



มิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตพื้นที่พัก  
จากมุมมองนักท่องเที่ยว  
Dimensions of Hotel Service Quality of Four-Star Hotels  
in Pattaya from Tourists, Perspectives

ธันตต์ภัทร ธิรธันชติลล<sup>1\*</sup>  
Tanutpats Dhiratanuttidlok<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>ภาควิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา  
เลขที่ 199 หมู่ 6 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230

<sup>1</sup>Business Management Department, Faculty of Management Sciences,  
Kasetsart University, Si Racha Campus  
199 Moo 6, Thung Sukhla Sub-District, Siracha District, Chon Buri, 20230

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามิติคุณภาพบริการจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัก จังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมทั้งก่อนเข้าพักและหลังเข้าพักโดยจำแนกตามมิติคุณภาพบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์จำนวน 261 ชุด คิดเป็นร้อยละ 65.25 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักต่อการใช้บริการโรงแรมด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักต่อการใช้บริการโรงแรมด้วยเทคนิค IPA พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงและมีความพึงพอใจมากต่อบริการของโรงแรมในมิติความมั่นใจและมิติการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งอยู่ใน Quadrant II และนักท่องเที่ยวให้

\*ผู้เขียนหลัก  
อีเมลล์: tanutpats.dh@gmail.com

ความสำคัญในระดับต่ำต่อมิติคุณภาพบริการต่อมิตินำเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม และมิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า และไม่ได้รับการบริการในมิติคุณภาพบริการดังกล่าวในระดับที่น่าพึงพอใจซึ่งอยู่ใน Quadrant III

## คำสำคัญ

คุณภาพบริการ นักท่องเที่ยว โรงแรมระดับ 4 ดาว

## Abstract

The purpose of this research is to measure service quality from Tourists' perspective toward four-star hotels in Pattaya, Chonburi Province. This research was conducted by employing questionnaires that ask for the expectation and perceived services on 5 factors in quality services (SERVQUAL). Sample size is both Thai and foreigner guests 400 tourists but the complete questionnaires are 261 tourists or 65 % of sample size. The data were analyzed with descriptive statistic. The result showed in mean, standard deviation and IPA technique compared the expectation with satisfaction's customers.

The research findings were as follows: The expectation of both Thai and foreigner tourists in overall was high. After staying at four-star hotels, satisfaction of these tourists was highest level. When comparing the expectation and satisfaction's tourists by employing IPA technique, both of the expectation and satisfaction of tourists in overall are high for assurance and responsiveness dimension (Quadrant II). Tourists also pay attention to low importance and satisfaction to reliability, tangible and empathy dimension (Quadrant III).

## Keywords

Service Quality, Tourists, Four-Star Hotel

## บทนำ

ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากในช่วงกว่า 2 ทศวรรษที่ผ่านมาจะพบว่า ธุรกิจดังกล่าวสร้างรายได้ และมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก (เสาวณี จันทะพงษ์ และ กัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล, 2558) โดยเฉพาะเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ระยะเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพฯไม่มากนัก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจึงนิยมเลือกพัทยาเป็นหนึ่งใน



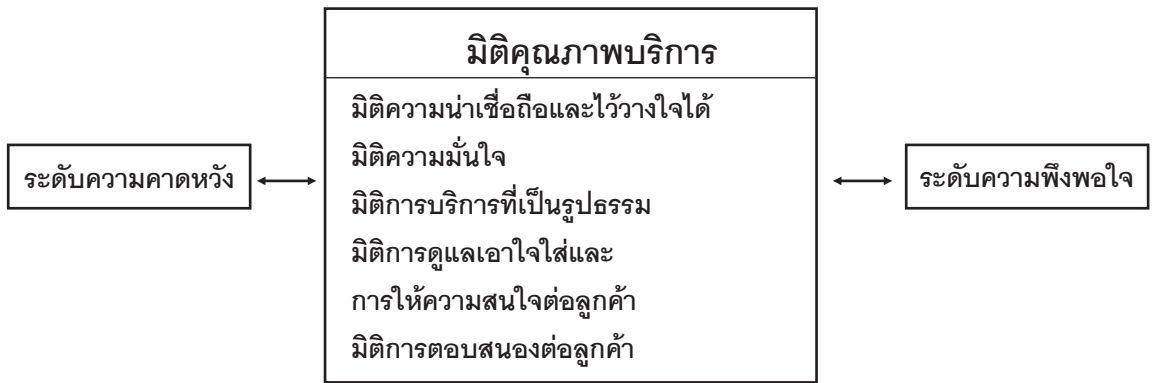
ในตัวเลือกสำหรับการท่องเที่ยว จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุว่า การเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในพัทยานับประมาณ 3.47 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักนานวันกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มเลือกโรงแรมระดับ 4 ดาวสำหรับการเข้าพักมากยิ่งขึ้น เช่น การตัดสินใจเข้าพักของลูกค้ายุโรปของโรงแรมในเครือกลุ่มเซ็นทารามีแนวโน้มเลือกโรงแรมที่เข้าพัก จากเดิมเลือกใช้บริการเฉพาะโรงแรมระดับ 5 ดาว เปลี่ยนมาเป็นการเข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวมากขึ้นกว่าเดิม (ไทยรัฐออนไลน์, 2555) หรือ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ระบุว่า China Tourism Academy และ Cornell Hospitality Report ได้กล่าวถึง กลุ่มลูกค้าชาวจีนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกโรงแรมที่พักระหว่างการท่องเที่ยว จากเดิมที่เน้นเฉพาะโรงแรมราคาถูก (โรงแรมระดับ 1-2 ดาว) กลายเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกโรงแรมที่มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิม (โรงแรมระดับ 3-4 ดาว) ทั้งนี้ เนื่องจากชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น และมีความต้องการคุณภาพการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นกว่าเดิม (วิธาน เจริญผล, 2556) โรงแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักระหว่างการท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพบริการของโรงแรมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า แนวคิดมิติคุณภาพบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) เป็นหนึ่งในแนวคิดที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจบริการหลายประเภทอย่างแพร่หลาย เช่น โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษามิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรีจากมุมมองนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก เพื่อให้โรงแรมได้ทราบถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการที่เหมาะสม และตรงใจผู้ให้บริการต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวใน 5 มิติที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการเข้าพักในโรงแรมในเขตพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดมิติคุณภาพบริการ 5 มิติ (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) ได้แก่ มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติความมั่นใจ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า และมิติการตอบสนองต่อลูกค้าที่มีต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยว (Tourist) ที่มาท่องเที่ยวพัทยาในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 8,526,786 คน (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเมืองพัทยา, 2557) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัทยาจำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการหากกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) จากประชากร 8,526,786 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ร้อยละ 5

### 2. การเลือกสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยเลือกนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเลือกนักท่องเที่ยวที่มีความยินดีในการตอบแบบสอบถามและเต็มใจในการให้ข้อมูลหลังเข้าพักโรงแรม

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม โดยแยกระบุตามมิติคุณภาพบริการ 5 มิติ (SERVQUAL) ตามแนวคิดของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) ดังนี้ (1) มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้ (2) มิติความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ รวมทั้งความมั่นคงปลอดภัย (3) มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ (4) มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถเข้าถึงได้สะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารและเข้าใจลูกค้า และ (5) มิติการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันทีและให้ความช่วยเหลือลูกค้าเป็นอย่างดี



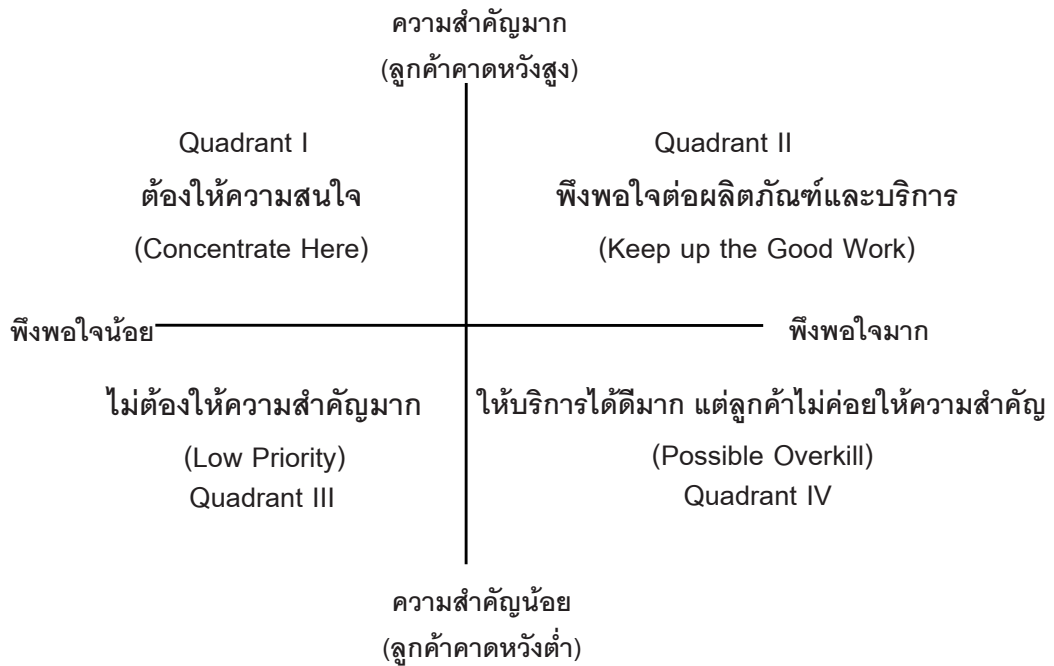
โดยให้ค่าระดับความเห็นต่อความคาดหวัง (ก่อนเข้าพัก) และความพึงพอใจ (หลังเข้าพัก) 5 ระดับ (Rating Scale) ได้แก่ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) โดยมีช่วงคะแนนและให้ความหมาย ดังนี้

4.20-5.00	หมายถึง มีระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจมากที่สุด
3.40-4.19	หมายถึง มีระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจมาก
2.60-3.39	หมายถึง มีระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจปานกลาง
1.80-2.59	หมายถึง มีระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจน้อย
1.00-1.79	หมายถึง มีระดับความคาดหวังหรือความพึงพอใจน้อยที่สุด

สำหรับการตรวจสอบเครื่องมือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเสมือน (Try Out) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของสเกลที่ใช้วัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจจำนวน 30 ราย โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ได้เท่ากับ 0.86 ซึ่งหมายถึง เครื่องมือทดสอบมีความเชื่อมั่นสูง

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) ซึ่งใช้อธิบายคุณภาพบริการที่คาดหวังก่อนเข้าพักและหลังเข้าพักโรงแรมทั้ง 5 มิติ ทั้งนี้ IPA เป็นเครื่องมือวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการตามงานวิจัยของศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550) ที่ประยุกต์มาจาก Martilla & James (1997) โดยนำเสนอการวิจัยในรูปแบบกราฟสองมิติ โดยแกน Y เป็นระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการ และแกน X เป็นระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ เมื่อนำค่าความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละมิติคุณภาพบริการมาเปรียบเทียบกันจะได้ Quadrant 4 ลักษณะ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการ  
ที่มา: ดัดแปลงจาก Martilla & James (1977) อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา ( 2550)

Quadrant I (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญมากต่อผู้บริโภคนและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงแก้ไขคุณลักษณะดังกล่าวโดยด่วน

Quadrant II (Keep up the Good Work) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญสูงต่อผู้บริโภคนและผู้บริโภคนได้รับการตอบสนองในระดับที่พึงพอใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องรักษาคุณลักษณะดังกล่าวให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant III (Low Priority) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญไม่มากต่อผู้บริโภคนและผู้บริโภคนไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขโดยด่วนหรือสามารถเลื่อนการปรับปรุงคุณลักษณะออกไปก่อน เนื่องจากเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อผู้บริโภคน

Quadrant IV (Possible Overkill) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญไม่มากต่อผู้บริโภคนและผู้บริโภคนได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ



## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อมิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พักอาศัยโดยวิเคราะห์ภาพรวมของแต่ละมิติคุณภาพบริการ ดังแสดงในตารางที่ 1

### ตารางที่ 1

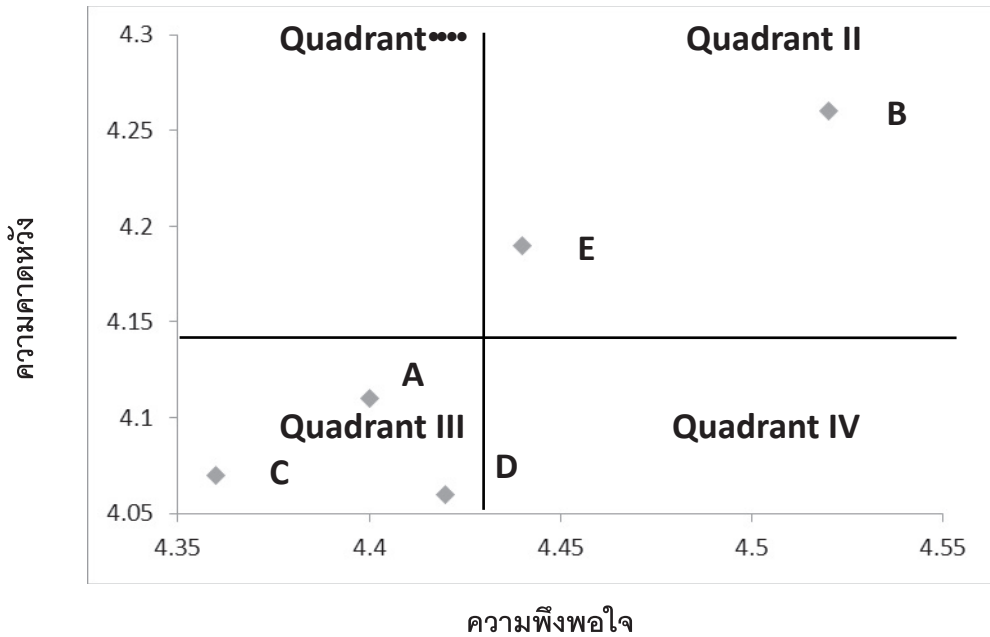
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและความพึงพอใจหลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว

มิติคุณภาพบริการ	ความคาดหวังก่อนใช้บริการ			ความพึงพอใจหลังใช้บริการ		
	Mean	S.D.	Level	Mean	S.D.	Level
<b>ภาพรวม</b>	4.14	0.65	มาก	4.43	0.45	มากที่สุด
มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability)	4.11	0.72	มาก	4.40	0.55	มากที่สุด
มิติความมั่นใจ (Assurance)	4.26	0.79	มากที่สุด	4.52	0.58	มากที่สุด
มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)	4.07	0.68	มาก	4.36	0.48	มากที่สุด
มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (Empathy)	4.06	0.80	มาก	4.42	0.53	มากที่สุด
มิติการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.19	0.78	มาก	4.44	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวมีความคาดหวังต่อมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติในระดับมาก (Mean = 4.14, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณามิติคุณภาพบริการในแต่ละมิติพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมิติความมั่นใจในระดับมากที่สุดเพียงด้านเดียว (Mean = 4.26, S.D. = 0.79) ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมิติคุณภาพบริการอีก 4 มิติในระดับมาก ได้แก่ มิติการตอบสนองต่อลูกค้า (Mean = 4.19, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Mean = 4.11, S.D. = 0.72) มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม (Mean = 4.07, S.D. = 0.68) และมิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (Mean = 4.06, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวมีความพึงพอใจต่อมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติในระดับมากที่สุด (Mean = 4.43, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณามิติคุณภาพบริการในแต่ละมิติพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิติความมั่นใจมากที่สุด (Mean = 4.52, S.D. = 0.58) รองลงมาคือ มิติการตอบสนองต่อลูกค้า (Mean = 4.44, S.D. = 0.53) มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (Mean = 4.42, S.D. = 0.53) มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Mean = 4.40, S.D. = 0.55) และมิติการบริการที่เป็นรูปธรรม (Mean = 4.36, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

เมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) ทั้งภาพรวมและรายด้านของมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติได้ผลการวิจัย ดังนี้

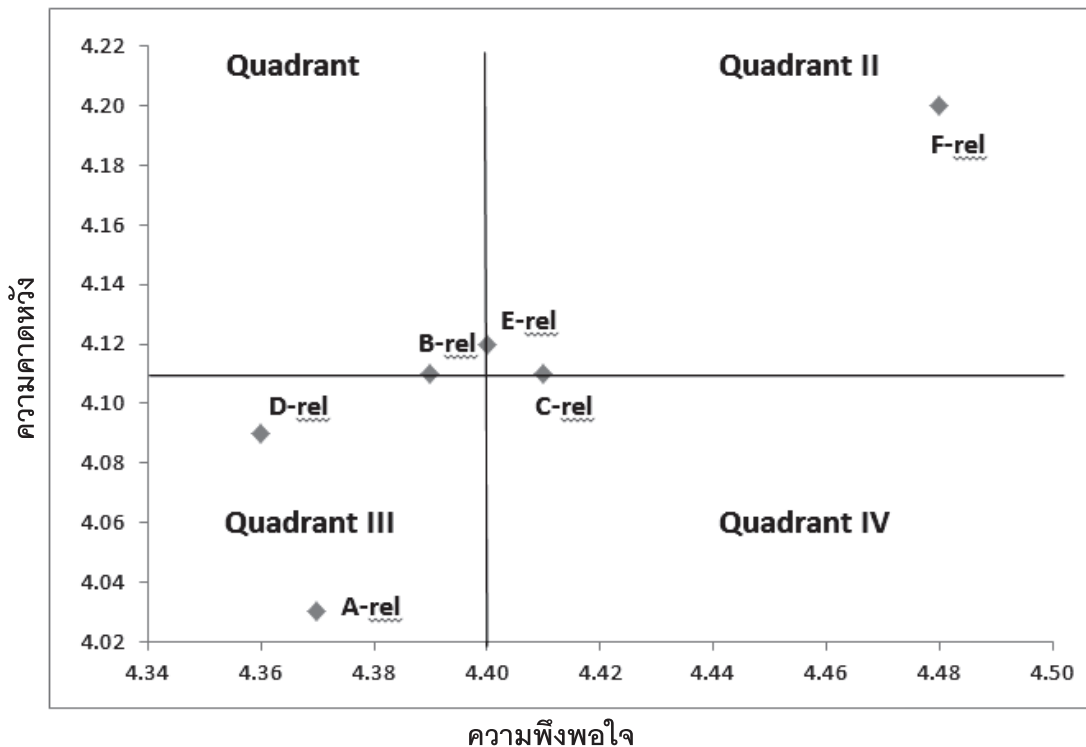


ภาพที่ 3: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในภาพรวม

ภาพที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังต่อมิติน่าเชื่อถือ (จุด B) และมีการตอบสนองต่อลูกค้า (จุด E) อยู่ในระดับสูง แต่มีความคาดหวังต่อมิติน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (จุด A) มิติน่าเชื่อถือที่เป็นรูปธรรม (จุด C) และมีการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (จุด D) อยู่ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อมิติน่าเชื่อถือ (จุด B) และมีการตอบสนองต่อลูกค้า (จุด E) อยู่ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อมิติน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (จุด A) มิติน่าเชื่อถือที่เป็นรูปธรรม (จุด C) และมีการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า (จุด D) อยู่ในระดับต่ำ

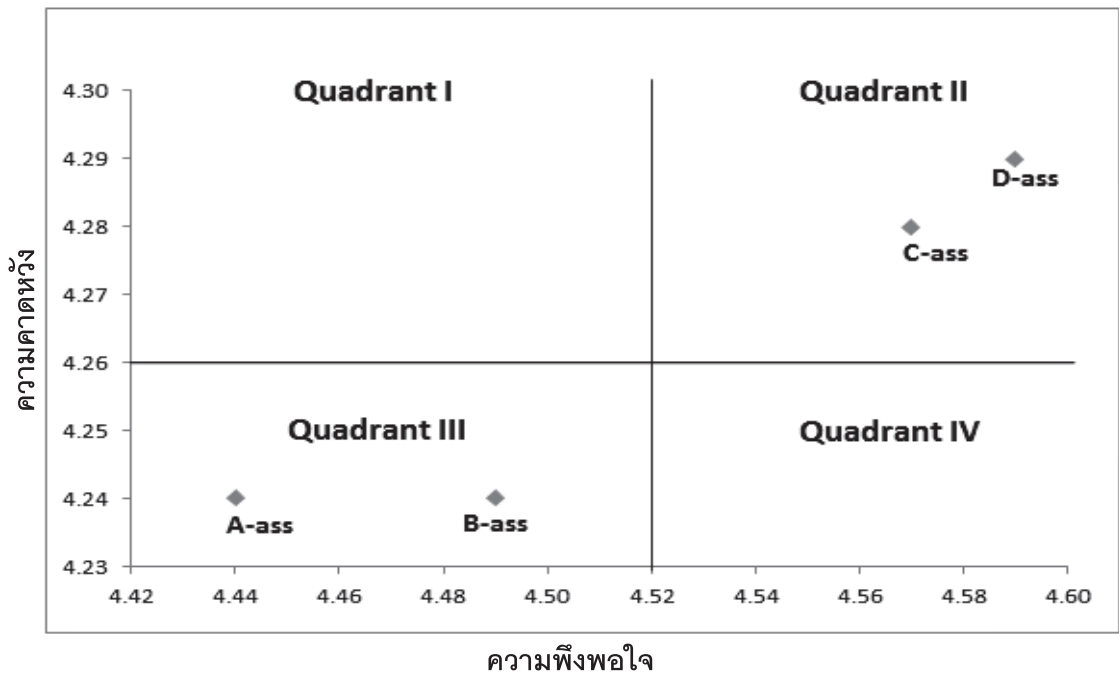




ภาพที่ 4: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตินำเชื่อถือและไว้วางใจได้

ภาพที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตินำเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้รับตามที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ (จุด B-rel) ด้านพนักงานได้รับการอบรมและมีความรู้ในการบริการ (จุด C-rel) ด้านความแม่นยำของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของโรงแรม (จุด E-rel) และด้านความแม่นยำและความถูกต้องในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม (จุด F-rel) อยู่ในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านพนักงานให้บริการได้ถูกต้องในครั้งแรก (จุด A-rel) และด้านพนักงานมีทักษะการสื่อสารที่ดี (จุด D-rel) ในระดับต่ำ

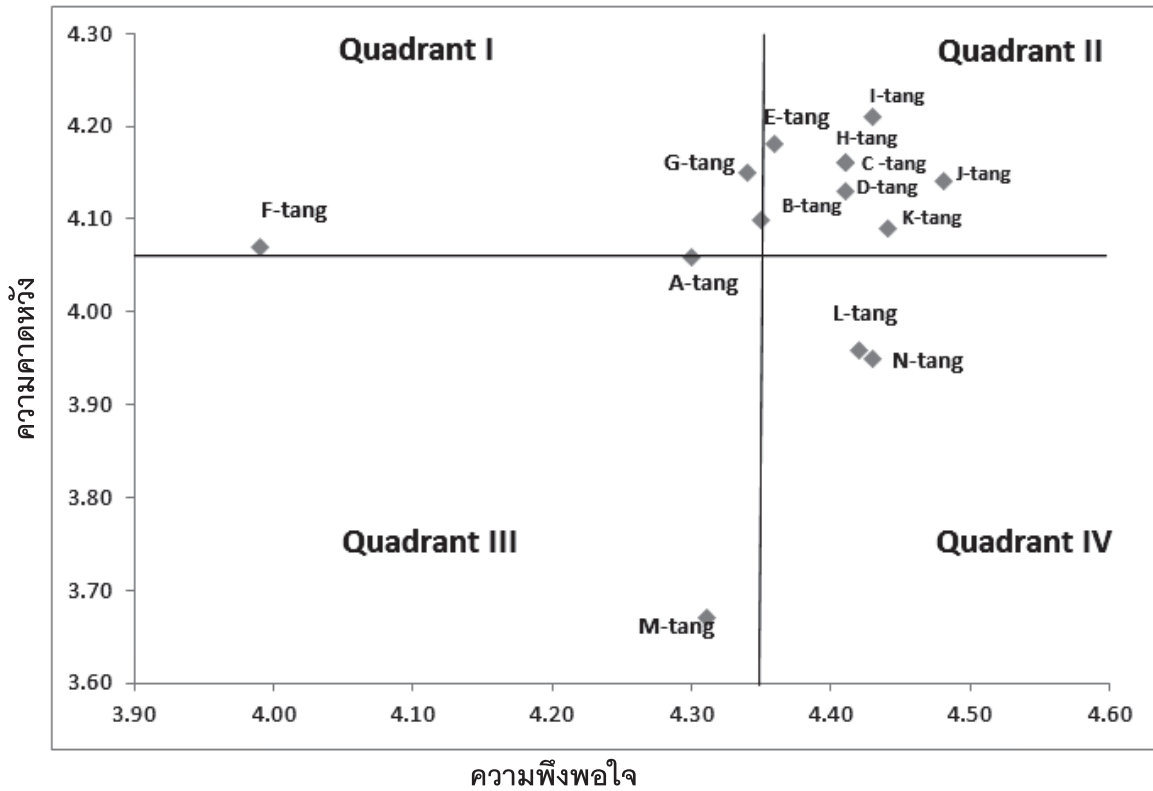
นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิตินำเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานได้รับการอบรมและมีความรู้ในการบริการ (จุด C-rel) ด้านความแม่นยำของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของโรงแรม (จุด E-rel) และด้านความแม่นยำและความถูกต้องในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม (จุด F-rel) อยู่ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานให้บริการได้ถูกต้องในครั้งแรก (จุด A-rel) ด้านการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้รับตามที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ (จุด B-rel) และด้านพนักงานมีทักษะการสื่อสารที่ดี (จุด D-rel) ในระดับต่ำ



ภาพที่ 5: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตินี้ความมั่นใจ

ภาพที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตินี้ความมั่นใจพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านโรงแรมมีระบบการจัดการที่สามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยในระหว่างพัก (จุด C-ass) และด้านความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (จุด D-ass) ในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านพนักงานมีความสุขพออ่อนนุ่ม มีมารยาทและเป็นมิตร (จุด A-ass) และด้านพนักงานมีความรู้ในงานของตน (จุด B-ass) ในระดับต่ำ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิตินี้ความมั่นใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านโรงแรมมีระบบการจัดการที่สามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยในระหว่างพัก (จุด C-ass) และด้านความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (จุด D-ass) ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานมีความสุขพออ่อนนุ่ม มีมารยาทและเป็นมิตร (จุด A-ass) และด้านพนักงานมีความรู้ในงานของตน (จุด B-ass) ในระดับต่ำ

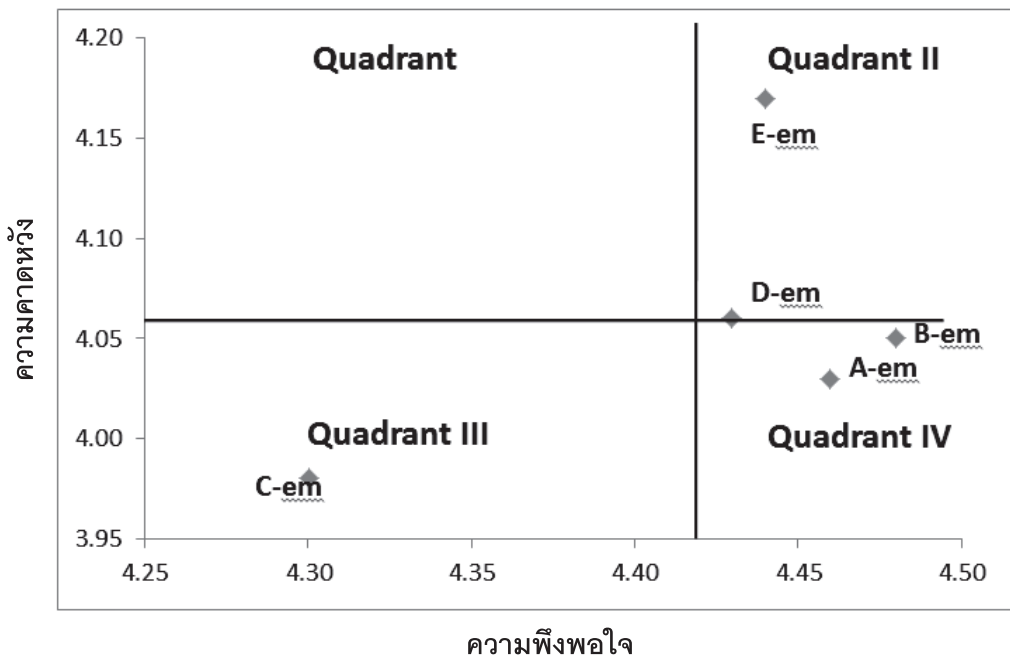


ภาพที่ 6: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการบริการที่เป็นรูปธรรม

ภาพที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการบริการที่เป็นรูปธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังต่อด้านความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องพัก (จุด A-tang) ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายนอกห้องพัก (จุด B-tang) ด้านการตกแต่งภายในโรงแรม (จุด C-tang) ด้านการตกแต่งภายนอกโรงแรม (จุด D-tang) ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสระว่ายน้ำและห้องฟิตเนส (จุด E-tang) ด้านการมีอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-fi) ให้บริการฟรี สัญญาณแรงทั่วถึงทุกพื้นที่ (จุด F-tang) ด้านการมีเอกสารและบริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจบริเวณรอบที่พักที่ถูกต้องและทันสมัย (จุด G-tang) ด้านความสะอาดและความสบายของห้องพัก (จุด H-tang) ด้านความสะอาดของห้องน้ำและสุขภัณฑ์ภายในห้องพัก (จุด I-tang) ด้านการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ สุภาพเรียบร้อยและสะอาด (จุด J-tang) ด้านของแถมฟรี (Complimentary) ของโรงแรม เช่น สบู่ แชมพู (จุด K-tang) ในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านพื้นที่ที่เป็นสัดส่วนสำหรับคนสูบบุหรี่แสดงไว้อย่างชัดเจน (จุด L-tang) ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาด บาร์พยุงตัว (จุด M-tang) และด้านการมีบริการที่จอดรถอย่างเพียงพอ (จุด N-tang) ในระดับต่ำ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิตติการบริการที่เป็นรูปธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายนอกห้องพัก (จุด B-tang) ด้านการตกแต่งภายในโรงแรม (จุด C-tang) ด้านการตกแต่งภายนอกโรงแรม (จุด D-tang) ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสระว่ายน้ำและ ห้องฟิตเนส (จุด E-tang) ด้านความสะอาดและความสบายของห้องพัก (จุด H-tang) ด้านความสะอาด ของห้องน้ำและสุขภัณฑ์ภายในห้องพัก (จุด I-tang) ด้านการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ สุภาพเรียบร้อย และสะอาด (จุด J-tang) ด้านของแจกวีของโรงแรม (จุด K-tang) ด้านพื้นที่ที่เป็นสัดส่วนสำหรับคนสูบบุหรี่ แสดงไว้อย่างชัดเจน (จุด L-tang) ด้านการมีบริการที่จอดรถอย่างเพียงพอ (จุด N-tang) ในระดับสูง

ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องพัก (จุด A-tang) ด้านการมีอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี สัญญาณแรงทั่วถึงทุกพื้นที่ (จุด F-tang) ด้านการ มีเอกสารและบริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจบริเวณรอบที่พักที่ถูกต้องและทันสมัย (จุด G-tang) และด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ (จุด M-tang) ในระดับต่ำ

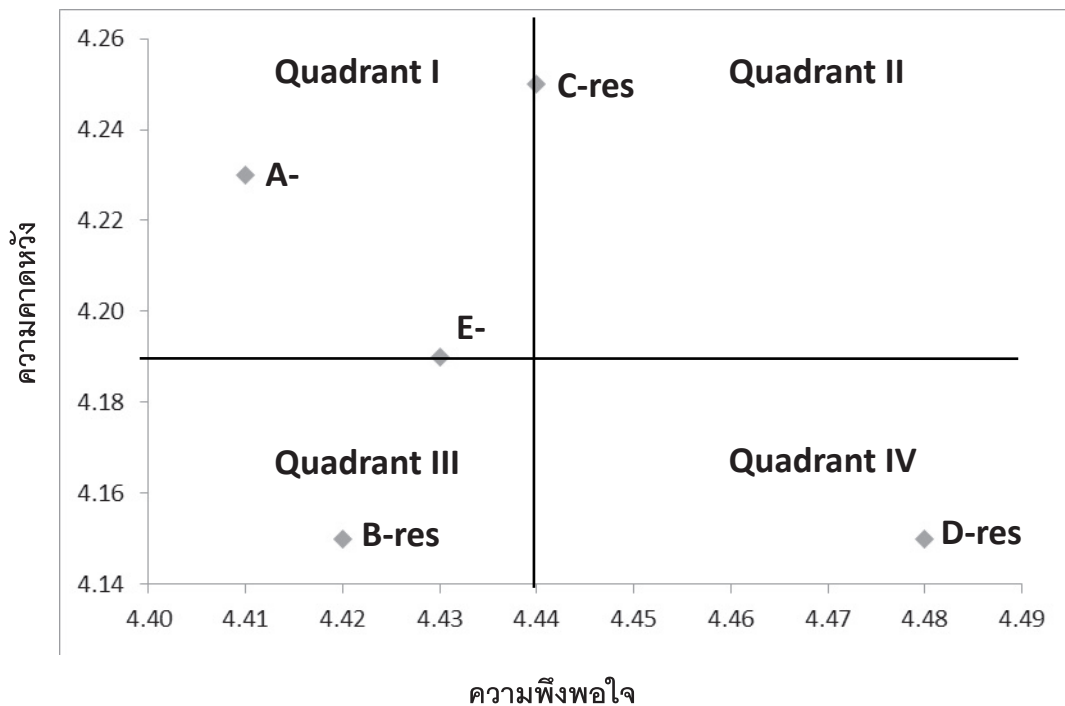


ภาพที่ 7: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า

ภาพที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยว มีความคาดหวังต่อด้านความสามารถในการจดจำลูกค้าของพนักงาน (จุด D-em) และด้านการรับฟังคำร้องเรียน ของลูกค้าอย่างเต็มที่ (จุด E-em) ในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านความสนใจ

ของพนักงานถึงความต้องการพิเศษของลูกค้า (จุด A-em) ด้านความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา (จุด B-em) และด้านการเรียกชื่อลูกค้าในการให้บริการ (จุด C-em) ในระดับต่ำ

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อมิตติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อด้านความสนใจของพนักงานถึงความต้องการพิเศษของลูกค้า (จุด A-em) ด้านความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา (จุด B-em) ด้านความสามารถในการจดจำลูกค้าของพนักงาน (จุด D-em) และด้านการรับฟังคำร้องเรียนของลูกค้าอย่างเต็มที่ (จุด E-em) ในระดับสูง และนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อด้านการเรียกชื่อลูกค้าในการให้บริการ (จุด C-em) ในระดับต่ำ



ภาพที่ 8: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการตอบสนองต่อลูกค้า

ภาพที่ 8 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวต่อมิตติการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังต่อด้านความเต็มใจของพนักงานให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าทันที (จุด A-res) ด้านการแก้ไขปัญหาของลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว (จุด C-res) และด้านการบริการเช็คอิน-เช็คเอาท์อย่างรวดเร็วถูกต้องและแม่นยำ (จุด E-res) ในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังต่อด้านการให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว (จุด B-res) และด้านการแสดงออกทางภาษากายที่ดีและเหมาะสมของพนักงาน (จุด D-res) ในระดับต่ำ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิติการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านการแก้ไขปัญหาของลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว (จุด C-res) และด้านการแสดงออกทางภาษาที่ดีและเหมาะสมของพนักงาน (จุด D-res) ในระดับสูง และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านความเต็มใจของพนักงานให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าทันที (จุด A-res) ด้านการให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว (จุด B-res) และด้านการบริการเช็คอิน-เช็คเอาท์อย่างรวดเร็วถูกต้องและแม่นยำ (จุด E-res) ในระดับต่ำ

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษามิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พักจากมุมมองนักท่องเที่ยวที่เข้าพักพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติในระดับมากและมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kunlaya Sroysing (2016) ในประเด็นที่ว่า ภาพรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในเขตพื้นที่พักอยู่ในระดับมากและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในพื้นที่พัก เป็นที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย โรงแรมดังกล่าวจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของโรงแรมระดับ 4 ดาวอยู่แล้ว นอกจากนี้ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจบริการโรงแรมในพื้นที่พักค่อนข้างสูง ทำให้โรงแรมดังกล่าวต่างต้องพยายามสร้างความพึงพอใจต่อแขกเข้าพักอยู่เสมอเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจในการเข้าพักและรักษาระดับการตัดสินใจในการเข้าพักซ้ำในอนาคต ซึ่งในงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พัก จังหวัดชลบุรีว่ายังคงสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

สำหรับประเด็นผลการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและพึงพอใจต่อมิติคุณภาพบริการเพียง 2 Quadrant คือ Quadrant II และ Quadrant III กล่าวคือ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงและความพึงพอใจมากต่อบริการของโรงแรม (Quadrant II) ในมิติความมั่นใจและมิติการตอบสนองต่อลูกค้า มิติทั้งสองแสดงให้เห็นว่าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พักสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นโรงแรมจึงควรรักษาคุณภาพของมิติบริการทั้งสองอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าพักโรงแรมซ้ำในอนาคต

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 มิติรายด้านข้างต้นด้วยเทคนิค IPA พบว่า

1. ในมิติความมั่นใจ โรงแรมสามารถรักษาคุณภาพบริการในด้านระบบการจัดการที่สามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยในระหว่างพัก (จุด C-ass) และความรับผิดชอบของโรงแรมต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (จุด D-ass) ได้ดี ซึ่งทั้ง 2 ด้านอยู่ใน Quadrant II นักท่องเที่ยวดังกล่าวสะท้อนความต้องการและให้ความสำคัญทั้ง 2 ด้าน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการความสบายใจและความปลอดภัยตลอดเวลาของการใช้บริการโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภกร เสรีรัตน์ (2544) ที่กล่าวถึงทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ



มาสโลว์ที่ว่า มนุษย์มีความต้องการลำดับขั้นบันได 5 ชั้น เมื่อลำดับขั้นความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่สำคัญอันดับที่สอง อย่างไรก็ตาม อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2538) กล่าวเสริมว่า โรงแรมจำเป็นต้องตระหนักในการเตรียมมาตรการรักษาความปลอดภัยและการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นให้พร้อมเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่แขกผู้เข้าพัก เช่น ตู้นิรภัย (Self-Deposit Box) สำหรับให้แขกฝากของมีค่าไว้ หรือจัดแผนกเก็บของที่แขกลืมทิ้งไว้ (Lost and Found Section) เป็นต้น

ในขณะที่ ผลการศึกษาใน Quadrant III พบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังต่อด้านพนักงานมีความสุภาพ อ่อนน้อม มีมารยาทและเป็นมิตร และด้านพนักงานมีความรู้ในงานของตน ในระดับต่ำ และมีความพึงพอใจ ทั้ง 2 ด้านในระดับต่ำเช่นกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักต่างเชื่อมั่นในมาตรฐานของโรงแรมระดับ 4 ดาวอยู่แล้ว จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญด้านนี้เป็นพิเศษ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Evans (2011) ที่กล่าวว่า ลูกค้าส่วนมากมักต้องการพนักงานบริการที่มีความสุภาพ มีมารยาทและเป็นมิตรต่อการรับบริการ นอกจากนี้คุณภาพของพนักงานบริการที่ดีในการมีปฏิสัมพันธ์กับแขกผู้เข้าพักยังเป็นสิ่งสำคัญต่อการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้แก่แขกผู้เข้าพัก อย่างไรก็ตาม ฉัฐษสรณ์ กาญจนศิลานนท์ (2555) ที่อ้างถึงแนวคิดของ George & John กล่าวว่า พนักงานที่มีความสุภาพและมีความเป็นมิตรสามารถส่งมอบคุณภาพบริการที่ดีแก่ลูกค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

2. ในมิติการตอบสนองต่อลูกค้า ใน Quadrant I พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงต่อด้านความเต็มใจของพนักงานให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าทันที (จุด A-res) และการบริการเช็คอิน-เช็คเอาท์อย่างรวดเร็วถูกต้องและแม่นยำ (จุด E-res) และยังไม่ได้รับการตอบสนองด้านดังกล่าวอย่างเพียงพอ เนื่องจากโรงแรมยังให้บริการได้ไม่ตรงใจกับความคาดหวังนักท่องเที่ยวมากนัก นักท่องเที่ยวยังต้องการความรวดเร็วและความเอาใจใส่ต่อการช่วยเหลือแขกผู้เข้าพัก ในทางกลับกัน ผลการวิจัยด้านนี้ยังสะท้อนได้ถึงคุณภาพของพนักงานที่อาจต้องปรับปรุงเพิ่มเติมและคุณภาพของการบริการในจุดการเช็คอิน-เช็คเอาท์ที่ยังไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของแขกผู้เข้าพัก นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า มิติด้านการให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว (จุด B-res) เป็นด้านที่โรงแรมอาจสามารถให้ความสำคัญน้อยลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นว่าไม่สำคัญและไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับฉัฐษสรณ์ กาญจนศิลานนท์ (2555) ที่อ้างถึงสุทธาทิพย์ แก้วเพชร (2552) ที่ว่า การบริการที่รวดเร็วเป็นด้านที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้ลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม ด้านที่โรงแรมให้บริการได้ดีมากแต่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญซึ่งอยู่ใน Quadrant IV คือ ด้านการแสดงออกทางภาษากายที่ดีและเหมาะสมของพนักงาน (จุด D-res) เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญของภาษากายของพนักงานมากนักและระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวได้สื่อสารโดยตรงกับพนักงานไม่มาก และส่วนมากนักท่องเที่ยวในพื้นที่พัทยานักท่องเที่ยวที่ออกจากโรงแรมเพื่อทำกิจกรรมภายนอก นอกจากนี้โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อมิติคุณภาพบริการอีก 3 มิติในระดับต่ำและไม่ได้รับการบริการในมิติคุณภาพบริการดังกล่าวในระดับที่น่าพึงพอใจ ได้แก่ มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม และมิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า

## สรุป

โดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวมีความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการ ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ มิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติความมั่นใจ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า และมีมิติการตอบสนองต่อลูกค้าในระดับมาก หลังใช้บริการมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อแยกรายมิติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมิติความมั่นใจในระดับมากที่สุด และมีความคาดหวังต่อมิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม มิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้า และมีมิติการตอบสนองต่อลูกค้าในระดับมาก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมิติบริการทั้ง 5 มิติในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยเทคนิค IPA พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงและความพึงพอใจมากต่อบริการของโรงแรม (Quadrant II) ในมิติความมั่นใจ และมีมิติการตอบสนองต่อลูกค้า และนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังต่อมิติความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มิติการบริการที่เป็นรูปธรรม และมีมิติการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจต่อลูกค้าในระดับต่ำและมีความพึงพอใจต่อมิติทั้ง 3 ดังกล่าวในระดับต่ำ (Quadrant III)

ผู้วิจัยขอเสนอแนะบางประเด็นเพื่อให้โรงแรมสามารถส่งมอบมิติคุณภาพบริการที่ดียิ่งขึ้น ดังนี้

1. โรงแรมควรให้ความสำคัญต่อด้านการอบรมและฝึกฝนการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบการฝึกอบรมของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง

2. อาจมีโรงแรมระดับ 4 ดาวบางแห่งในเขตพื้นที่พหุวิทยาที่ยังไม่ให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี หรือสัญญาณไม่แรงครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่ของโรงแรม ดังนั้น โรงแรมระดับ 4 ดาวจึงควรจัดหาบริการอินเทอร์เน็ตฟรี และครอบคลุมทุกพื้นที่ภายในโรงแรม เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการท่องเที่ยวยุคใหม่ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นดัชนีอันดับต้น ๆ ในการเลือกที่พักหรือการเข้าพักซ้ำในครั้งถัดไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น อาจทำการวิจัยมิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

2. การขยายพื้นที่ผลการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบมิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ หรือภูเก็ต เป็นต้น

## ข้อจำกัดในงานวิจัย

ผู้วิจัยสามารถเก็บตัวอย่างที่สมบูรณ์ได้เพียง 261 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.25 เนื่องจากมีข้อจำกัดในงานวิจัยหลายประการ ได้แก่ ระยะเวลาในการวิจัยที่จำกัด การยินดีและเต็มใจของผู้ตอบแบบสอบถาม การยินดีของโรงแรมในกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามกฎและเงื่อนไขของโรงแรมโดยคำนึงถึงหลักจรรยาบรรณการวิจัยเป็นสำคัญ





## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีจากการได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลในการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่มา ณ โอกาสนี้

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด)**. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2557, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>.
- จัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2555). คุณภาพบริการ: ความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในธุรกิจโรงแรม. **วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**. 18(4), 37-77.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2555). **“เซ็นทารา” เร่งกู้วิกฤติ ผุดโรงแรมระดับกลาง**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2557, จาก <http://www.thairath.co.th/content/311483>.
- วิธาน เจริญผล. (2556). **การท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวกำลังจะเปลี่ยนแปลงไป**. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2556, จาก [http://www.scbeic.com/THA/document/note\\_20130704\\_hotel/](http://www.scbeic.com/THA/document/note_20130704_hotel/).
- ศุภกร เสรีรัตน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บีซิเนส เพรส.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเมืองพัทยา. (2557). **สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา**. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2557, จาก <http://info.pattaya.go.th/DocLib1/Forms/AllPages.aspx>.
- เสาวณี จันทะพงษ์ และ กัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล. (2558). **ภาคบริการท่องเที่ยวของไทย: ความสำคัญ ความท้าทายความยั่งยืน (2)**. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/636065>.
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2538). **รวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิชาการและพัฒนาศึกษาการบริษัทฮิวแมน เฮอริเทจ.
- Evans, J. R. (2011). **Quality management, organization, and strategy** (6<sup>th</sup> ed.). Australia: South-Western Cengage Learning.
- Kunlaya Sroysing. (2016). **Customers' expectations and perception towards satisfaction of hotels' service quality in Pattaya City, Chonburi Province**. 14<sup>th</sup> APacCHRIE 2016 Conference. Retrieved November 14, 2016, from [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ImCfZ5lcYioJ:https://www.apacchrie2016.com/images/Papers/APacCHRIE\\_2016\\_paper\\_241.pdf+%&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=th](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ImCfZ5lcYioJ:https://www.apacchrie2016.com/images/Papers/APacCHRIE_2016_paper_241.pdf+%&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=th).



---

Parasuraman, A.; Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*. (32), 39–48.

Yamane, T. (1973). *Statistics: an introduction analysis*. (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper & Row.