่อง Consumer satisfaction and quality management in the hospitality industry in South-East Europe ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าและการจัดการคุณภาพของโรงแรมเพื่อสุขภาพ (Spa hotels) ในยุโรป ตะวันออกเฉียงใต้ โดยพัฒนาจากแบบจำลอง SERVQUAL โดยได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการในโรงแรมและสปา จำนวน 618 คน โดยร้อยละ 90.9 เป็นคนในชาติ และร้อยละ 9.1 เป็นชาวต่างชาติผลการศึกษพบว่าผู้ให้บริการมีความคาดหวังในมิติความเอาใจใส่ (Empathy) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถทำให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (Assurance) และด้าน ความเต็มใจให้บริการทันที (Responsibility) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการมีการรับรู้ในมิติด้านความสามารถทำให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (Assurance) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการปฏิบัติงานถูกต้องและเชื่อถือได้ (Reliability) และด้านความเต็มใจให้บริการทันที (Responsibility) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่รับรู้และ คุณภาพบริการที่คาดหวัง พบว่าผลการเปรียบเทียบให้ผลด้านลบในทุกมิติของคุณภาพบริการ ยกเว้น ด้านความเอาใจใส่ โดย ความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการและการรับรู้คุณภาพบริการในมิติของลักษณะทางกายภาพมีค่าความแตกต่างสูงที่สุด ทั้งนี้คุณภาพการบริการมีความสำคัญ ในการที่จะเก็บรักษาผู้เข้าพักไว้ได้และเป็นตัวชี้วัดสภาพเศรษฐกิจในอนาคตได้โรงแรม ที่ปฏิบัติโดยให้ความสำคัญ เรื่องคุณภาพจะสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ได้ซึ่งจะทำให้องค์กรมีกำไรสูง

### 2.9.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

อศวิน แสงพิกุล (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาเกาะภูเก็ต คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (destination quality) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงอาจมีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเกาะ (island destination) มักพบว่า สิ่งดึงดูดใจด้านชายทะเลจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำ อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยอยู่น้อยที่จะค้นหาคำตอบลงลึกต่อไปว่ายังมีปัจจัยอื่นอีกหรือไม่ (นอกเหนือจากสิ่งดึงดูดใจด้านชายทะเล) ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำอีก ดังนั้น เพื่อ

เดิมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ในประเด็นที่ยังขาดการศึกษาดังกล่าวในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะ การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (dimensions of destination quality) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำ โดยมุ่งศึกษาเกาะภูเก็ต ซึ่งถูกเลือกเป็นพื้นที่กรณีศึกษาเนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะที่มีศักยภาพสูงในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 438 คน ที่เดินทางมาเกาะภูเก็ต โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (path analysis) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป AMOS ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองเส้นทางอิทธิพลของคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำของเกาะภูเก็ตที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาได้จากค่าดัชนีความกลมกลืน ได้แก่  $\chi^2 = 448.44$ ,  $df = 209$ ,  $\chi^2/df = 2.14$ ,  $NFI = 0.91$ ,  $CFI = 0.92$ , และ  $RMSEA = 0.07$  การศึกษาในครั้งนี้มีข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะในด้านสิ่งดึงดูดใจทางชายทะเลไม่ใช่เป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว แต่ยังมีปัจจัยในด้านของ “คน” และ “ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว” ที่ส่งผลทางตรงต่อการกลับมาเยือนซ้ำ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบประเด็นที่น่าสนใจต่อไปอีก คือ ถึงแม้ตัวแปรต้นเหตุทั้งสามตัว (ชายทะเล คน และความปลอดภัย) จะมีผลต่อตัวแปรตามโดยตรง (การกลับมาเยือนซ้ำ) แต่ปัจจัย (ตัวแปร) ที่สำคัญมากอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำในกรณีของเกาะภูเก็ต คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีค่าขนาดอิทธิพล (effects) มากกว่าสามตัวแปรต้นเหตุข้างต้น ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงให้ประโยชน์ในแง่ขององค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสามตัวในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะภูเก็ตต่อไป

กฤษมาพร พิงโพธิ์ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพ บริการของอุตสาหกรรมบริการ งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงลักษณะประชากรและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จาก 30

โรงแรม ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ย ไม่มีความแตกต่างกัน ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความแตกต่างกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังมากที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

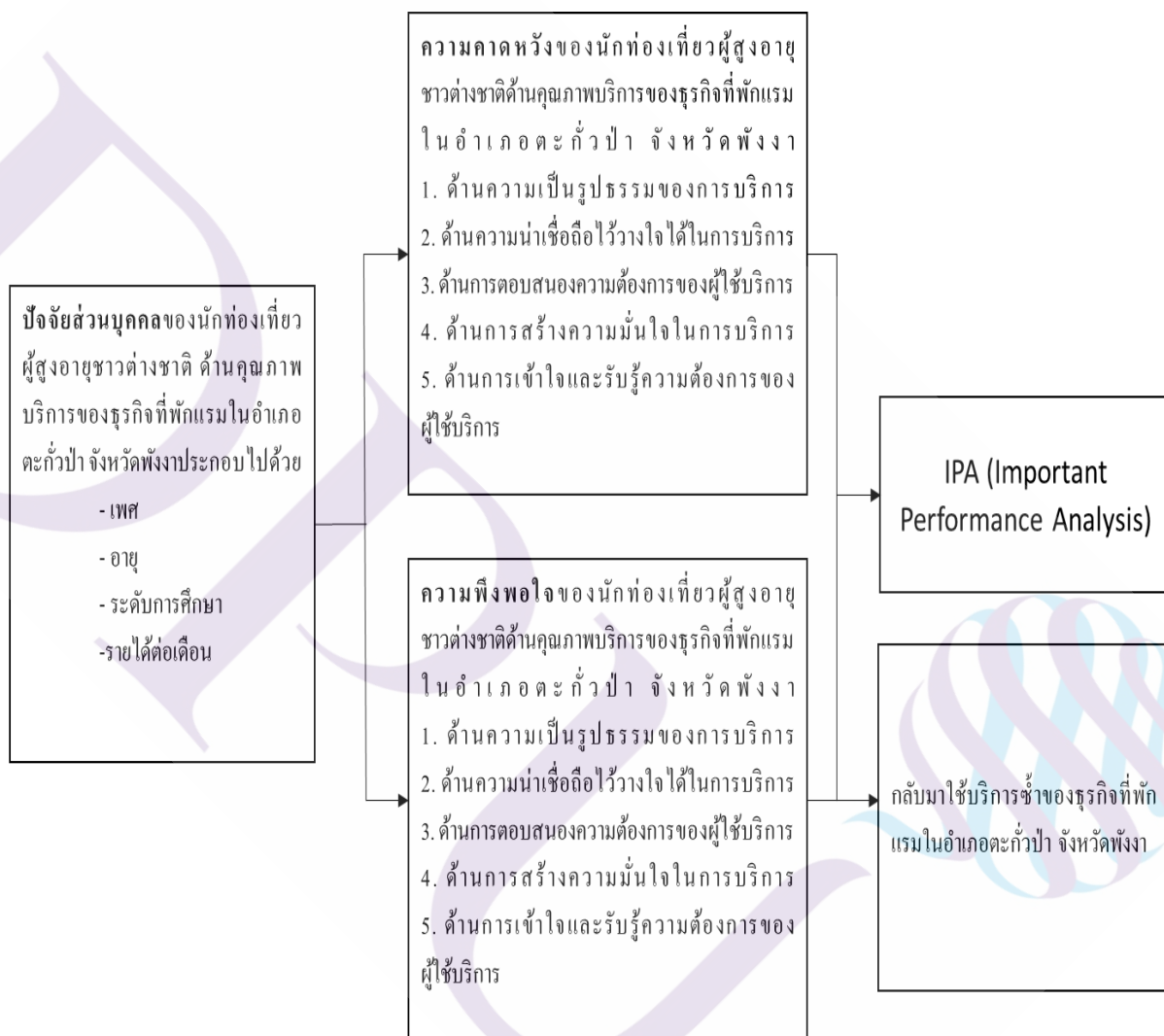
ปริยาภรณ์ หารบุรุษ (2557) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางซ้ำ และผลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการโรงแรมขนาดกลางซ้ำโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 ราย ที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐานคือการหาค่าสมการถดถอยเชิงพหุผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายด้านพบว่า การตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายด้านพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านภาพลักษณ์องค์กรส่งผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของ โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางส่งผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

Tun Thiumsak and Athapol Ruangtanjanases (2016, pp. 220-230) ศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางกลับมาเที่ยวยังกรุงเทพมหานครอีก จำนวน 189 คน ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังกรุงเทพมหานครอีก เนื่องจากความพึงพอใจในเรื่องที่พัก การช้อปปิ้ง ภัตตาคารและร้านอาหาร และทัศนคติที่มีต่อคนไทย โดยมีปัจจัย ใจในเรื่อง การได้ผ่อนคลายและการสร้างสรรค์

Ahman P and Others (2012) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่รัฐซบาหลี ประเทศมาเลเซีย เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คน ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ซบาหลีส่วนใหญ่เป็นชาย (ร้อยละ 61) อายุ 21-30 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 29.5) แต่งงานแล้วมากที่สุด (ร้อยละ 57.1) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 36.2) มีอาชีพทางด้านนักวิชาชีพ (Professional) มากที่สุด (ร้อยละ 59.6) มีการกลับมาเยือนซ้ำเป็นครั้งที่ 2 มากที่สุด (ร้อยละ 42.9) รองลงมาที่มีการกลับมาเยือนซ้ำมากกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 30.5) วัตถุประสงค์ของการกลับมาเยือนซ้ำคือการมาพักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 71.8) นักท่องเที่ยวเดินทางมากับคนรัก หรือคู่สมรสมากที่สุด (ร้อยละ 41.9) ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน (ร้อยละ 92.3) มาพักในโรงแรม 4-5 ความมากที่สุด (ร้อยละ 55.8) นักท่องเที่ยวหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ร้อยละ 58.1) และประเภทของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุดคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวธรรมชาติ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมที่ทันสมัย สภาพอากาศและแหล่งธรรมชาติ โดยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจที่มีความสำคัญมากที่สุด

## 2.10 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ” มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา” ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการของที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการของที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้าน และอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมสรุปผลการศึกษา โดยมีระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง
  - 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.6 สรุประเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้อายุชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่มาพักแรมอย่างน้อย 1 คืน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพังงามีจำนวนทั้งสิ้น 1,418,942 คน (สำนักงานสถิติ,2560)

##### 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างคือ คือ นักท่องเที่ยวผู้อายุชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป สื่อสารภาษาอังกฤษได้ ที่มีต่อการใช้บริการของที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 โดยใช้ข้อมูลจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพังงา ปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 1,418,942 คน สำนักงานสถิติ (2560)

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้อายุชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป สื่อสารภาษาอังกฤษได้ และพักแรมอย่างน้อย 1 คืน 4-5 ดาว ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 โดยใช้ข้อมูลจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพังงา ปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 1,418,942 คน (สำนักงานสถิติ,2560) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยมาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการแทนค่าในสูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane's (อ้างถึงใน อัสวิน แสงพิบูล,2560) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ร้อยละ 5 (0.05)

สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

= ขนาดของประชากร

= ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{1,418,942}{1+(1,418,942)(0.05)^2} = 399.87$$

ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป สื่อสารภาษาอังกฤษได้ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 400 คน

3) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป สื่อสารภาษาอังกฤษได้ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 400 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบจำนวนที่ต้องการ

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะที่เป็นทั้งแบบสอบถามปลายเปิดและแบบสอบถามปลายปิด เป็นภาษาอังกฤษที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรม

- แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบเติมข้อความ (Fill in the Blank) โดยอยู่ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่พักรแรม และท่านพักที่พักรแรมใด

- แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุเป็นผู้ให้ คะแนนของระดับความคาดหวังก่อนมาใช้บริการของที่พักรแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาโดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัด แบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ดังต่อไปนี้



ค่าคะแนน		ความคาดหวัง
5	หมายถึง	ระดับความคาดหวังมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคาดหวังมาก
3	หมายถึง	ระดับความคาดหวังปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคาดหวังน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคาดหวังน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของ คะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535: 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= 5 - 1 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / การกลับมาเยือนซ้ำ ธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักริมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
3. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขและเสน้อาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปดำเนินการทดลอง เก็บข้อมูล (Pre - test) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .932
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการ เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือในนาม โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ถึงธุรกิจที่พักริมในอำเภอตะกั่วป่า เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในช่วงเดือน มกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2563
2. ผู้วิจัยประสานงาน โดยตรงกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดพังงา เพื่อแจ้งความประสงค์ และนัดหมายวันเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลให้รับทราบ
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ที่พักริมที่มีคุณภาพการระดับ 4-5 ดาว และสถานที่

ห้องเที่ยวในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับ พร้อมทั้งลงรหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลเพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอในเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงความสัมพันธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานการวิจัยข้อมูลที่ใช้ในแบบสอบถามในครั้งนี้เป็น ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยข้อมูลที่ได้จะ เป็นดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance) และค่าเฉลี่ย (Mean)
2. แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likerts Scale) ในการวัดระดับความสำคัญ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ โดยในการวัดระดับความสำคัญ มีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
4	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
3	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
2	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
2.60 - 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ในการวัดระดับความคาดหวัง มีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนน	ระดับความคาดหวัง
5	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
4	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
3	มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
2	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความคาดหวังเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในการวัดระดับความพึงพอใจ มีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การประเมินแบบ IPA (Important Performance Analysis) Martilla, J.A. and James, J.C. (1977). โดยแกนตั้งจะบอกระดับความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่มีต่อด้านคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาและแกนนอนจะบอกระดับความพึงพอใจ ภายหลังจากที่ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาแล้ว การแบ่งแกนสำหรับการศึกษาใช้ค่า 3.40 (ค่ากลาง) มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจ ตั้งแต่มากที่สุดถึงมากที่สุด การแบ่งแกนของระดับของความคาดหวังและความพึงพอใจในกราฟจะแบ่ง การวิเคราะห์เป็น 4 Quadrant ได้แก่

Quadrant I หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41-5.00 และคะแนน ความพึงพอใจอยู่ในระดับ 1.00 - 3.39

Quadrant II หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา สูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41-5.00 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.41 - 5.00

Quadrant III หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00-3.39 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 1.00 - 3.39

Quadrant IV หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาสูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00-3.39 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.41 - 5.00

4. แบบสอบถามส่วนที่เป็นความคิดเห็นข้อเสนอแนะในส่วนที่ 4 จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและเหตุผลในสิ่งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ และประทับใจมากที่สุด ซึ่งจะใช้วิธีการบันทึกความคิดเห็นในแต่ละรายแล้วนำมาเรียบเรียงและสรุปผล

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติขั้นผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

#### 3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่อใช้สรุปหรือบรรยายให้เห็นคุณลักษณะของตัวแปรที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้กับกลุ่มอื่นๆ ได้ โดยอาจเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปตารางการแจกแจงความถี่ กราฟ รูปภาพต่างๆ หรืออาจเสนอค่าวัดคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance) และค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น วรรณญา ภัทรสุข (2554: 151) พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2546: 1) ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อด้านคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / การกลับมาเยือนซ้ำ ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

#### 3.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษา เพื่อนำไปสรุปเกี่ยวกับประชากร โดยการทดสอบสมมติฐานว่า การเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระหรือไม่ วรรณญา ภัทรสุข (2554: 156-157) โดยในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยวิธีดังต่อไปนี้

1. การทดสอบสมมติฐานของผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย เมื่อสุ่มตัวอย่างของแต่ละประชากรเป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-test) กัลยา วานิชย์บัญชา (2546: 241-243) ซึ่งเป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยได้แก่ เพศ

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One Way ANOVA) ซึ่งเป็นการจำแนกข้อมูลด้วยตัวแปร หรือปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว หรือเป็นการ

วิเคราะห์ความแตกต่างกันของระดับต่างๆ ได้แก่ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน กัลยา วาณิชย์ บัญชา (2546: 255) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่าสองตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample T-test) โดยค่า นัยสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดไว้ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ( $A = 0.05$ ) ชุศรี วงศ์รัตน์ (2544: 236)

3. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปรระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจที่พักแรมและการกลับมาเยือนซ้ำ ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

### 3.6 สรุประเบียบวิธีวิจัย

จากการศึกษาระเบียบวิธีวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่สื่อสารภาษาอังกฤษได้ เดินทางมาพักแรมอย่างน้อย 1 คืน ใช้บริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยข้อมูลจากสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ 55 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ปี 2560 จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,418,942 คน สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) เมื่อนำมาคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยการแทนค่าในสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane's โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ร้อยละ 5 (0.05) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.87 ซึ่งผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุ ที่เดินทางมาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 400 คน สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลไม่สมบูรณ์ ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ ตามจำนวนที่ต้องการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีลักษณะที่เป็นทั้งแบบสอบถามปลายเปิด แบบสอบถามปลายปิด และแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า ในส่วนของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และเมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบ แต่ละฉบับแล้ว ผู้วิจัยจะทำการลง รหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป เพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหา ค่าสถิติ

แล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอในเชิงบรรยาย และในรูปของตารางแสดงความสัมพันธ์ ต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน





## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ตอน ดังต่อไปนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

4.2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

4.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ

4.2.3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.2.4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

4.2.5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

4.3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

4.3.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ

4.3.3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.3.4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

4.3.5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis)

4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

4.6 ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ที่มาใช้บริการที่แรม 4 – 5 ดาว ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	216	54.0
หญิง	184	46.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
55 – 60 ปี	201	50.2
61 – 65 ปี	133	33.3
66 ปี ขึ้นไป	66	16.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

<b>3. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/อาชีวศึกษา	143	35.8
ปริญญาตรี	159	39.8
สูงกว่าปริญญาตรี	98	24.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>4. รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า US \$ 2,000	52	13.0
US \$ 2,001 – 4,000	121	30.3
US \$ 4,001 – 6,000	141	35.3
US \$ 6,001 ขึ้นไป	86	21.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>5. สัญชาติ</b>		
อเมริกาเหนือ	82	20.5
ละตินอเมริกา	66	16.5
ยุโรป	112	28.0
เอเชีย	99	24.8
โอเชียเนีย	27	6.8
อื่นๆ	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>6. ระยะเวลาที่พักรวม</b>		
ต่ำกว่า 3 วัน	65	16.3
3-7 วัน	184	46.0
มากกว่า 7 วัน	151	37.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

7. สถานที่พักแรม		
โรงแรม	186	46.5
รีสอร์ท	214	53.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ปรากฏดังนี้

เพศ เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 184 คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 55-60 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 61-65 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และช่วงอายุ 66 ปีขึ้นไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/อาชีวศึกษา จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ US \$ 4,001 – 6,000 จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา US \$ 2,001 – 4,000 จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 US \$ 6,001 ขึ้นไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และ ต่ำกว่า US \$ 2,000 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ภูมิภาค / ภูมิลำเนา แยกเป็นรายภูมิภาค พบว่า ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่แรม 4 – 5 ดาว ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มากที่สุด คือ ยุโรป จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา เอเชีย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อเมริกาเหนือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ละตินอเมริกา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 โอเชียเนีย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และ อื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่พักแรม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่แรม 3-7 วัน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา มากกว่า 7 วัน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และ ต่ำ

กว่า 3 วัน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

สถานที่พักแรม ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เลือกพักรีสอร์ท จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และพักโรงแรม 241 คน คิดเป็น 53.5

#### 4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน

- 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ
- 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 4) ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ
- 5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
2.60 - 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยรวมความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามด้านหลัก 5 ด้าน

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.10	.536	มาก
2	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.04	.602	มาก
3	ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.02	.546	มาก
4	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	3.98	.525	มาก
5	ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.97	.581	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.02	.431	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามด้านหลัก 5 ด้านนั้น มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) โดยพิจารณาในข้อย่อยด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ได้คะแนนความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ ) รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) และ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง จำแนกด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ที่พักแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม	4.10	.923	มาก
2	ที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น	4.06	.932	มาก
3	สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.04	.848	มาก
4	พนักงานแต่งกายเครื่องแบบสะอาดสวยงาม	3.96	.875	มาก
	<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>.602</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความคาดหวังกับด้านหลักที่ 1 ด้านความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในภาพรวมมีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) โดยพิจารณารายชื่อข้อย่อยนั้นที่ที่พักแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม มีความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ ) รองลงมา ที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) และพนักงานแต่งกายเครื่องแบบสะอาดสวยงามมีความคาดหวังน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.96$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง ด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ที่พักรวมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ	4.09	.899	มาก
2	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.09	.879	มาก
3	ที่พักรวมจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้	3.97	.854	มาก
4	ที่พักรวมให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ	3.94	.881	มาก
5	พนักงานของที่พักรวมให้บริการถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด	3.81	.867	มาก
	รวม	3.98	.525	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับด้านหลักที่ 2 ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ในภาพรวมมีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ที่พักรวมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ และพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.09$ ) เท่ากัน รองลงมา ที่พักรวมจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) ที่พักรวมให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) และพนักงานของที่พักรวมให้บริการถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด มีความคาดหวังน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.81$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความคาดหวังด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	จำนวนพนักงานมีเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง	4.00	.824	มาก
2	ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว	4.00	.949	มาก
3	พนักงานของที่พักรวมมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหา อย่างรวดเร็ว	3.96	.847	มาก
4	เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว	3.93	.875	มาก
	รวม	3.97	3.97	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมมีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น จำนวนพนักงานมีเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึงและขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว มีความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ ) เท่ากัน รองลงมาพนักงานของที่พักรวมมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหา อย่างรวดเร็ว มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) และเมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว มีความคาดหวังน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.93$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากล	4.20	.831	มาก
2	ที่พักแรมให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและทันสมัย	4.14	.823	มาก
3	ที่พักแรมมีป้ายทางหนีไฟและทางหนีสีนามิชัดเจน	4.04	.872	มาก
4	การบริการด้านต่างๆ เป็นไปตามมาตรฐานสากล	4.04	.879	มาก
รวม		4.10	.536	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับด้านหลักที่ 4 ความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในภาพรวมมีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากลมีความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมา ที่พักแรมให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและทันสมัย มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) และ ที่พักแรมมีป้ายทางหนีไฟและทางหนีสีนามิชัดเจนและการบริการด้านต่างๆ เป็นไปตามมาตรฐานสากลมีความคาดหวังน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.04$ ) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความคาดหวังด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานใส่ใจในรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้า	4.08	.849	มาก
2	ที่พักรวมให้เวลาเปิด-ปิด ส่วนบริการต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น	4.06	.831	มาก
3	ที่พักรวมมีการบริการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ เช่น นวด สปา อาหารเพื่อสุขภาพ	4.00	.877	มาก
4	พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการห้องพักของลูกค้า	3.97	.892	มาก
	รวม	4.02	.546	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมมีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้นพนักงานใส่ใจในรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้า มีความคาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.08$ ) รองลงมา ที่พักรวมให้เวลาเปิด-ปิด ส่วนบริการต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) ที่พักรวมมีการบริการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ เช่น นวด สปา อาหารเพื่อสุขภาพ มีความคาดหวังมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) และพนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการห้องพักของลูกค้า มีความคาดหวังน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในข้อนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Samples T-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียวหรือแบบมีปัจจัยเดียว F-test หรือ One Way ANOVA ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95 % โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ

$H_0$ : นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Tangibles)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	3.99	.603	-1.652	.049*	แตกต่างกัน
หญิง	4.09	.598			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.08	.592	4.252	.006*	แตกต่างกัน
61 – 65 ปี	3.98	.547			
66 ปี ขึ้นไป	4.00	.724			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.04	.587	.355	.702	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.01	.638			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.07	.565			

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	3.93	.606	1.044	.373	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	4.02	.643			
US \$ 4,001 – 6,000	4.09	.593			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.03	.551			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .702 .373 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี อายุ รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ เพศ และอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .049 .006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่ เพศ อายุ ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ

อายุ	55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.08$ )	61-65 ปี ( $\bar{X} = 3.98$ )	66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 4.00$ )
55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.08$ )	-	.10147*	.08831
61-65 ปี ( $\bar{X} = 3.98$ )		-	-.01316
66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 4.00$ )			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุ 55-60 ปี กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุ 61-65 ปี เพียง 1 คู่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Reliability)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	3.96	.603	-.758	.283	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.09	.598			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.00	.544	.528	.590	ไม่แตกต่าง
61 – 65 ปี	3.94	.524			
66 ปี ขึ้นไป	3.96	.470			
<b>ตารางที่ 4.10 ต่อ</b>					
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	3.99	.568	.196	.822	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	3.98	.517			
สูงกว่าปริญญาตรี	3.95	.476			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	3.86	.548	2.398	.037*	แตกต่างกัน
US \$ 2,001 – 4,000	4.00	.582			
US \$ 4,001 – 6,000	4.04	.438			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	3.91	.549			

หมายเหตุ : ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05



จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. เท่ากับ .283 .590 .822 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ .037\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 3.86)	US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.00)	US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 4.04)	US \$ 6,001 ขึ้น ไป ( $\bar{X}$ = 3.91)
ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 3.86)	-	-.13242	-.17474*	-.04472
US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.00)		-	-.04232	.08770
US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 4.04)			-	.13002*
US \$ 6,001 ขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 3.91)				-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงรายได้ต่อเดือน พบว่า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 2 คู่ ที่แตกต่างกัน โดยคู่แรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า US \$ 2,000 กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง US \$ 4,001 – 6,000 คู่ที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง US \$ 4,001 – 6,000 กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือน US \$ 6,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Responsiveness)				
		S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.00	.560	1.390	.103	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.92	.603			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.04	.544	3.366	.036*	แตกต่าง
61 – 65 ปี	3.88	.613			
66 ปี ขึ้นไป	3.91	.575			

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.04	.584	1.954	.143	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	3.92	.566			
สูงกว่าปริญญาตรี	3.93	.595			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	3.90	.556	.870	.456	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	3.97	.567			
US \$ 4,001 – 6,000	4.02	.546			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	3.91	.668			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ .103 .143 .456 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .036 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีอายุ ต่างกัน มีความคาดหวังด้านการตอบสนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ

อายุ	55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.04$ )	61-65 ปี ( $\bar{X} = 3.88$ )	66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 3.91$ )
55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.04$ )	-	.15756*	.13190
61-65 ปี ( $\bar{X} = 3.88$ )		-	-.02566
66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 3.91$ )			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุระหว่าง 55-60 ปี กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ 66 ปีขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียง 1 คู่

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจ ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Assurance)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.08	.529	.591	.555	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.12	.544			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.14	.527	1.292	.276	ไม่แตกต่าง
61 – 65 ปี	4.04	.577			
66 ปี ขึ้นไป	4.09	.467			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.18	.540	3.333	.020*	แตกต่างกัน
ปริญญาตรี	4.03	.545			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.09	.504			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	3.99	.596	2.022	.110	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	4.18	.468			
US \$ 4,001 – 6,000	4.10	.556			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.05	.544			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .555 .276 .110 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. เท่ากับ .020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนต้น/ ตอนปลาย/อาชีวศึกษา ( $\bar{X}$ = 4.18)	ปริญญาตรี ( $\bar{X}$ = 4.03)	สูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X}$ = 4.09)
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอน ปลาย/อาชีวศึกษา ( $\bar{X}$ = 4.18)	-	.14233*	.08058
ปริญญาตรี ( $\bar{X}$ = 4.03)		-	-.06175
สูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X}$ = 4.09)			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติระหว่างช่วงมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/อาชีวศึกษา กับ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงปริญญาตรี ซึ่งพบเพียง 1 คู่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Empathy)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.03	.531	.522	.189	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.00	.565			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.06	.539	1.714	.181	ไม่แตกต่าง
61 – 65 ปี	3.95	.559			
66 ปี ขึ้นไป	4.03	.537			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.06	.567	.493	.611	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.00	.560			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.02	.493			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	3.88	.580	2.593	.056*	แตกต่างกัน
US \$ 2,001 – 4,000	4.08	.533			
US \$ 4,001 – 6,000	3.97	.555			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.09	.561			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. เท่ากับ .189 .181 .611 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ต่างกัน มีความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ .056 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคาดหวังด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe



ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 3.88)	US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.08)	US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 3.97)	US \$ 6,001 ขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.09)
ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 3.88)	-	-.20423*	-.09411	-.21131*
US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.08)		-	.08518	.13278
US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 3.97)			-	.11721
US \$ 6,001 ขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.09)				-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือนพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 2 คู่ ที่ แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติรายได้ต่อเดือนระหว่างต่ำกว่า US \$ 2,000 กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ US \$ 2,001 – 4,000 คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า US \$ 2,000 กับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ US \$ 6,001 ขึ้นไป

**4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างที่มีต่อด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยแบ่งออกเป็นด้านหลัก 5 ด้าน**

- 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ
- 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 4) ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ
- 5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
2.60 - 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้านหลักคุณภาพการบริการ 5 ด้าน

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.21	.531	มากที่สุด
2	ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.14	.545	มาก
3	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.13	.553	มาก
4	ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.03	.604	มาก
5	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.00	.550	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.10	.440	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น ด้านหลักคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) โดยพิจารณาในข้อย่อยด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) และ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น	4.24	.777	มากที่สุด
2	พนักงานแต่งกายเครื่องแบบสะอาดสวยงาม	4.20	.848	มาก
3	สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.06	.799	มาก
4	ที่พักแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม	4.06	.930	มาก
	รวม	4.13	.533	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจกับด้านหลักที่ 1 ด้านความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) รองลงมาพนักงานแต่งกายเครื่องแบบสะอาดสวยงาม มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และ ที่พักแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม มีความพึงพอใจน้อยที่สุด เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.06$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ที่พักรวมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ	4.20	.837	มาก
2	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.11	.937	มาก
3	ที่พักรวมจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้	4.05	.852	มาก
4	ที่พักรวมให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ	3.98	.935	มาก
5	พนักงานของที่พักรวมให้บริการถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด	3.69	.970	มาก
	รวม	4.00	.550	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความพึงพอใจด้านที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ที่พักรวมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมา พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) ที่พักรวมจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) ที่พักรวมให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) และ พนักงานของที่พักรวมให้บริการถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	จำนวนพนักงานมีเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง	4.09	.851	มาก
2	ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว	4.05	.962	มาก
3	เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว	4.04	.906	มาก
4	พนักงานของที่พักรวมมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหา อย่างรวดเร็ว	3.98	.917	มาก
	รวม	4.03	.604	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น จำนวนพนักงานมีเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง มีความความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.09$ ) รองลงมา ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว มีความความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว มีความความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) และพนักงานของที่พักรวมมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหา อย่างรวดเร็ว มีความความพึงพอใจน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.98$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากล	4.34	.749	มากที่สุด
2	ที่พักแรมให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและทันสมัย	4.29	.792	มากที่สุด
3	การบริการด้านต่างๆ เป็นไปตามมาตรฐานสากล	4.15	.883	มาก
4	ที่พักแรมมีป้ายทางหนีไฟและทางหนีสีนามิชัดเจน	4.08	.889	มาก
<b>รวม</b>		4.21	.531	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับด้านที่ 4 ความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากล มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) รองลงมา ที่พักแรมให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและทันสมัย มีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ) การบริการด้านต่างๆ เป็นไปตามมาตรฐานสากล มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) และที่พักแรมมีป้ายทางหนีไฟและทางหนีสีนามิชัดเจน มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.08$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	ความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานใส่ใจในรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้า	4.20	.834	มาก
2	ที่พักแรมมีการบริการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ เช่น นวด สปา อาหารเพื่อสุขภาพ	4.20	.898	มาก
3	พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการห้องพักของลูกค้า	4.16	.804	มาก
4	ที่พักแรมให้เวลาเปิด-ปิด ส่วนบริการต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น	4.03	.887	มาก
	รวม	4.14	.545	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับด้านหลักที่ 5 ความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้นพนักงานใส่ใจในรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้า และที่พักแรมมีการบริการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ เช่น นวด สปา อาหารเพื่อสุขภาพ มีความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมาพนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการห้องพักของลูกค้า มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.16$ ) และที่พักแรมให้เวลาเปิด-ปิด ส่วนบริการต่างๆ มีความเหมาะสม เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.03$ ) ตามลำดับ



**สมมติฐานข้อที่ 2** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในข้อนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Samples T-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียวหรือแบบมีปัจจัยเดียว F-test หรือ One Way ANOVA ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95 % โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ

$H_0$ : นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.24** ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Tangibles)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.11	.515	-1.190	.285	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.17	.552			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.19	.538	2.178	.044*	แตกต่าง
61 – 65 ปี	4.09	.526			
66 ปี ขึ้นไป	4.06	.520			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.11	.550	.584	.558	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.17	.515			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	.537			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	4.17	.556	1.249	.292	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	4.06	.574			
US \$ 4,001 – 6,000	4.16	.502			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.18	.503			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .285 .558 .292 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ

.044\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ

อายุ	55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.19$ )	61-65 ปี ( $\bar{X} = 4.09$ )	66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 4.06$ )
55-60 ปี ( $\bar{X} = 4.19$ )	-	.09817	.13342*
61-65 ปี ( $\bar{X} = 4.09$ )		-	.03526
66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X} = 4.06$ )			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 1 คู่ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุระหว่าง 55-60 ปี กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุ 66 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อ คุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัด พังงา (Reliability)				
	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	3.95	.569	-1.844	.754	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.06	.524			
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.03	.576	.752	.472	ไม่แตกต่าง
61 – 65 ปี	4.00	.523			
66 ปี ขึ้นไป	3.93	.527			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	3.96	.586	.650	.523	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.04	.546			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	.504			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	4.00	.497	.522	.667	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	3.97	.572			
US \$ 4,001 – 6,000	4.05	.527			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	3.97	.591			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ อายุ

ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .734.472.523.667 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ใน การบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แยกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่ว ป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการของ ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Responsiveness)				
	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.02	.587	-.641	.589	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.05	.625			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.07	.605	3.014	.030*	แตกต่าง
61 – 65 ปี	4.01	.579			
66 ปี ขึ้นไป	3.96	.653			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	4.04	.659	.689	.503	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.00	.562			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.09	.590			

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	4.09	.542	.271	.846	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	4.00	.553			
US \$ 4,001 – 6,000	4.04	.607			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.03	.704			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .589 .503 .846 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .030\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี อายุ ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

**ตารางที่ 4.28** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ

อายุ	55-60 ปี ( $\bar{X}$ = 4.03)	61-65 ปี ( $\bar{X}$ = 4.00)	66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 3.93)
55-60 ปี ( $\bar{X}$ = 4.03)	-	.06020	.11121*
61-65 ปี ( $\bar{X}$ = 4.00)		-	.05101
66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 3.93)			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงอายุ พบว่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุระหว่าง 55-60 ปี กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุ 66 ปีขึ้นไป ซึ่งพบเพียง 1 คู่ ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.29** ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจในการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Assurance)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.20	.495	-.272	.009*	แตกต่างกัน
หญิง	4.22	.572			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.22	.540	.598	.551	ไม่แตกต่าง
61 – 65 ปี	4.23	.511			
66 ปี ขึ้นไป	4.15	.547			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/อาชีวศึกษา	4.21	.549	.344	.709	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.19	.523			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.25	.507			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	4.31	.440	2.273	.047*	แตกต่างกัน
US \$ 2,001 – 4,000	4.16	.512			
US \$ 4,001 – 6,000	4.24	.521			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.18	.617			

**หมายเหตุ.** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig เท่ากับ .551 .709 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างเชื่อมั่น ในการบริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ เพศ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ .009 .047 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการ



บริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

**ตารางที่ 4.30** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 4.31)	US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.16)	US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 4.24)	US \$ 6,001 ขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.18)
ต่ำกว่า US \$ 2,000 ( $\bar{X}$ = 4.31)	-	.14789*	.07617	.13708*
US \$ 2,001 – 4,000 ( $\bar{X}$ = 4.16)		-	-.07171	-.01081
US \$ 4,001 – 6,000 ( $\bar{X}$ = 4.24)			-	.06090
US \$ 6,001 ขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.18)				-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 2 คู่ ที่ แตกต่างกัน โดยคู่แรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงรายได้ระหว่าง ต่ำกว่า US \$ 2,000 กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงรายได้ US \$ 2,001 – 4,000 คู่ที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงรายได้ระหว่างต่ำกว่า US \$ 2,000 กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงรายได้ US \$ 6,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบสมมุติฐานของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (Empathy)				
	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig	ผลการทดสอบ
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.11	.562	-1.120	.577	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.17	.525			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>อายุ</b>					
55 – 60 ปี	4.19	.537	2.573	.041*	แตกต่างกัน
61 – 65 ปี	4.10	.540			
66 ปี ขึ้นไป	4.08	.575			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>					
มัธยมศึกษาตอนต้น/ ตอนปลาย/อาชีวศึกษา	4.12	.546	.398	.672	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.17	.555			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	.531			

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig	ผลการทดสอบ
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า US \$ 2,000	4.15	.592	.025	.995	ไม่แตกต่าง
US \$ 2,001 – 4,000	4.14	.486			
US \$ 4,001 – 6,000	4.13	.549			
US \$ 6,001 ขึ้นไป	4.14	.597			

หมายเหตุ. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ .557 .672 .995 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกันในขณะที่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe

**ตารางที่ 4.32** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ช่วงอายุ

อายุ	55-60 ปี ( $\bar{X}$ = 4.19)	61-65 ปี ( $\bar{X}$ = 4.10)	66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.08)
55-60 ปี ( $\bar{X}$ = 4.19)	-	.09065	.10691*
61-65 ปี ( $\bar{X}$ = 4.10)		-	.01626
66 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$ = 4.08)			-

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจด้านหลักที่ 5 ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามช่วงอายุ พบว่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุระหว่าง 55-60 ปี กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติช่วงอายุ 66 ปีขึ้นไป ซึ่งพบเพียง 1 คู่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 สรุปผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจใน 5 ด้านของปัจจัยคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	ความคาดหวัง (ค่าเฉลี่ย)	ความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย)	t-statistics	Sig	ทดสอบสมมติฐาน
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.10	4.21	-3.104	.002*	แตกต่าง
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.04	4.13	-2.840	.032*	แตกต่าง
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.02	4.14	-2.050	.041*	แตกต่าง
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	3.98	4.00	-3.460	.001*	แตกต่าง
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.97	4.03	-3.521	.000*	แตกต่าง

หมายเหตุ. \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ 5 ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จำแนกตามปัจจัยคุณภาพการบริการหลัก 5 ด้านพบว่า ทุกด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการหลัก 5 ด้านสูงกว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการหลัก 5 ด้านอย่างนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความคาดหวังและความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด ตามลำดับ

#### 4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis)

Quadrant I หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41-5.00 และคะแนน ความพึงพอใจอยู่ในระดับ 1.00 - 3.39

Quadrant II หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา สูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41-5.00 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.41 - 5.00

Quadrant III หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00-3.39 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 1.00 - 3.39

Quadrant IV หมายถึง ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาสูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00-3.39 และ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.41 - 5.00

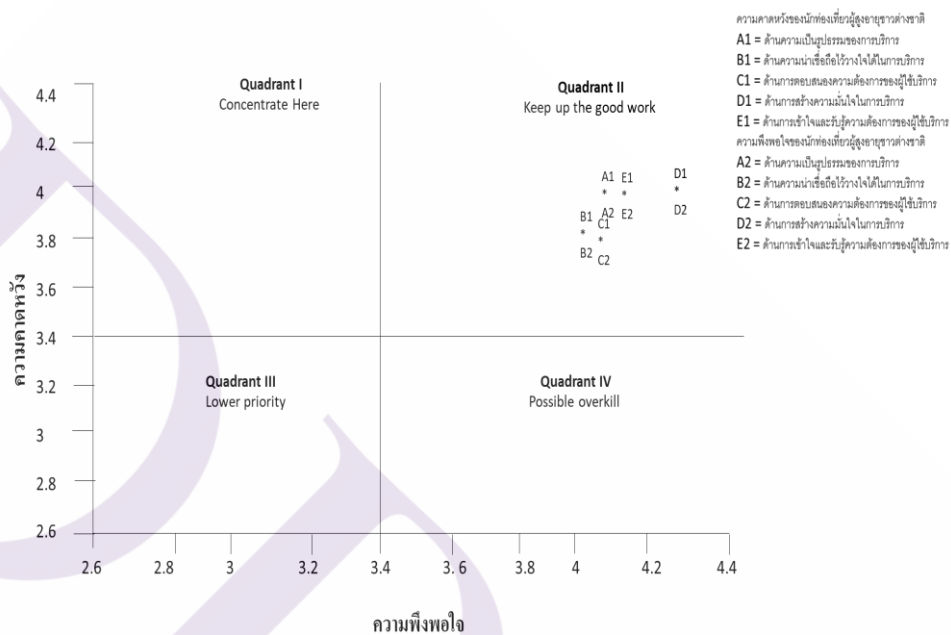
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อปัจจัย 5 ด้านของคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ก่อนการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis)

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่พักแรม	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับ
ด้านการสร้างความมั่นใจ ในการบริการ	4.10	.536	มาก	4.21	.531	มากที่สุด
ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ	4.04	.602	มาก	4.13	.553	มาก
ด้านการเข้าใจและรับรู้ ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.02	.546	มาก	4.14	.545	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ในการบริการ	3.98	.525	มาก	4.00	.550	มาก
ด้านการตอบสนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการ	3.97	.581	มาก	4.03	.604	มาก
เฉลี่ยรวม	4.02	.431	มาก	4.10	.440	มาก

หมายเหตุ. \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ทุกด้านของความคาดหวัง ค่าเฉลี่ยรวม 4.02 และความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยรวม 4.10 อยู่ในระดับมาก ยกเว้นความพึงพอใจด้านด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติต่อบริการคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยวิเคราะห์ภาพรวมของแต่ละด้านคุณภาพการบริการด้วยเทคนิค IPA(Important Performance Analysis) แสดงรายละเอียด ตามภาพที่ 4.1



ภาพ 4.1 การเปรียบเทียบคะแนนการความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติต่อบริการคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยวิเคราะห์ภาพรวมของแต่ละด้านคุณภาพการบริการด้วยเทคนิค IPA (Important Performance Analysis)

จากภาพที่ 4.1 พบว่าคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่มีคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อยู่ในระดับสูงซึ่งอยู่ใน Quadrant II ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (จุด A) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (จุด B) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (จุด C) ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ(จุด D) และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ(จุด E) ทั้งนี้ปัจจัยในการศึกษาทุกด้านไม่ปรากฏอยู่ใน Quadrant I Quadrant III และ Quadrant IV แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ไปในทิศทางเดียวกันหมายความว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคาดหวังน้อยกว่าความพึงพอใจระดับสูง



#### 4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยของการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ลำดับ	การกลับมาเยือนซ้ำธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ท่านมีความประทับใจด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	4.33	.662	มากที่สุด
2	ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการของธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	4.20	.745	มาก
3	ท่านจะกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อีกในอนาคต	4.25	.791	มากที่สุด
4	ท่านคิดว่าการมาพักครั้งนี้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	4.25	.796	มากที่สุด
	รวม	4.26	.604	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ ) โดยพิจารณารายข้อย่อยนั้น ท่านมีความประทับใจด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.33$ ) รองลงมา ท่านจะกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อีกในอนาคต และท่านคิดว่าการมาพักครั้งนี้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป มีความสำคัญมากที่สุดเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.25$ ) และท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการของธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงามีความสำคัญมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) ตามลำดับ

#### 4.6 ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

**สมมติฐานข้อที่ 3** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในข้อนี้ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบ สมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปรระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจที่พักแรมและการกลับมาเยือนซ้ำ ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95 % โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา แตกต่างกัน

Dependent Variable		ความพึงพอใจ (Y)		
Independent Variable		ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $X_1$ ) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ ( $X_2$ ) บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ( $X_4$ ) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $X_5$ )		
Prediction : Goodness-of-Fit				
Multiple R	.887			
R Square	.786			
Adjusted R Square	.773			
Standard Error	.41626			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	5	21.191	4.238	
Residual	394	68.269	.173	
F = 24.460	Sig. F = .000			
Durbin-Watson	1.260			

Explanation : Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t-Value	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X <sub>1</sub> )	.140	.157	2.859	.004
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ (X <sub>2</sub> )	.114	.117	5.243	.008
บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (X <sub>3</sub> )	.113	.117	2.283	.018
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (X <sub>4</sub> )	.113	.139	2.645	.019
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (X <sub>5</sub> )	.303	.349	6.152	.000
ค่าคงที่				
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X <sub>1</sub> )	.641	1.561	22.143	
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ (X <sub>2</sub> )	.415	2.407	25.150	
บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (X <sub>3</sub> )	.521	1.919	26.602	
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (X <sub>4</sub> )	.541	1.849	29.117	
ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (X <sub>5</sub> )	.601	1.664	32.216	
ค่าคงที่			1.000	

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจ

X<sub>1</sub> ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

X<sub>2</sub> ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ

X<sub>3</sub> บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

X<sub>4</sub> ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

X<sub>5</sub> ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพหรือไม่ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์พบว่า F = 24.460 Sig. F = .000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการสามารถถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 5 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวมการทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

1. ความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 1.260 ซึ่ง น้อยกว่า 1.820 ที่องศาอิสระ 400 จึงสรุปได้ว่า ไม่มี ความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ตัวแปรอิสระไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity) พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X<sub>1</sub> เท่ากับ 1.561 X<sub>2</sub> เท่ากับ 2.407 X<sub>3</sub> เท่ากับ 1.919 X<sub>4</sub> เท่ากับ 1.849 และ X<sub>5</sub> เท่ากับ 1.664 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 5 ไม่มีความสัมพันธ์กันของการวิเคราะห์การถดถอย

3. ค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S) = .076, df. 400, Sig. = .000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. มากกว่า ระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

4. ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยเป็น 0.000 (The mean of the errors is zero) เป็นไปตามสมมติฐาน ของการวิเคราะห์การถดถอย

5. การทดสอบใช้วิธีของ Breusch-Pagan : LM Test

$LM = n \times R^2 e^2$ ,  $\chi^2$ ,  $5-1 = 4$  เปิดตาราง Chi-Square ได้ค่าเท่ากับ จาก  $LM = n \times R^2 e^2 = 400 \times .034$

= 13.6 พบว่า น้อยกว่า 15.6 สรุปได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่ (Errors

have a constant variance) เป็นไปตามสมมุติฐานการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .773 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งห้าตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 77.3 เหลืออีก 22.7 อธิบายตัวแปรอื่น ที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = .140 X_1 + .014 X_2 + .013 X_3 + .0034 X_4 + .33 X_5$$

$$(2.859) (5.243) (2.283) (2.645) (6.152)$$

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระ 5 ตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระสามตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีตัวแปรอิสระสองตัวสามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่า มากกว่า 0.05

จากค่า  $b_1 = .140$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า  $b_2 = .114$  ซึ่งมีค่าเป็นบวกอธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า  $b_3 = .113$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า  $b_4 = .113$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า  $b_5 = .303$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านมาตรฐาน ทั้ง 5 ด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $Beta = .303$ ) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ ( $Beta = .140$ ) ความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการ ( $Beta = .114$ ) และคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ เท่ากัน ( $Beta = .113$ ) ตามลำดับ



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ” ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษาซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยโดยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติที่ใช้บริการในธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 55 – 60 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน US \$ 4,001 – 6,000 โดยมากแล้วมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ระยะเวลาที่พักรวม 3-7 วัน และที่พักแรมแบบรีสอร์ท

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตามลำดับ เมื่อพิจารณารายย่อยต่างๆ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ พบว่าห้องพักรับรองมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากลมีความสำคัญมากที่สุด ต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่พักแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงามมีความสำคัญมาก



ที่สุด ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการพนักงานใส่ใจในรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้า มีความสำคัญมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ที่พักร้อมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ และพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญมากที่สุด และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำนวนพนักงานมีเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว มีความสำคัญมากที่สุด

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักร้อมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่าด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ตามลำดับ

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักร้อมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่าคุณภาพการบริการที่พักร้อมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่มีคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักร้อมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อยู่ในระดับสูงซึ่งอยู่ใน Quadrant II ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ปัจจัยในการศึกษาทุกด้านไม่ปรากฏอยู่ใน Quadrant I Quadrant III และ Quadrant IV แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่พักร้อมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยย่อยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับสูง ซึ่งอยู่ใน Quadrant II และกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการทุกประเด็นสูงกว่า ระดับความคาดหวังที่กลุ่มตัวอย่างได้หวังไว้ เช่นเดียวกับด้าน ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจที่พักร้อม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการกลับมาเยือนซ้ำ มากที่สุด เมื่อพิจารณารายย่อยต่างๆ ท่านมีความประทับใจด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ท่านจะกลับมาใช้บริการธุรกิจที่พักรวม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อีกในอนาคต ท่านคิดว่าการมาพักครั้งนี้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และท่านจะแนะนำให้ผู้รู้จักมาใช้บริการของธุรกิจที่พักรวม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามลำดับ

5.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ปัจจัยด้านมาตรฐาน ทั้ง 5 ด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Beta = .303) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในกร (Beta = .140) ความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในกร (Beta = .114) และคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการเท่ากัน (Beta = .113) ตามลำดับ โดยสรุปปัจจัยคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พัก ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในกร บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

## 5.2 อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความคาดหวังที่มาใช้บริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ในทุกด้านระดับมาก โดยให้ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภา นิรุตติกุล และ Mary Grace C.Ulatan ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมที่พักตากอากาศ ในจังหวัดระยอง ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในระดับมากในเกือบทุกด้าน และยังสอดคล้องกับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Blesic et al. (2011) ทำการวิจัยเรื่อง Consumer satisfaction and quality management in the hospitality industry in South-East Europe ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้า และการจัดการคุณภาพของโรงแรมเพื่อสุขภาพ (Spa hotels) ในยุโรป ตะวันออกเฉียงใต้ ผล การศึกษาพบว่าผู้ให้บริการมีความคาดหวังในมิติ ด้านความสามารถทำให้เกิดความไว้วางใจและ ความเชื่อมั่นมากที่สุด เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่พักรวม 4-5 ดาว ย่อมมีความคาดหวังในเรื่องของความมั่นใจในการบริการ ลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ ที่ใช้บริการ 4-5 ดาว มีความไว้วางใจในระบอบการบริหารงานของที่พักแรมว่ามีความสะดวก สะอาด และปลอดภัย ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ ที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น ด้านหลักคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการ มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สันสนีย์ สีมิมขัต. (2556) ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมต่างชาติระดับ 4-5 ดาว ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่าระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการ ให้บริการ 5 ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการของโรงแรมที่อยู่ในเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นอยู่ในระดับมาก เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการที่พักรวมแล้ว มีความพึงพอใจในเรื่องของการจัดการระบบการให้บริการที่พักรวมอย่างมีมาตรฐาน ไม่มี ข้อผิดพลาด เกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในขณะที่ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ด้วย เทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการกับ ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพ การบริการที่พักรวมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า ทุกด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการหลัก 5 ด้านสูงกว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการหลัก 5 ด้าน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความคาดหวังและความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด ตามลำดับ ผลการสอดคล้องวิจัยกับกัลยา สร้อยสิงห์ (2559) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในประเด็นที่ว่า ภาพรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่พัทยายู่ในระดับมากและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ ธนัตถ์ภัทร ธิรณชติลล (2560) ศึกษาเรื่องมิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตพื้นที่พัทยาจากมุมมองนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงและมีความพึงพอใจมากต่อบริการของโรงแรมในมิติความมั่นใจและมิติการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งอยู่ใน Quadrant II เหตุผลเป็นเช่นนี้คล้ายกับการอภิปรายความคาดหวังและความพึงพอใจ การให้บริการของที่พักโรงแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้มีความมั่นใจในการใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักโรงแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พัก ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ สุพจน์ เจริญวงศ์ (2561) ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมระดับห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจและความรับรู้ความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ และยังใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของ ธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสทิน แกรนด์สุขุมวิท พบว่าปัจจัยด้านการให้

ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเช่นกัน เหตุผลเป็นเช่นนั้นเพราะผู้ประกอบการที่พักรมระดับ 4-5 ดาว ให้ความสำคัญมิติความเป็นรูปธรรม อันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อมในที่พักรม และยังรวมไปถึงพนักงานที่ให้บริการที่มีกายแต่งกายสะอาดสวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญในด้านความพึงพอใจและกลับมาเยือนซ้ำมากที่สุด

### 5.3 ความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ จากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ จากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

ความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (คน)
1. พนักงานไม่ใส่ใจรายละเอียดในการบริการ	59
2. ที่พักรมยังไม่สะอาด	22
3. อาหารรสชาติไม่ดี อาหารเพื่อสุขภาพยังมีน้อย	17
4. สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบครัน	8
<b>รวม</b>	<b>106</b>

### 5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องเรื่อง “ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ” มีข้อเสนอแนะดังนี้

5.4.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการที่พักรมควรเน้นในเรื่องความสะอาดในห้องพักรม อาหารสะอาดถูกหลักอนามัย การรักษาความปลอดภัยในที่พักรมต้องมีความ

ทันสมัย เช่น กล้องวงจรปิด ระบบกุญแจห้องพัก มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และเนื่องจากที่พักแรมที่อำเภอตะกั่วป่าประสบปัญหาภัยพิบัติสึนามิที่พักรแรมควรมีข้อมูลแนะนำเส้นทางการหลบหนีสึนามิที่ชัดเจน รวมไปถึงป้ายทางหนีไฟที่เห็นได้ชัดเจน

5.4.2 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา เนื่องจากปัจจัยความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ประกอบการที่พักแรมควรรักษามาตรฐานการบริการด้านนี้ไว้ ซึ่งผู้บริหารโรงแรมจัดควรให้ความใส่ใจความสะอาดของที่พักรแรมทั้งในห้องพักและบริเวณพื้นที่สาธารณะ และเรื่องการให้บริการที่พักแรมควรเน้นในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายให้มีหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหารไทย,นานาชาติ ห้องออกกำลังกายมีเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัยและเพียงพอต่อผู้ให้บริการและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เช่น วิลแชร์ไว้บริการผู้สูงอายุ สระว่ายน้ำ สปา ฟิตเนส รวมไปถึงรถรับส่งถึงห้องพัก และที่พักแรมควรจัดสวนหย่อมหรือพื้นที่สาธารณะให้มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ผู้ประกอบการที่พักแรมควรปรับปรุงการให้บริการลดความผิดพลาดขณะบริการ เช่น ให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้ และพนักงานสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าในระดับดี จะทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความเชื่อถือในการบริการและจะส่งผลต่อความพึงพอใจ

5.4.3 Importance Performance Analysis (IPA) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงานั้น ด้านหลักปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA) ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความคาดหวังและความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (จุด D) มากที่สุด ถึงแม้ว่า จุดตัดคุณภาพการบริการตกอยู่ใน Quadrant II หมายถึง ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอยู่ในระดับสูง และความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ผู้วิจัยขอเสนอแนะบางประเด็นเพื่อรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับมาตรฐานเช่นนี้ต่อไปให้ที่พักแรมสามารถส่งมอบมิติคุณภาพการบริการที่ดียิ่งขึ้น ดังนี้ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้ง 3 ด้านนี้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมทำได้ดีแล้วนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพึงพอใจ ต้องรักษามาตรฐานต่อไป ส่วนปัจจัยด้านความ

น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการและด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ถึงแม้ว่า 2 มิตินี้จุดตัดอยู่ใน Quadrant II แต่เป็นจุดตัดที่ใกล้กับ Quadrant I แต่ต้องปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้คะแนนความพึงพอใจนั้นสูงขึ้น ผู้วิจัยขอแนะนำ ดังนี้ ควรเน้นให้พนักงานรับรู้ถึงความต้องการของผู้สูงอายุให้มากขึ้น เอาใจเขามาใส่ใจเรา เมื่อลูกค้าเห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญใส่ในการบริการเป็นอย่างดีก็ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจ

5.4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์สูงที่สุดมากกว่าด้านอื่นๆ (0.303) ซึ่งพนักงานต้องเข้าใจความต้องการของผู้สูงอายุเป็นอย่างดี เนื่องจากมีความต้องการที่แตกต่างจากวัยอื่นๆ เช่น การจัดห้องควรอยู่ชั้นล่างสุด ใส่ใจในการต้อนรับแยกการเช็กอินเป็นกรณีพิเศษ และมีการบริการที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

## 5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลจากผู้บริหารที่พักรแรมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักแรม
2. การขยายพื้นที่ผลการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบมิติคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต เป็นต้น
3. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สำหรับธุรกิจที่พักแรมต่อไป



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2561) สถิติการท่องเที่ยว กองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7533](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7533)

กรมจัดหางาน. (2561). ผลการสำรวจภาวะการมีงานทำใน สาขาพักผ่อนและบริการด้านอาหาร สืบค้นจาก [https://www.mol.go.th/sites/default/files/full\\_2560.pdf](https://www.mol.go.th/sites/default/files/full_2560.pdf)

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560) ข้อมูลธุรกิจบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สืบค้นจาก <https://thailandtic.com/th/graph/travelrank/index>

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561) จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/1>

กรมการท่องเที่ยว. (2559) รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5 การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สืบค้นจาก <https://en.calameo.com/books/0050009574075102da02f>

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2543. มองฝันไปข้างหน้า : วิสัยทัศน์ประเทศไทยปี 2560. กรุงเทพฯ : ชัคเชสมิเดีย.

กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2524). การพยาบาลผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: เจริญกิจ.

กมลวรรณ บวรรุ่งศิริกุล. (2560) ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมประหยัด ย่านนานา กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546. หน้า 241-243.

โกศล วงศ์สวรรค์. (2537). ปัญญาสังคม. กรุงเทพฯ อมรการพิมพ์.

กัลยา สร้อยสิงห์. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. Dusit Thani College Journal Vol.10 No.1 January-June 2016

- กฤษมาพร พึ่งโพธิ์ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. Vol. 23 No. 2 (2010): ตุลาคม 2553 - มีนาคม 2554
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2559) การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจพิเศษ. ทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- จารุวรรณ กะวิเศษ. (2558) ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แม็กเอ็ดดูเคชั่น. หน้า 85-89
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-7. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยฯ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ ทิปปับลิเคชัน. หน้า 236.
- จิตติพร ภูวัฒน์สุชาติ. (2544) .ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้าศึกษา เฉพาะกรณี บริษัท พรอดเดอร์ แอนด์ เกมเบิลแมนู แฟลคเจอร์ ประเทศไทย จำกัด. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เดิมศักดิ์ คทวนิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เทศบาลเมืองตะกั่วป่า. (2562). บัญชีโรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ในเขตอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
- เทศบาลเมืองตะกั่วป่า. (2560). ประวัติเมืองตะกั่วป่า. สืบค้นจาก <http://www.takuapacity.go.th>
- ทวีป ศิริรัมย์ และคณะ (2553). การเพิ่มศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของกรุงเทพฯ ด้วยการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะกับสิงคโปร์และฮ่องกง. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- ทรงสมร กิตติวุฒิวา. (2558) เครื่องดื่มและการผสมเครื่องดื่ม. น.2. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์วังอักษร.
- ธารีทิพย์ ชาติ. (2549). การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น หน้า 13

ธนาศิริ ชะระอ่า. (2554) การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติดที่มีต่อการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต:กรุงเทพฯ.

ธัญวลัย ชุตติมาวัฒนานันท์. (2559). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ชนัดถ์ภัทร ภิรชนันชติลล. (2560). มิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตพื้นที่พัทยา. วารสารมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น 144 ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เมษายน 2560 - มิถุนายน 2560

ธัญญารัตน์ บุญต่อ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

นิตา ชัชกุล. (2555) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นวลอนงค์ ผานัด. (2556). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นางเยาว์ ใจห่อ. (2551) เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการโรงแรม ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโรงแรม. (น. 3- 4). มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

นงคันุช ศรีธนาอนันต์. (2553). การโรงแรมเบื้องต้น. 1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

นิกา นิรุตติกุล และ Mary Grace C.Ulatan.(2557) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของโรงแรมที่พักตากอากาศ ในจังหวัดระยองในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย.สืบคำจาก[http://journal.rmutto.ac.th/template/design/file\\_article/article.440pdf](http://journal.rmutto.ac.th/template/design/file_article/article.440pdf)

มณฑกานต์ แลนแคสเตอร์. (2548) การตลาดโรงแรม. น.52-53. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจ  
บัณฑิต

บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). “การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตรา  
ส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่างการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
มหาสารคาม. 3 (1) : 22 – 25

ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. (2557) ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจ  
ใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การ  
ค้นคว้าอิสระตามหลักสูตร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปรวีร์ คีรี. (2561) ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรม  
ราคาประหยัดในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประนอม โอทกานนท์,จิราพร เกศพิชญวัฒนา. (2537) การศึกษาความต้องการการพยาบาลของ  
ผู้สูงอายุ ในชมรมและสถานสงเคราะห์ผู้สูงอายุ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย:กรุงเทพฯ.

พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์.(2546). หลักสถิติ 1. นครปฐม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิทักษ์ ตรีหิม. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ  
กรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา สำนักงานเขตยานนาวา. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม,  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ฤดี หลิมไพโรจน์.(2557).การตลาดบริการ.พิมพ์ครั้งที่ 10.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.)

เลิศพร ภาระสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระ พงศ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). ลักษณะการให้บริการ. [ออนไลน์].  
<http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/672/1/112-55.pdf>

วันชัย คำเจริญ. (2545) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของสำนักงานบริการ  
โทรศัพท์ทงามวงศ์วาน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย . สถาบันราชภัฏพระนคร/  
กรุงเทพฯ.

วราภรณ์ สุขแสนชนานันท์.(2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวยุคต่อกรบริการโฮมสเตย์ในเกาะชอ. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
ปีที่ : 5 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 60-73 ปีพ.ศ. : 2559.

วิัญญา ภัทรสุข.(2554) ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 151.

\_\_\_\_\_ การวิเคราะห์สถิติ เชิงอนุมาน

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2557). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัย  
ศิลปากร ฉบับภาษาไทยปีที่ 34(1) : 31-50, 2557.

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. (2539). ความหมายของการบริการ [ออนไลน์].  
<https://www.gotoknow.org/posts/492001> (สี่

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท  
ธรรมสาร จำกัด.

ศุภวรรณ ถนอมเกียรติภูมิ. (2560).นายกสมาคมโรงแรมไทย กับภารกิจปะ ฉะ ฉะ โรงแรมเถื่อน นุด  
รายได้เข้าประเทศ [ออนไลน์] สืบค้นจาก <https://www.thaihotelbusiness.com/people>

ศรีทัฬหิม รัตน์ โกศล. (2527). บริการสังคมในความรู้สังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ. คณะสังคมสงเคราะห์  
ศาสตร์

ศศิกัญจน์ สุรินทร์ตะ. (2548) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการ โรงแรม ของผู้ให้บริการชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ .  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/เชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และ  
ไซเทกซ์

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อุทยาน.(2552). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ  
ของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขา  
เทคโนโลยีการจัดการ. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ศันสนีย์ สีสิมขัต. (2556) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม  
ต่างชาตึระดบั 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเทืวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเทืวและกีฬา. (2562) สืบคััน  
จาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=12008](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=12008)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560) สถิติการท่องเทืวปี 2561 พัคของนักท่องเทืวชาวต่างชาตึ สืบคััน  
จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>

สมัต ชัฎกร. (2543). การดื้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้้งที่ 2) กรุงเทพฯ สายธาร

สมวงศั พงศัศถาพร. (2550). เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบิซีแอลบู้คส์

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเทืวและ. (2562). กีฬารายงานฉบับสมบูรณั (Final report)  
โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเทืวชาวต่างชาตึที่เดินทาง  
ท่องเทืวในประเทศไทยปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 สืบคัันจาก  
[https://secretary.mots.go.th/policy/more\\_news.php?cid=10](https://secretary.mots.go.th/policy/more_news.php?cid=10).

สถานที่ท่องเทืวในอำเภอตะกั่วป่า.Tripadvisor. (2562) สืบคัันจาก [https://th.tripadvisor.com/Attractions-g612391-Activities-Takua\\_Pa\\_Phang\\_Nga\\_Province.html](https://th.tripadvisor.com/Attractions-g612391-Activities-Takua_Pa_Phang_Nga_Province.html)

สถานที่ท่องเทืวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดพังงา. เทืวทัวัไทยกับนายรอบรู้,2545. พิมพ์ครั้้งที่ 2  
สำนักพิมพ์สาร คติ กรุงเทพ หน้า 74

สุพรรณษา เทืยมประสิทธิ. (2562). อุตสาหกรรมท่องเทืว. สำนักพิมพ์เจริญปัญญา พิมพ์ครั้้งที่ 1  
จำนวนพิมพ์ 5,000 เล่ม.

สุพจนั เจริญวงศั. (2561). ศึกษาบั้จจ้ยคัันคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ  
นักท่องเทืว ชาวต่างชาตึที่เข้าพัคโรงแรมระดับห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธัสาขาการจัดการการ ท่องเทืว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พิสมัย หาญ มงคลพิพัฒน์. (2546). หลักสถิติ 1. นครปฐม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา. (2562). [ออนไลน์]. สืบคัันจาก : <http://th.wikipedia.org/wiki/อำเภอตะกั่วป่า>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

\_\_\_\_\_ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระพี ลัมและไซเท็กซ์.

\_\_\_\_\_ (2546)กลยุทธ์การรับประกันการบริการของโรงแรม. น.122

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2546). ความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม น.117 กรุงเทพฯ อีแวน เฮอริเทจ.

อารีรัตน์ วัชรโยธินกุล. (2560). ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตร มหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อัศวิน แสงพิกุล. (2560). การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 31 ฉบับที่ 99 เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2560 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\_\_\_\_\_ ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

อัศวิน แสงพิกุล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเกาะภูเก็ต วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ : 31 ฉบับที่ : 99 เลขหน้า : 93-105 ปีพ.ศ. : 2560

อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อัญญา วัจนะสวัสดิ์. (2544). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของกองบัตรโดยสารของเครื่องบิน สาขาสำนักงานใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## อ้างอิงจากต่างประเทศ

- Ahman, P. (2012). To study the factors affecting repeat return behavior of foreign tourists visiting Sabahstate Malaysia searched from <http://journal.nida.ac.th/test/wp>
- Anderson, W. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *The Journal of Marketing*, 58, 53-66.<https://doi.org/10.2307/1252310>.
- Anderson, M. (2019). Immigration-related arrest, parental documentation status, and depressive symptoms among early adolescent Latinos. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/cdp0000299>.
- Ananian & Janke. (2010). *Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management*. <https://books.google.co.th/books?id=0uJmDwAAQBAJ&lpg=PA243&ots=DEP5vp6I53>.
- Baldinger & Rubinson. (1996). The Effect of Brand Satisfaction, Trust and Brand Commitment on Loyalty and Repurchase Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Volume 58, 12 October 2012, Pages 1395-1404.
- Blesic., et al. (2011). Consumer satisfaction and quality management in the hospitality industry in South-East Europe. *African Journal of Business Management* Vol. 5(4), pp. 1388-1396, 18 February, 2011 Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM> DOI: 10.5897/AJBM10.1299 ISSN 1993-8233 ©2011 Academic Journals.
- Bai., et al. (2001). Lack of complex I activity in human cells carrying a mutation in MitDNA-encoded ND4. *Journal Article | Research Support, U.S. Gov't, P.H.S.*
- Bernard & Sally. (1992). *Australian public affairs information service*. p. 25 – 26. <https://books.google.co.th/books?id=ydeWV9JjfHQC&pg=PA542&lpg>.
- Cronin., et al. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *BusinessPublished* 2 0 0 0 DOI:10.1016/s0022-4359(00)00028-2.



- Chung, S., et al. (2019). Expectation-Perception Evaluation of Theme Park Service Quality in Zhengzhou Fantawild, China. DOI: <https://doi.org/10.18666/JPra-2019-9157>.
- Chau & Kao. (2009). A mediation of customer satisfaction relationship between service quality and repurchase intentions for the telecom sector in Pakistan: A case study of university students. *African Journal of Business Management* Vol. 4(16), pp. 3457-3462.
- Parker, D. (2002). Economic Regulation: a review of issues. <https://doi.org/10.1111/1467-8292.00202>.
- Eiglier, P. & Langeard, E. (1987). "Servuction, le Marketing des Services," McGraw-Hill, Paris. *Journal of Service Science and Management*, Vol.6 No.1, March 25, 2013.
- Eugene, W., Claes, F. & Donald, R.L.(1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden *Journal of Marketing* Vol. 58, No. 3 (Jul., 1994), pp. 53-66. Published by: Sage Publications, Inc. DOI: 10.2307/1252310.
- Faché., & Kandampully. (2000). Relationships and Impacts of Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Image: An Empirical Study. *Service Industries Journal* 29(2):111-125 · February 2009 with 4,745 Reads DOI: 10.1080/02642060802292932.
- Gray., & Liguori. (1994). *Hotel and Motel Management and Operations*, 4th Edition. P. 10 – 11.
- Haub. (2011). The 2011 Civic Competence Composite Indicator. Publications Office of the European Union.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., And Wong, K. K. F. (2007). A model of senior tourism motivations anecdotes from Beijing and Shanghai'. IN: *Tourism Management*. Vol. 28 pp 1262-1273.
- Hellier, G., & Rickard. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. in *European Journal of Marketing* 37(11/12):1762-1800 · December 2003 with 6,000 Reads DOI: 10.1108/03090560310495456.

- Henkelet., et al. (2006). Thailand as a Tourist Destination: Perceptions of International Visitors and Thai Residents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 11(3):269-287 DOI: 10.1080/10941660600753299.
- John, A. Martilla, John C. James First Published January. (1977) Importance-Performance Analysis <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>.
- Kotler, P., et al. (1999). *Marketing Management : An Asian Perspective*. [https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb\\_research/137](https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/137).
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. The Millennium ed*. New Jersey p. 464-468 : Prentice-Hal.
- Kim, H. (2014). *Tourism Management*. Feb 2015, Vol. 46, p465-476. 12 p. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.08.002.
- Michael, K. (2006). The Customer as a resource. *Customer Processes in Business-to-Business Service Transactions* P. 82-84.
- Mark, D. Haub. (2013) Decreases in Bone Mineral Content by Dietary All-Trans Retinoic Acid Precede Decreases in Bone Mineral Density in a Weanling Rat Model of Cigarette Smoke - Induced Lung Injuries. *International Journal for Vitamin and Nutrition Research* (2011), 81, pp. 5-11. <https://doi.org/10.1024/0300-9831/a000045>.
- Markovic, R., & Segaric. (2010) DOES RESTAURANT PERFORMANCE MEET CUSTOMERS' EXPECTATIONS? AN ASSESSMENT OF RESTAURANT SERVICE QUALITY USING A MODIFIED DINESERV APPROACH. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 16, No. 2, pp. 181-195, 2010.
- Martilla, J.A., and James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77-79. <http://dx.doi.org/10.2307/1250495>.

Norman, R. (1984). A Local Government Approach to World Order.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-0130.1984.tb00048.x>.

Shoemaker. (1989). Segmentation Of The Senior Pleasure Travel Market.

<https://doi.org/10.1177/004728758902700304>.

Oliver & Burke. (1999). Hindsight bias in the context of a consumption experience European

Advance in consumer Research, 1 , 307-311.

Oliver and DeSarbo .(1988). Response Determinants in Satisfaction Judgments. Journal of

Consumer Research 14(4):495-507. DOI: 10.1086/209131.

Van, D.M. (2008). Schools of democracy? Disentangling the relationship between civic

participation and political action in 17 European countries. [https://doi.org/10.1111/j.1475-](https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2008.00836.x)

[6765.2008.00836.x](https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2008.00836.x).

Vroom. (1964). Utilitarian and ontological variation in individualism-collectivism. pp. 145-164.

[https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(02\)24009-5](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(02)24009-5).

Yi & La.( 2004). What Influences the Relationship between Customer Satisfaction and Repurchase

Intention? Investigating the Effects of Adjusted Expectations and Customer Loyalty.

Yuksel. (2001). Measurement and Management Issues in Customer Satisfaction Research: Review,

Critique and Research Agenda: Part Two.

Johnson, et al. (1995). A proteolytic pathway that recognizes ubiquitin as a degradation signal. J

Biol Chem 270(29):17442-56.

Jurado, K. (2019). Assessment of tourist security in Quito city through importance - performance

analysis. Pablo Torres. Tourism (13327461). , Vol. 67 Issue 1, p73- 86. 14p.

Lee, R., and Kenon. (2003). Bed and Breakfast Industries. Successful Marketing Strategies

School of Merchandising and Hospitality Management, University of North Texas,

Denton, TX 76203-1100, USA. Journal of Travel & Tourism Marketing 2003 Vol.14

- Lefrancois, L., & Polin. (1997) The development and validation of a self-report measure of self-actualization. No.1 pp.37-53. <https://doi.org/10.2224/sbp.1997.25.4.353>.
- Parasuraman et al.(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 44-46.
- Pol, R.S., & Karmarkar,A. (2019). *ATITHYA: A Journal of Hospitality*. Vol. Issue1, p47-55. 9p. A Study of Inclination of Students Pursuing Hotel Management Course Towards Opting Niche Hospitality Career.
- Pieters, K., & Roest (1995). The Influence of Culture and Personality on Customer Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*.pp 17-33.
- Phillip, K.H., Gus,M., Geursen, R.A., Carr, J A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*.
- Rufin, R., Medina, C. & Rey, M. (2012). *Service Industries Journal*. , Vol. 32 Issue 14, p2185-2202. 18p. DOI: 10.1080/02642069.2011.594874.
- TANG, J., Xin T., & Ferns, H. (2013). *Tourism Tribune / Lvyou Xuekan*. , Vol. 28 Issue 3, p62-72. 11p. Language: Chinese. DOI: 10.3969/j.issn.1002-5006-2013.03.008.
- Tun, T., & Ruangtanjanases, A. (2016). pp. 220-230. Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand. DOI: 10.7763/JOEBM.2016.V4.394.
- Walton. (1965) THE WASTED GENERATION. pp. 11-21. <https://doi.org/10.1177/074171366601700112>.
- Wathins. (2000). The Comparative Evaluation of Hotel Service Quality from a Managerial Perspective. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 13(3):53-77 .
- Yao, Y., & Hou, P. (2019). *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. ,Vol. 20 Issue 5, p572-580. 9p. DOI: 10.1080/1528008X.2018.1563021.

Zeithaml, V., Berry, L. & Parasuraman, A. (1996) The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.<http://dx.doi.org/10.2307/1251929>.





ภาคผนวก

**แบบสอบถามเรื่อง ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ  
ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ**

**คำชี้แจง**

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา กรณีศึกษา นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวต่างชาติ
2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ  
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักแรมในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา  
ตอนที่ 3 ความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา  
ตอนที่ 4 ความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
3. ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณาช่วยตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบถ้วนเพื่อประโยชน์ของการวิจัย ข้อมูลของท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับและไม่เปิดเผย และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

**ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ  1) 55 - 60 ปี  2) 61 - 65 ปี  3) 66 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด  1) มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/อาชีวศึกษา  2)ปริญญาตรี  3) สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ต่อเดือน  1) ต่ำกว่า US \$ 2,000  2) US \$ 2,001 – 4,000  3) US \$ 4,001 – 6,000  4) US \$ 6,001 ขึ้นไป

## 5. ภูมิภาค / ภูมิภาค

- 1) อเมริกาเหนือ  2) ละตินอเมริกา
- 3) ยุโรป  4) เอเชีย
- 5) โอเชียเนีย  6) อื่นๆ กรุณาระบุ .....

## 6. ระยะเวลาที่พักรักษา

- 1) ต่ำกว่า 3 วัน  2) 3-7 วัน
- 3) มากกว่า 7 วัน

## 7. ท่านพักที่พักรักษาใด โปรดระบุ .....

ตอนที่ 2 : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ รอบตัวเลขที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีการพิจารณาดังนี้

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (ก่อนท่านเดินทางมาพัก)					การบริการในธุรกิจที่พักรักษา	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักรักษาในอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา (ขณะที่ท่านใช้บริการแล้ว)				
5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>1. ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ</b>										
					1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักรักษาอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					
					1.2 พนักงานแต่งกายเครื่องแบบสะอาดสวยงาม					
					1.3 ที่พักรักษา มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม					
					1.4 ที่พักรักษา มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น					



2. ด้านความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจได้ในการบริการ									
					2.1 ที่พักรวมจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามที่โฆษณาไว้				
					2.2 ที่พักรวมมีระบบการจองห้องพักและการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ				
					2.3 พนักงานของที่พักรวมให้บริการถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด				
					2.4 ที่พักรวมให้บริการด้านต่างๆ ตรงตามเวลาที่ประกาศให้ลูกค้าทราบ				
					2.5 พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ									
					3.1 จำนวนพนักงานมีเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง				
					3.2 พนักงานของที่พักรวมมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว				
					3.3 เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว				
					3.4 ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว				
4. ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ									
					4.1 ห้องพักรวมมีความสะอาดเรียบร้อยตามมาตรฐานสากล				
					4.2 ที่พักรวมให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและทันสมัย				



ตอนที่ 4 ความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการบริการธุรกิจที่พักแรม ในอำเภอตะกั่วป่า  
จังหวัดพังงา

.....

.....

.....

.....



**Questionnaire about Satisfaction of Service Quality towards Repeat Purchase of  
Accommodation Business in Takua Pa, Phang Nga Province: A Case of Elderly Foreign  
Tourists.**

**Explanation**

1. This research is part of a thesis. Master degree Dhurakij Pundit University The purpose of this questionnaire is to study The satisfaction of service quality that affects the reuse of the business in Takua Pa District, Phang Nga Province: a case study of foreign aged tourists.
2. This questionnaire is divided into 4 parts which are
  - Part 1 General information of respondents.
  - Part 2 Expectations and satisfaction of foreign tourist elderly on the quality of service of accommodation in Takua Pa District, Phang Nga Province
  - Part 3 Other comments or suggestions About the accommodation service business In Takua Pa District, Phang Nga Province.
  - Part 4 Other comments or suggestions About the accommodation service business In Takua Pa District, Phang Nga Province.
3. The researcher would like your cooperation. Please help answer this questionnaire completely for the benefit of the research. Your information will be kept confidential and not disclosed. And thank you for this opportunity.

**Part 1 : General information of respondents**

**Notice : Please mark  into space  that relates to you the most.**

**1. Gender**  1) Male  2) Female

**2. Age**  1) 55 - 60 years old.  2) 61 - 65 years old.

3 ) Over 66 years old

**3. Highest education**

1) Secondary education, early / late / Vocational

2) Bachelor degree.

3) Master degree and Over

**4. Monthly income**

- 1) Less than US \$ 2,000                       2) US \$ 2 , 001 - 4,000  
 3) US \$ 4,001 - 6,000                       4) More than US \$ 6,001

**5. Country**

- 1) North America               2) Latin America               3) Europe  
 4) Asia                               5) Oceania  
 6) Others, please specify .....

**6. Accommodation duration**

- 1) Under 3 days       2) 3-7 days                       3) More than 7 days

**7. In which hotel,** please specify .....

**Part 2 : Expectations and satisfaction of foreign tourists On the service quality of the accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province**

**Statement : Mark  The numbers that I think are the best match for your opinion. With consideration as follows**

Expectation of service quality of accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province ( Before you come to stay )					Services in the accommodation business	Satisfaction with the service quality of the accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province ( While you have used the service )				
5 Strongly	4 Agree	3 Neutral	2 Disagree	1 Strongly disagree		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>1. The materialization of the service</b>										
					1.1 Facilities in the accommodation in a condition that is ready for us					
					1.2 Staff dress in clean, beautiful uniforms					
					1.3 The accommodation has a clean and beautiful environment.					

					1.4 Accommodation has various facilities such as restaurant, gym, etc.					
<b>2. Reliability Reliable in service</b>										
					2.1 Accommodation provided with all the advertised amenities.					
					2.2 Accommodation has reliable hotel reservation and payment systems.					
					2 . 3 The staff of the accommodation are accurate and without errors.					
					2.4 Accommodation provides various services On time as announced to customers					
					2.5 Employees can communicate in English with customers effectively.					
<b>3. Responsiveness User needs</b>										
					3 . 1 Adequate number of employees Able to provide thorough customer service					
					3.2 Employees of the lodge with attention at the primary day problems and resolve issues quickly.					
					3 . 3 when this caught the attention of the customers, the staff will stick to reply to its attention quickly.					
					3.4 Check-in and check-out procedures are fast.					

<b>4. Building confidence in service</b>										
					4.1 The rooms are clean and tidy according to international standards.					
					4.2 Accommodation provides good security systems and is up to date.					
					4.3 Accommodation with clear fire and tsunami escape signs clearly					
					4.4 Various services In line with international standards					
<b>5. Understanding and awareness User needs</b>										
					5.1 Employees understand and recognize customer room requirements.					
					5.2 Employees pay attention to details in welcoming customers.					
					5.3 Accommodation is provided for opening - closing hours. Various services are appropriate such as restaurants, exercise rooms, etc.					
					5.4 Accommodation provides health promotion services for the elderly such as massage, spa, healthy food.					

**Episode 3 Repeat visit Accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province**

Notice: Please mark ✓ into space  that relates to you the most.

Repeat visit Accommodation business	Comment level				
	5 Strongly	4 Agree	3 Neutral	2 Disagree	1 Strongly disagree
<b>Repeat visit</b>					
1. You are impressed with the quality of service of Accommodation business in Takua Pa District, Phang Nga Province					
2. You will be introduced to acquaintances using the services of the Accommodation business. In Takua Pa District, Phang Nga Province					
3. You will return to use the Accommodation business services. In Takua Pa District, Phang Nga Province in the future					
4. You think this stay was worth the money spent.					

**Part 4 Suggestions or comments about other Accommodation business services In Takua Pa District, Phang Nga Province.**

.....

.....

.....

.....



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายอนิรุทธิ์ เจริญสุข

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี – บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโรงแรม ม.ราชภัฏภูเก็ต

ปริญญาโท – ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว ม.ธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่

อาจารย์ สาขาการโรงแรมและสาขาการท่องเที่ยว วิทยาลัยเทคโนโลยีสหประชาณิษฐ์บริหารธุรกิจ กรุงเทพฯ

ทำงานปัจจุบัน

อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2562). การวิเคราะห์ตลาดออนไลน์ธุรกิจเคย์สเปา กรณีศึกษากรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด. รายงานวิจัย. ตีพิมพ์งานประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลงานด้านวิชาการ

อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2562). การวิเคราะห์เปรียบเทียบอุตสาหกรรมไมซ์ ไทยและมาเลเซีย. บทความวิชาการ พิมพ์งานประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2562). การวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวจีนกลุ่ม Generation Y ตลาดนักท่องเที่ยวจีน วยทำงานที่น่าจับตามอง. บทความวิชาการ. ตีพิมพ์งานประชุมวิชาการ ระดับชาติ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร