

THE ANALYSIS OF SERVICE MISTAKES OF GREEN HOTELS IN THE AREA OF ANDAMAN COAST

Received Date: 2024, January 4

Revised Date: 2024, January 17

Accepted Date: 2024, February 2

Aswin Sangpikul*

ABSTRACT

This study aims to investigate the following research objectives: 1) to analyze customers' negative feedback who used the services of green hotels by categorizing them into hotel rooms and front office sections; 2) to analyze customers' negative feedback who used the services of green hotels by categorizing them into 5 service dimensions (SERVQUAL); and 3) to analyze customers' negative feedback who used the services of green hotels by categorizing them into subjective and objective feedback. This study collected data from 23 green hotels on Trip Advisor and employed content analysis as well as descriptive analysis to present the findings.

The results revealed that:

1) Most negative feedback (service mistakes) of green hotels in the area of Andaman Coast is mostly concerned with guest rooms, followed by front desk (reception) and food and beverage services, respectively.

2) The negative feedback on guest rooms was mainly associated with assurance, while the front desk was mainly concerned with responsiveness, and food and beverage services received much negative feedback regarding assurance.

3) In terms of subjective and objective feedback, the objective feedback was likely to be long statements describing or indicating the events or facts of the service mistakes. The objective feedback was more reliable and clearer than the subjective feedback, which was likely to be short expressions and mostly came from customers' emotions or feelings rather than the facts of the mistakes. This study is expected to help green hotel practitioners implement the knowledge for further development and improvement of their hotel services.

Keywords: Green hotels, Customer feedback, Service Mistakes.

* Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

Corresponding author e-Mail: aswin.sal@dpu.ac.th

การวิเคราะห์ข้อบกพร่องของการให้บริการของโรงแรมสี่เขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 4 มกราคม 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 17 มกราคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 กุมภาพันธ์ 2567

อัศวิน แสงพิกุล*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสี่เขียว โดยจำแนกออกเป็นแผนกสำคัญของโรงแรม เช่น ห้องพัก แผนกต้อนรับส่วนหน้า 2) เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสี่เขียว โดยจำแนกออกตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL) และ 3) เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสี่เขียว โดยจำแนกออกเป็นเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (Subjective feedback) และเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (Objective feedback) งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากโรงแรมสี่เขียวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 23 แห่ง จากแหล่งข้อมูล Trip Advisor และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

1) เสียงสะท้อนเชิงลบ (ข้อบกพร่อง) ส่วนใหญ่ของโรงแรมสี่เขียวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับห้องพักแขกมากที่สุด รองลงมา คือ แผนกต้อนรับส่วนหน้า และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

2) เสียงสะท้อนเชิงลบด้านห้องพักส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับมิติคุณภาพการบริการในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) ในขณะที่แผนกต้อนรับส่วนหน้า มีข้อบกพร่องในด้านการตอบสนองลูกค้ามากที่สุด (Responsiveness) ส่วนแผนกอาหารและเครื่องดื่ม มีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance)

3) หากวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบในลักษณะของเชิงนามธรรมและเชิงรูปธรรมพบว่า เสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (Objective feedback) มักมีลักษณะเป็นข้อความยาว มีการพรรณนาหรือระบุเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงของข้อบกพร่องในการให้บริการลูกค้า ซึ่งมีข้อมูลที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือ มากกว่าเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (Subjective feedback) ที่มักมีลักษณะเป็นข้อความสั้น ๆ โดยส่วนใหญ่มาจากอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า มากกว่าข้อเท็จจริง งานวิจัยในครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมสี่เขียวต่อไป

คำสำคัญ: โรงแรมสี่เขียว, เสียงสะท้อนจากลูกค้า, ข้อบกพร่องในการให้บริการ

* คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Corresponding author e-Mail: aswin.sal@dpu.ac.th

บทนำ

โรงแรมสีเขียวเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยในยุคปัจจุบัน เนื่องมาจากกระแสแนวคิดของการพัฒนาภาคธุรกิจให้มีความยั่งยืนทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (Sustainability of business sectors) แนวคิดของการดำเนินธุรกิจโรงแรมให้มีความยั่งยืนเริ่มทวีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นในช่วงระยะเวลา 4-5 ปี ที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมสีเขียว (Green hotel) ซึ่งหมายถึง โรงแรมที่มีกระบวนการหรือแนวทางการบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรหรือพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ปิยะดา วชิระวงศ์กร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน, 2558, หน้า 98-113); โสภา ชินเวชกิจวานิชย์, วรวรรณ ประชาเกษม และอาภาพร รุจิระเศรษฐ, 2561, หน้า 61-70)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะเป็นโรงแรมสีเขียว แต่ทว่าโรงแรมสีเขียวยังคงเป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องแข่งขันกับโรงแรมอื่น ๆ ทั่วไป ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก อย่างเช่น เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ เป็นต้น นักท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกโรงแรมที่พักได้หลายรูปแบบ/ ประเภท ตามความต้องการของตนเอง ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจโรงแรมสีเขียวให้มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการที่มีคุณภาพ (ซงศ์สุดา โตท่าโรง และอศวิน แสงพิกุล, 2566, หน้า 1-15) เช่น การบริการที่ดี มีมาตรฐาน หรือการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า การบริการของธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับประเด็นคุณภาพการบริการ (Service quality) โดยมาจากแนวคิดเรื่องความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่ลูกค้าได้รับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, pp. 12-40) หากการให้บริการของโรงแรมสีเขียวไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่ปฏิบัติตามความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจ และมองว่าการบริการยังไม่ได้คุณภาพ และอาจนำข้อบกพร่องเหล่านั้นไปบอกต่อในสังคมออนไลน์ตามช่องทางต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้โรงแรมสีเขียวได้รับผลกระทบเสียชื่อเสียง และอาจทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลใจในการเลือกไปพักโรงแรมสีเขียว ทำให้โรงแรมสีเขียวอาจเสียโอกาสและรายได้จากลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียวจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า พร้อมกับการเรียนรู้ข้อบกพร่องของตนเอง เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

แนวทางหนึ่งของการเรียนรู้ข้อบกพร่องของธุรกิจโรงแรม คือ การได้รับเสียงสะท้อนจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้า (customers' negative feedback) งานวิจัยหลายเรื่องระบุว่า การวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้า จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการให้บริการที่อาจไม่ได้มาตรฐาน หรือข้อบกพร่องของตนเอง (Khuo-Lattimore & Yunus, 2016, pp. 78-93; Memarzadeh & Chang, 2015, pp. 79-98) โดยที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายเรื่องได้ศึกษาเสียงสะท้อนจากลูกค้าจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ อย่างเช่น Trip Advisor ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่รวบรวมความคิดเห็นหรือเสียงสะท้อนจากลูกค้าที่เคยใช้บริการมาก่อน และมีความประสงค์บอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ของตนเองทั้งในเชิงบวกและเชิงลบให้สังคมทราบ (Memarzadeh & Chang, 2015, pp. 79-98; Sangpikul, 2022, pp. 143-156) ทั้งนี้หากนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ให้เป็นระบบ จะช่วยให้เห็นภาพรวมของการให้บริการของโรงแรมสีเขียวที่อาจมีข้อบกพร่องในด้านต่าง ๆ

เพื่อการปรับปรุงการให้บริการต่อไป อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องดังกล่าวในบริบทประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมสีเขียวในเมืองท่องเที่ยวหลักฝั่งอันดามัน อย่างเช่น ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งนี้งานวิจัยในครั้งนี้เลือกศึกษา 3 จังหวัด ข้างต้น เนื่องจากเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ และมีผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียวอยู่เป็นจำนวนมากที่สุดในพื้นที่ภาคใต้ (กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม, ออนไลน์, 2566)

จากปัญหาการวิจัยข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมีจุดมุ่งหมาย (Goal) เพื่อวิเคราะห์ข้อบกพร่องของการให้บริการของโรงแรมสีเขียว โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากเสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจะแบ่งการวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าออกเป็นแผนกสำคัญของโรงแรมก่อน เช่น ห้องพัก และแผนกต้อนรับส่วนหน้า เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบว่าแผนกใดมีข้อบกพร่องในเรื่องใดบ้าง จากนั้นจึงจำแนกออกตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988, pp. 12-40) เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการของโรงแรมต่อไป และสุดท้ายจะจำแนกเสียงสะท้อนออกเป็นเชิงนามธรรม (Subjective feedback) และเชิงรูปธรรม (Objective feedback) เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงลักษณะของเสียงสะท้อนจากลูกค้าได้ลึกซึ้งขึ้น โดยสามารถแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของเสียงสะท้อนได้อย่างชัดเจนว่าควรปรับปรุงข้อบกพร่องอะไรก่อนหลัง เพื่อรักษาภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของโรงแรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกออกเป็นแผนกสำคัญของโรงแรม เช่น ห้องพัก แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Departments)
2. เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกออกตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL)
3. เพื่อวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกออกเป็นเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (Subjective feedback) และเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (Objective feedback)

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและความสำคัญของโรงแรมสีเขียว

โรงแรมสีเขียว (Green hotel) หมายถึง โรงแรมที่มีกระบวนการหรือแนวทางการบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากร หรือพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ปิยะดา วชิระวงศกร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน, 2558, หน้า 98-113; โสภา ชินเวทิกิจวานิชย์ และคณะ, 2561, หน้า 61-70) ปัจจุบันโรงแรมสีเขียวมีความสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนหรือความสมดุลให้แก่สภาพแวดล้อม เนื่องจากโรงแรมสีเขียวมีการคำนึงถึงการจัดการพลังงานและการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า โดยเน้นการประหยัดและอนุรักษ์พลังงานหลายแห่งมีกระบวนการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในโรงแรม และมีกระบวนการกำจัดขยะเพื่อลดผลกระทบต่อ

ต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้โรงแรมสีเขียวเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืนทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ชงศ์สุตา โตท่าโรง และอศวิณ แสงพิกุล, 2566, หน้า 1-15) ดังนั้น นักวิชาการจึงให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งงานวิจัยในครั้งนี้นำมาสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมสีเขียว

ความสำคัญของเสียงสะท้อนของลูกค้าและคุณภาพการบริการ

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยของต่างประเทศหลายเรื่องที่ศึกษาเสียงสะท้อนของลูกค้า (Customer feedback) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสียงสะท้อนเชิงลบ อย่างเช่น Memarzadeh & Chang, (2015, pp. 79-98); Khoo-Lattimore & Yunus (2016, pp. 78-93) ทั้งนี้งานวิจัยบางเรื่องอาจใช้คำอื่น ๆ แทนคำว่าเสียงสะท้อนเชิงลบ เช่น Customer Complaints หรือ Customer Dissatisfaction เสียงสะท้อนเชิงลบอาจเกิดขึ้นจากหลายประการ หรือหลายเหตุผล เช่น ข้อบกพร่องของการให้บริการ ความไม่พึงพอใจของลูกค้า การบริการที่อาจไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น จึงทำให้ลูกค้าต้องการสะท้อนข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการทราบ ทั้งนี้เสียงสะท้อนของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเชิงลบ อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจได้ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม เนื่องจากปัจจุบันมีช่องทางออนไลน์หลายช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก อย่างเช่น Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมความคิดเห็นหรือเสียงสะท้อนจากลูกค้าของธุรกิจบริการต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร หรือสปา เป็นต้น ดังนั้นลูกค้าของโรงแรมจึงมักนิยมเข้าไปอ่านการรีวิว (Customer reviews) หรือเสียงสะท้อนเชิงบวกและเชิงลบของโรงแรมก่อนที่ตนเองจะตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสียงสะท้อนเชิงลบในประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ เช่น สภาพแวดล้อมของโรงแรม ความสวยงามของโรงแรม การตกแต่งหรือบรรยากาศของห้องพัก ทัศนียภาพของพนักงาน หรือการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (Sangpikul, 2022, pp. 143-156)

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบว่า เสียงสะท้อนส่วนใหญ่ของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมมักเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (Service quality) ทั้งนี้ แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม (Memarzadeh & Chang, 2015, pp. 79-98) ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการ โดยวัดจากความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าในประเด็นต่าง ๆ หากลูกค้ารับรู้ หรือรู้สึกว่าการบริการของผู้ประกอบการทำได้ดีกว่าที่ตนเองคาดหวังไว้ ผลลัพธ์ คือ แนวโน้มความพึงพอใจ โอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการแนะนำบอกต่อ ในทางตรงกันข้าม หากลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นทำได้ไม่ดีเท่าที่ตนเองคาดหวังไว้ หรือไม่ตรงกับที่ตนเองคาดหวังไว้ ผลลัพธ์อาจจะเป็นแนวโน้มความไม่พึงพอใจ และการไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ (Memarzadeh & Chang, 2015, pp. 79-98; Sangpikul, 2022, pp. 143-156) ดังนั้น หากลูกค้าอ่านพบเสียงสะท้อนเชิงลบจำนวนมากซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ตนเองให้ความสำคัญ เช่น สภาพห้องพักไม่สวยงาม หรือบรรยากาศโรงแรมไม่น่าพักผ่อน อาจทำให้ลูกค้าหลายคนเกิดความลังเลที่จะเลือกพักโรงแรมดังกล่าว ด้วยความสำคัญของเสียงสะท้อนเชิงลบ หากนักวิชาการนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ให้เป็นระบบ จะช่วยให้เห็นภาพรวมของข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมสีเขียว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการปรับปรุงการบริการต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการและให้เสียงสะท้อนเชิงลบในเว็บไซต์ Trip Advisor ของโรงแรมสีเขียว โดยผู้วิจัยได้เลือกโรงแรมสีเขียวในพื้นที่ฝั่งทะเลอันดามัน 3 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ที่ได้รับการรับรองจากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในปี พ.ศ. 2566 และ 2565 (2 ปี) เพื่อให้มีจำนวนโรงแรมสีเขียวมากพอในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 23 แห่ง จากเว็บไซต์ <https://greenhotelthai.com/th/> (กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม, ออนไลน์, 2566) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมโรงแรมสีเขียวทุกประเภทใน 3 จังหวัดดังกล่าว เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ โรงแรมสีเขียวระดับดีเยี่ยม ระดับดีมาก และระดับดี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบบันทึกข้อมูลขึ้นมา (Record form) จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ปิยะวิทย์ ทิพรส และอศวิน แสงพิกุล (2565, หน้า 75-87) และ Memarzadeh & Chang (2015, pp. 79-98) โดยได้ปรับปรุงแบบบันทึกข้อมูลเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ แบบบันทึกข้อมูลประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนแรก บันทึกข้อมูลเสียงสะท้อนเชิงลบ โดยจำแนกตามแผนสำคัญของโรงแรม เช่น แผนกต้อนรับส่วนหน้า และห้องพัก เป็นต้น ส่วนที่สอง บันทึกข้อมูลเสียงสะท้อนเชิงลบโดยจัดหมวดหมู่ตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988, pp. 12-40) และส่วนที่ 3 บันทึกข้อมูลเสียงสะท้อนเชิงลบที่มีลักษณะเชิงนามธรรม (Subjective feedback) เช่น ข้อมูลที่มาจากอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า (Emotions/feelings) ที่อาจไม่ใช่ข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง (Non-factual information) และข้อมูลที่มีลักษณะเชิงรูปธรรม (Objective feedback) เช่น ข้อมูลที่ระบุเหตุการณ์ หรือสถานการณ์บางอย่างที่เกิดข้อบกพร่องขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง (Factual information) ที่ไม่ใช่ข้อมูลที่มาจากอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า (ซงศ์สุดา โตท่าโรง และอศวิน แสงพิกุล, 2566, หน้า 1-15) ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบบันทึกดังกล่าว โดยทดลองใช้กับคำวิจารณ์ของลูกค้า จำนวน 10 ราย และจำแนกข้อมูลตามแต่ละส่วนข้างต้นพบว่า สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งนี้การทดสอบคุณภาพเครื่องมือไม่มีการทดสอบสถิติใด ๆ เนื่องจากเป็นเพียงแบบบันทึกข้อมูล จึงไม่สามารถวิเคราะห์เชิงสถิติได้ (Memarzadeh & Chang, 2015, pp. 79-98)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยค้นหาชื่อโรงแรมสีเขียว จำนวน 23 แห่ง จากเว็บไซต์ Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมเสียงสะท้อน/ความคิดเห็นของลูกค้าที่เคยใช้บริการของธุรกิจบริการต่าง ๆ ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมแสดงความคิดเห็น หรือแบ่งปันประสบการณ์ในการใช้บริการด้านต่าง ๆ โดยเลือกเก็บข้อมูลเสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้าที่ได้แสดงความคิดเห็นในช่อง ‘แย่’ (Poor) และ ‘แย่มาก’ (Terrible) เนื่องจากลูกค้าที่ได้รับการบริการที่บกพร่อง มักแสดงความคิดเห็นในช่องดังกล่าว โดยสำรวจย้อนหลัง 2 ปี จากข้อมูลที่ปรากฏในปัจจุบัน (เก็บข้อมูลเดือนธันวาคม 2566)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้า และจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปของความถี่ และร้อยละ

สำหรับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล 2 ครั้ง (re-check process) ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น Memarzadeh & Chang (2015, pp. 79-98) และ Sangpikul, 2022, pp. 143-156) โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลรอบแรกให้เสร็จสิ้นตามวัตถุประสงค์การวิจัยทุกข้อ หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลรอบสองอีกครั้ง (Double check) เพื่อตรวจทานว่าข้อมูลที่วิเคราะห์ตรงกับหมวดหมู่หรือประเด็นที่กำหนดไว้หรือไม่ หากข้อมูลส่วนใด ผู้วิจัยไม่แน่ใจว่าควรจัดอยู่ในหมวดหมู่ใด ผู้วิจัยจะปรึกษากับนักวิชาการ 2 ท่าน แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปจนครบถ้วน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกออกเป็นแผนกสำคัญของโรงแรม เช่น ห้องพัก แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ทราบว่า แผนกใดของโรงแรมสีเขียวมีข้อบกพร่องในการให้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของเสียงสะท้อนเชิงลบ โดยจำแนกออกเป็นแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมสีเขียว

แผนก	ความถี่ และร้อยละ	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงลบ (ข้อบกพร่องของโรงแรม)
1. ห้องพัก: ข้อบกพร่อง เช่น	81	- “Room is warm and air conditioning is not OK”
- ความไม่สะอาดของห้องพัก	(38%)	- “The cleanliness of the room was lacking. The bathroom
- ผ้าปูเตียง/ ผ้าเช็ดตัวไม่สะอาด		was not properly cleaned, with visible grime and mold
- อุปกรณ์ชำรุด		present in the shower and on the tiles”
- คุณภาพของเตียงนอนไม่ได้		- “The linens and towels provided in the room were also
มาตรฐาน		not up to standard, with some of them being torn or
- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่		stained”
ครบถ้วน		- “On entering the room, we found the room was infested
- ระบบความเย็นเครื่องปรับอากาศ		with mosquitoes. The furniture was mismanaged and broken,
ไม่ดีพอ		creating an uncomfortable environment”
- ความบกพร่องของพนักงาน		- “AC system is very loud and leaked water”
แม่บ้าน		- “The worse is the lighting system, which in our room the
		entire lights kept turning on in the middle of the night for no
		reason. We complained every day to the front desk, who

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แผนก	ความถี่ และร้อยละ	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงลบ (ข้อบกพร่องของโรงแรม)
		supposedly sent a maintenance person to fix every time we complained but the problem was never solved” - “Room not cleaned till 5pm which was a pain when coming back from the pool” - “The housekeeping staff is not consistent. Our room did not have bath robes, nor any body lotion or dental kit which is basic even in hotel rooms in basic properties”
2. แผนกต้อนรับส่วนหน้า:	58	- “Staff were very unhelpful”
ข้อบกพร่อง เช่น	(27%)	- “Bad customer service specially from Ana she has bad behavior with the customers”
- พนักงานไม่เต็มใจช่วยเหลือแขก		- “The lady at the front desk was unpolite and unhelpful”
- พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส		- “One of the most frustrating aspects was the excruciatingly slow service at the front desk, waiting times were beyond acceptable. It seemed as if the staff was overwhelmed and understaffed, lack of efficiency”
- การลงทะเบียนล่าช้า		- “I made the check out in the morning by losing 20 minutes since they did not make the invoice correctly. I asked to add company data and they did not change it.
- ข้อผิดพลาดของการชำระเงิน		Receptionists don’t understand basic request”
- การแก้ไขปัญหาล่าช้า		- “There is no proper English speaking staff which is a complete disaster”
- ทักษะภาษาอังกฤษของพนักงานยังไม่ดี		
3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	45	- “Restaurant food was poor. I ordered the wagyu steak and came like a cheap meat from the local market. Thai food wasn’t very nice and menu is very limited”
ข้อบกพร่อง เช่น	(21%)	- “Breakfast - the buffet was poor, low range of food”
- อาหารไม่มีคุณภาพ/ ไม่ได้มาตรฐาน		- “Breakfast eating area is undersized for resort capacity and if it was fully booked, you would have long wait times before you could eat”
- อาหารเข้ามีตัวเลือกจำกัด/ น้อย		- “There are not many buffet breakfast items as we expected, no bacon or hash browns bit strange for a resort that has so many Western visitors. Too many Asian dishes that we weren't certain of its contents”
- ข้อผิดพลาดของการสั่งอาหาร		
- ที่นั่งทานอาหารไม่เพียงพอ		
- พนักงานขาดอัธยาศัยไมตรี		
- พนักงานไม่เต็มใจช่วยเหลือแขก		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แผนก	ความถี่ และร้อยละ	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงลบ (ข้อบกพร่องของโรงแรม)
		- “When I order room service they bring wrong food because they don’t listen to you when you order, and poor English communication” - “It was mainly the food/beverage service staff that didn't care. The staff did not smile and gave face back anytime asked for something”
4. สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อบกพร่อง เช่น	30 (14%)	- “Pool always has leaves in the bottom and floating on top! All around the pool area also needs a good sweep” - “No towels at the pool on multiple days, had to find a manager to help, this wasn't due to people using them, they are just to lazy to put them out” - “The slide in the pool was under maintenance for the first 3 days of our stay which we weren't informed about” - “Child pool was shut the entire day, we had booked as we wanted the kid to enjoy at the pool but today that the pool was not available with no advance information” - “Fitness is old and needs maintenance”
- ความสะอาดไม่ได้ของสระว่ายน้ำ		
- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ		
- สิ่งอำนวยความสะดวกขาด		
การบำรุงรักษา		
- ขาดการสื่อสารกับแขกเรื่อง		
การใช้บริการ		
Total	214 (100%)	

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ห้องพัก ได้รับเสียงสะท้อนเชิงลบ หรือมีข้อบกพร่องมากที่สุด (คิดเป็น ร้อยละ 38) รองลงมา ได้แก่ แผนกต้อนรับ (คิดเป็น ร้อยละ 27) แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (คิดเป็น ร้อยละ 21) และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม (คิดเป็น ร้อยละ 14) ตามลำดับ

ตัวอย่างประเด็นข้อบกพร่องในการให้บริการของโรงแรมสี่เขียวในด้านห้องพัก เช่น ความไม่สะอาดของห้องพัก อุปกรณ์ชำรุด สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบถ้วน และความบกพร่องของพนักงานแม่บ้าน เป็นต้น ในขณะที่ข้อบกพร่องในแผนกต้อนรับ เช่น พนักงานไม่เต็มใจช่วยเหลือแขก พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส การลงทะเบียนล่าช้า และการแก้ไขปัญหาล่าช้า สำหรับข้อบกพร่องในแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีหลายประเด็น เช่น อาหารไม่มีคุณภาพ/ไม่ได้มาตรฐาน ที่นั่งทานอาหารไม่เพียงพอ และพนักงานขาดอัธยาศัยไมตรี ไม่เต็มใจช่วยเหลือแขก เป็นต้น ส่วนข้อบกพร่องของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม เช่น ความไม่สะอาดของสระว่ายน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ และสิ่งอำนวยความสะดวกขาดการบำรุงรักษา เป็นต้น

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของเสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้า โดยจำแนกตามมิติคุณภาพการบริการ

แผนก (n=214)	ด้านความ น่าเชื่อถือ	ด้านความ เชื่อมั่นไว้วางใจ	ด้านความ เป็นรูปธรรม	ด้านความ เข้าใจลูกค้า	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า
ห้องพัก (n=81)	9 (11%)	26 (32%)	22 (28%)	13 (16%)	11 (13%)
แผนกต้อนรับ (n=58)	8 (14%)	13 (23%)	5 (7%)	15 (26%)	17 (30%)
แผนอาหารและเครื่องดื่ม (n=45)	6 (13%)	13 (26%)	7 (17%)	10 (24%)	9 (20%)
สิ่งอำนวยความสะดวก (n=30)	3 (9%)	5 (17%)	9 (30%)	6 (20%)	7 (24%)

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกตามมิติคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นไว้วางใจความเป็นรูปธรรม ความเข้าใจลูกค้า และการตอบสนองลูกค้า ผลการวิจัยในส่วนนี้ จะช่วยให้ทราบว่า ในแต่ละแผนกของโรงแรมสีเขียวมีข้อบกพร่องเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านใดบ้าง เพื่อพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า ห้องพักของโรงแรมสีเขียวส่วนใหญ่มีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมากที่สุด (32%) จาก 5 ด้าน รองลงมา คือ ความเป็นรูปธรรม (28%) และความเข้าใจลูกค้า (16%) ในขณะที่แผนกต้อนรับมีข้อบกพร่องในการตอบสนองลูกค้ามากที่สุด (30%) จาก 5 ด้าน รองลงมา คือ ความเข้าใจลูกค้า (26%) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (23%) ในส่วนของแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมากที่สุด (26%) จาก 5 ด้าน รองลงมา คือ ความเข้าใจลูกค้า (24%) และการตอบสนองลูกค้า (20%) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นว่า แต่ละแผนกของโรงแรม จะมีข้อบกพร่องเกี่ยวกับคุณภาพการบริการไม่เหมือนกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบว่า แต่ละแผนกควรมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านใดบ้าง เพื่อให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า

ตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างการวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบจากลูกค้า โดยแบ่งออกเป็นเชิงนามธรรมและรูปธรรม

แผนก	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (subjective feedback)	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (objective feedback)
ห้องพัก	- “Room is warm and air conditioning is not OK” - “Room is not clean as we expected from a 4-star resort” - “Housekeeper is not friendly”	- “The cleanliness of the room was lacking. The bathroom was not properly cleaned, with visible grime and mold present in the shower and on the tiles” - “The linens and towels provided in the room were also not up to standard, with some of them being torn or stained” - “On entering the room, we found the room was infested with mosquitoes. The furniture was mismanaged and broken, creating an uncomfortable environment”
แผนกต้อนรับ	- “Staff were very unhelpful” - “Bad customer service specially from Ana she has bad behavior with the customers” - “There is no proper English speaking staff which is a complete disaster”	- “I made the check out in the morning by losing 20 minutes since they did not make the invoice correctly. I asked to add company data and they did not change it. Receptionists don’t understand basic request” - “Check-in service is problematic. On arrival we waited in line for an hour to check in though it was already check-in time (3 PM). Staff still asked me to wait for a while by 20 mini”

ตารางที่ 3 (ต่อ)

แผนก	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (subjective feedback)	ตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (objective feedback)
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	- “The food and its taste was bad” - “The breakfast is very disappointing with not many dishes” - “Restaurant food was poor. I ordered the wagyu steak and came like a cheap meat from the local market. Thai food wasn’t very nice and menu is very limited” - “Breakfast - the buffet was poor, low range of food”	- “Breakfast eating area is undersized for resort capacity and if it was fully booked, you would have long wait times before you could eat” - “There are not many buffet breakfast items as we expected, no bacon or hash browns bit strange for a resort that has so many Western visitors. Too many Asian dishes that we weren't certain of its contents” - “Ordered American breakfast and got a 1 poached egg on bread with 2 hash browns and Tomato with basic bread basket, very disappointed”
สิ่งอำนวยความสะดวก	- “Fitness is old and needs maintenance” - “Swimming pool is small and requires cleanliness” - “Toilet at the fitness has a bad smell”	- “Pool always has leaves in the bottom and floating on top! All around the pool area also needs a good sweep” - “The slide in the pool was under maintenance for the first 3 days of our stay which we weren't informed about” - “Child pool was shut the entire day, we had booked as we wanted the kid to enjoy at the pool but today that the pool was not available with no advance information”

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์เสียงสะท้อนเชิงลบของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยจำแนกออกเป็นเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (Subjective feedback) และเชิงรูปธรรม (Objective feedback) ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงลักษณะของเสียงสะท้อนจากลูกค้าได้ลึกซึ้งขึ้น โดยสามารถแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของเสียงสะท้อนได้อย่างชัดเจนว่าควรปรับปรุงข้อบกพร่องอะไรก่อน หลัง

ผลการวิจัยพบว่า เสียงสะท้อนเชิงนามธรรม (Subjective feedback) ส่วนใหญ่ หรือเกือบทั้งหมดจะเป็นข้อความหรือการแสดงความคิดเห็นสั้น ๆ (Short expressions/opinions) เช่น “Room is not clean as we expected from a 4-star resort”, “Housekeeper is not friendly”, “The food and its taste was bad” จากตัวอย่างเสียงสะท้อนเหล่านี้ ผู้บริหารโรงแรมอาจตรวจสอบถึงสาเหตุของปัญหา หรือประเด็นปัญหาได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากเสียงสะท้อนในลักษณะเชิงนามธรรมมักขาดความชัดเจนหรือขาดรายละเอียดของข้อบกพร่องในการให้บริการของโรงแรม เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ให้เสียงสะท้อนออกมาในลักษณะของความรู้สึก หรือความเห็นการรับรู้ส่วนบุคคล มากกว่าข้อเท็จจริง หรือหลักฐานเชิงประจักษ์ ลักษณะเสียงสะท้อนประเภทนี้อาจทำให้ฝ่ายบริหารของโรงแรม ตรวจสอบข้อบกพร่องเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการได้ลำบาก

ในทางตรงกันข้าม ตารางที่ 3 ยังได้ยกตัวอย่างเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (Objective feedback) ซึ่งพบว่า ลักษณะเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรมมักมีการแสดงความคิดเห็น โดยเป็นข้อความที่ยาวขึ้น หรือมีความชัดเจนมากกว่าเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม เนื่องจากลูกค้ามักจะกล่าวถึงข้อบกพร่องของการบริการในรายละเอียด ลูกค้าหลายคนสามารถบรรยายหรือระบุปัจจัย หรือสาเหตุของข้อบกพร่องได้อย่างชัดเจน บางหลายอาจพรรณนาสถานการณ์ว่าข้อบกพร่องของโรงแรมเกิดขึ้นได้อย่างไร หรือระบุหลักฐานของข้อบกพร่องได้ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น “The cleanliness of the room was lacking. The bathroom was not properly cleaned, with visible grime and mold present in the shower and on the tiles”, “I made the check out in the morning by losing 20 minutes since they did not make the invoice correctly. I asked to add company data and they did not change it. Receptionists don’t understand basic request” ทั้งนี้ เสียงสะท้อนในลักษณะเชิงนามธรรมนี้ จะช่วยให้ฝ่ายบริหารของโรงแรม สามารถตรวจสอบถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ได้รวดเร็ว และมีความชัดเจนขึ้น เพื่อนำข้อมูลจากเสียงสะท้อนจากลูกค้าไปจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังเพื่อเร่งรีบปรับปรุงคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าต่อไป

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในตารางที่ 1 พบว่า ห้องพัก ได้รับเสียงสะท้อนเชิงลบ หรือมีข้อบกพร่องมากที่สุด เหตุผลที่ห้องพักได้รับเสียงสะท้อนเชิงลบมากที่สุดกว่าแผนกอื่น ๆ ของโรงแรม อาจเป็นเพราะว่า ห้องพักเป็นส่วนบริการของโรงแรมที่ลูกค้าใช้เวลาพักเกือบทั้งวัน หรือตลอดทั้งคืน โดยจะใช้บริการเป็นระยะเวลายาวนานมากกว่าการใช้บริการด้านอื่น ๆ ภายในโรงแรม ดังนั้นลูกค้าจึงรับรู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมาก

ที่สุด ซึ่งหากพบข้อบกพร่องใด ๆ หรือสภาพห้องพักหรือสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตนเองคาดหวังสำหรับการบริการของโรงแรม ลูกค้าก็จะแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างเช่น Trip Advisor เพื่อสะท้อนให้ผู้ประกอบการได้ทราบเพื่อการปรับปรุงพัฒนาต่อไป ผลการวิจัยในตารางที่ 1 นี้ สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่อง เช่น Khoo-Lattimore & Yunus (2016, pp. 78-93) และ Memarzadeh & Chang (2015, pp. 79-98) ที่ระบุว่า ห้องพักเป็นส่วนบริการของโรงแรมที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และใช้เวลาอยู่ในห้องพักค่อนข้างยาวนาน ดังนั้น หากมีข้อบกพร่องใด ๆ ภายในห้องพัก ลูกค้ามักจะแสดงความคิดเห็นออกมาได้

สำหรับผลการวิจัยในตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมส่วนบริการของโรงแรม เช่น ห้องพัก แผนกต้อนรับ หรือแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีข้อบกพร่องหรือเสียงสะท้อนเชิงลบที่แตกต่างกันออกไปในแง่ของมิติคุณภาพการบริการ เช่น ห้องพักรส่วนใหญ่มีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมากที่สุด ในขณะที่แผนกต้อนรับมีข้อบกพร่องในด้านการตอบสนองลูกค้ามากที่สุด ส่วนแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมากที่สุด เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น อธิบายไว้ว่า ลูกค้าของโรงแรมอาจมีความคาดหวังในแต่ละแผนกของโรงแรมแตกต่างกันออกไป ตามลักษณะการให้บริการของแต่ละแผนกของโรงแรมที่อาจไม่เหมือนกัน เช่น ห้องพักแขก กับแผนกต้อนรับ ลูกค้าอาจคาดหวังกับการบริการไม่เหมือนกัน (Different functions) ดังนั้น จึงอาจทำให้มีประเด็นข้อบกพร่องหรือเสียงสะท้อนเชิงลบที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการแตกต่างกันออกไป ดังแสดงในตารางที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น Memarzadeh & Chang (2015, pp. 79-98) และ Sangpikul, 2022, pp. 143-156 ที่ระบุว่า แต่ละแผนกของโรงแรมอาจมีข้อบกพร่องแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของการให้บริการของแต่ละแผนกที่อาจไม่เหมือนกัน

ในส่วนของผลการวิจัยในตารางที่ 3 ที่นำเสนอเกี่ยวกับเสียงสะท้อนเชิงลบในลักษณะเชิงนามธรรมและรูปธรรม (Subjective and objective feedback) ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า เสียงสะท้อนของลูกค้ามีความเป็นรูปธรรมและนามธรรมปะปนกันทั้งในเชิงบวกและลบ เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น กล่าวคือ ธุรกิจโรงแรมอาจหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะได้รับเสียงสะท้อนจากลูกค้าทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เนื่องจากเป็นธรรมชาติของลูกค้าที่มักจะแสดงความคิดเห็นต่อการบริการของผู้ประกอบการได้หลากหลาย และความคาดหวังของลูกค้ามีความแตกต่างกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและใส่ใจในเสียงสะท้อนเชิงลบ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการต่อไป เพื่อไม่ให้กระทบชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมสี่เขียว อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างเสียงสะท้อนเชิงนามธรรมกับเชิงรูปธรรม กล่าวคือ เสียงสะท้อนเชิงนามธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นข้อความสั้น ๆ หรือการแสดงความคิดเห็นสั้น ๆ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริหารโรงแรมตรวจสอบถึงข้อบกพร่องหรือสาเหตุของเสียงสะท้อนเชิงลบได้ลำบาก เพราะขาดรายละเอียดหรือหลักฐานเชิงประจักษ์ ในขณะที่เสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม จะมีลักษณะเป็นข้อความที่ยาวขึ้นหรือมีความชัดเจนมากกว่าเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม โดยมักจะมีรายละเอียดของข้อบกพร่องของการบริการ มีการบรรยาย พรรณนา หรือระบุปัจจัยหรือสาเหตุของข้อบกพร่องได้ชัดเจน มากกว่าเสียงสะท้อนเชิงนามธรรม ทั้งนี้ ผลงานวิจัยดังกล่าวคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ ชงศ์สุตา โตท่าโรง และอัศวิน แสงพิกุล (2566, หน้า 1-15) ที่

ต้องการชี้ให้ผู้ประกอบการโรงแรมเข้าใจและเห็นถึงลักษณะของเสียงสะท้อนจากลูกค้าทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรม เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ประการแรก ผู้บริหารของโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริหารแผนกแม่บ้าน ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบพื้นฐานของห้องพักแขก เช่น การเน้นย้ำเรื่องการทำความสะอาดห้องพักให้ได้ตามมาตรฐานของโรงแรม การตรวจทานสภาพห้องและความพร้อมของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักก่อนแขกเข้าพักทุกครั้ง และการให้บริการที่ได้มาตรฐานของพนักงานทำความสะอาดห้องพัก รวมทั้งการตรวจงานของหัวหน้างานตามระบบของแผนกแม่บ้าน เป็นต้น เนื่องจากห้องพักได้รับเสียงสะท้อนเชิงลบหรือมีข้อบกพร่องมากที่สุด และเป็นส่วนบริการที่แขกพำนักอยู่ในห้องพักยาวนานกว่าส่วนบริการอื่น ๆ ของโรงแรม

2. ประการที่สอง ผู้บริหารโรงแรมควรจัดฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงเรื่องความคาดหวังและมิติคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพ รวดเร็ว และได้มาตรฐานของโรงแรม เช่น ความน่าเชื่อถือของพนักงาน (Reliability) การสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าหรือความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นต้น เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่า แต่ละแผนกของโรงแรมอาจมีข้อบกพร่องหรือเสียงสะท้อนเชิงลบที่แตกต่างกันออกไปในแง่ของมิติคุณภาพการบริการ เช่น ห้องพักรวมส่วนใหญ่มีข้อบกพร่องในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมากที่สุด ในขณะที่แผนกต้อนรับมีข้อบกพร่องในด้านการตอบสนองลูกค้ามากที่สุด ซึ่งเกิดจากความคาดหวังของลูกค้าและลักษณะการให้บริการของแต่ละแผนกของโรงแรมที่อาจไม่เหมือนกัน ตามที่กล่าวไป

3. ประการที่สาม ผลการวิจัยได้แยกแยะความแตกต่างระหว่างเสียงสะท้อนเชิงลบ ในลักษณะนามธรรมกับเชิงรูปธรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงลักษณะของเสียงสะท้อนเชิงลบทั้ง 2 ลักษณะนี้ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารโรงแรมสามารถจัดลำดับความสำคัญของข้อบกพร่องต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว เช่น ข้อบกพร่องที่มาจากเสียงสะท้อนเชิงรูปธรรม (Objective feedback) ควรรีบแก้ไขปรับปรุงการบริการในลำดับต้น ๆ เพราะส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อลดข้อบกพร่องของการให้บริการ รวมทั้งควรตรวจสอบข้อบกพร่องหรือเสียงสะท้อนเชิงลบในประเด็นอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรมสีเขียว และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะข้อบกพร่องของโรงแรมสีเขียว งานวิจัยในครั้งต่อไปอาจพิจารณาศึกษาโรงแรมประเภทอื่น ๆ ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อชี้แนะให้แก่ภาคธุรกิจในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม. (2566). *โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://greenhotelthai.com/th/> [2566, 1 ธันวาคม].
- ชงค์สุตา โตท่าโรง และอัศวิน แสงพิกุล. (2566). การพัฒนาการให้บริการของธุรกิจรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: แนวทางจากเสียงสะท้อนของลูกค้า. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 5(3), หน้า 1-15.
- ปิยะดา วชิระวงศ์กร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน. (2558). การประเมินการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการประเภทโรงแรม ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 11(1), หน้า 98-113.
- ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์งานวิจัยและคำวิจารณ์ของลูกค้าในธุรกิจเชิงสุขภาพประเภทเดย์สปา. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(3), หน้า 75-87.
- โสภา ชินเวชกิจวานิชย์, วรพรรณ ประชาเกษม และอาภาพร รุจิระเศรษฐ. (2561). โรงแรมสีเขียว: การริเริ่มของภาครัฐเพื่อโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิศวกรรมสิ่งแวดล้อมไทย*, 32(2), หน้า 61-70.
- Khoo-Lattimore, C., & Yunus, M. (2016). Can budget hotels provide quality service? An analysis of e-complaints on low-cost accommodation in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Research*, Special issue, pp. 78-93.
- Memarzadeh, F. & Chang, H. J. (2015). Online consumer complaints about Southeast Asian luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(1), pp. 76-98.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.
- Sangpikul, A. (2022). Understanding resort service quality through customer omplaints. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 33(1), pp. 143-156.