

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บุญसान พระทีก

มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ บุญसान พระทีก มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน
กรุงเทพมหานคร 10220

E-mail: boonsan_09@hotmail.com

วันที่รับบทความ: 29 พฤศจิกายน 2564 วันที่แก้ไขบทความ: 11 มกราคม 2565 วันที่ตอบรับบทความ: 8 มีนาคม 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้คุณภาพการให้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล **วิธีวิจัย** เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม **ผลการวิจัย** ลูกค้าที่มาใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ ด้านความมั่นใจ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ **นัยทางด้านทฤษฎี/นโยบาย** ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ให้มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า โดยเฉพาะ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา คุณภาพการให้บริการ สถานที่พักรีสอร์ท



Guidelines for developing service quality of resort accommodations in Bangkok and vicinity area

Boonsan Tharathuek

Kirk University, 3 Ram Inthra Rd, Khwaeng Anusawari, Khet Bang Khen, Bangkok 10220

Correspondence concerning this article should be addressed to **Boonsan Tharathuek**, Kirk University, 3 Ram Inthra Rd, Khwaeng Anusawari, Khet Bang Khen, Bangkok 10220

E-mail: boonsan_09@hotmail.com

Received date: November 29, 2021 Revised date: January 11, 2022 Accepted date: March 8, 2022

Abstract

PURPOSES: To study personal factors, service quality awareness, and compare the service quality of the resort accommodations between Bangkok and its vicinity. **METHODS:** It was a survey research of the sample group of 400 customers who came to use the resort accommodations in Bangkok and its vicinity. The instrument used in this research was a questionnaire. **RESULTS:** Most customers who came to use the resort accommodations were the people in Bangkok and its suburbs, the majority of which being males, between the ages of 31-40 years, married, bachelor degree level, civil servants / state enterprise employees, and monthly income between 20,001-30,000 baht. Service quality of the resort accommodations was in a high level, specifically the tangible aspect, reliability, trust worthiness and responsibility to customers respectively. **THEORETICAL/POLICY IMPLICATIONS:** The research results could be applied as guidelines for improving quality of services of resorts, especially reliability, trust worthiness and responsibility to customers respectively.

Keywords: Development guidelines, service quality, resort accommodations

บทนำ

สถานที่พักรีสอร์ทเป็นธุรกิจที่มีผลมาจากการขยายตัวด้านคมนาคมและการท่องเที่ยว และการขยายเศรษฐกิจ ส่งผลให้นักลงทุนทำธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ทกันมากขึ้น ในปัจจุบันธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ท ได้มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย มีลักษณะวัฒนธรรมที่โดดเด่นสวยงามและน่าสนใจ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ที่ช่วยให้เกิดอาชีพการงาน หลายแขนงและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ทมีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก เพราะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (Cheawang, 2560)

ความสำเร็จของธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ทขึ้นอยู่กับคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการ การดำเนินงานของสถานที่พักรีสอร์ทที่ต้องจัดให้มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด พร้อมให้บริการได้อย่างรวดเร็ว การบริการที่ตรงกับความต้องการคือสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง สถานที่พักรีสอร์ทหลายแห่งจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมากมายเพื่อคอยให้บริการกับผู้ที่เข้าใช้บริการ นอกเหนือจากห้องพักจะสร้างความแตกต่างจากที่พักทั่วไปแล้ว ยังมีขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันไปตามความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยการให้บริการเสริมต่าง ๆ ไม่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากสถานที่พักรีสอร์ท แต่ละแห่งสามารถจัดหาบริการต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารสถานที่พักรีสอร์ท จึงต่างพยายามที่จะคิดค้นกลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด โดยเฉพาะกลยุทธ์เพื่อการสร้างความแตกต่างด้านการตกแต่ง สไตล์ของสถานที่

พักรีสอร์ท ด้านการให้บริการ เช่น บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การลงทะเบียนเข้าพัก สิทธิพิเศษต่าง ๆ แก่ลูกค้าสมาชิก หรือโปรโมชั่น เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสถานที่พักรีสอร์ท (Engel et al., 1993) พร้อมทั้งเป็นการปรับปรุงการให้บริการของ สถานที่พักรีสอร์ทที่ได้มาตรฐานระดับสากลการทำธุรกิจเพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคง ดังนั้นธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ทจะต้องใช้ความสามารถและคุณภาพการให้บริการที่ดีของคนในองค์กรตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างคุณภาพการบริการที่ดีขององค์กร ถือว่า สถานที่พักรีสอร์ทนั้นมีประสิทธิภาพทางด้านบริการที่มีเหนือกว่าคู่แข่ง การบริการที่ดีและมีการทำงานที่รวดเร็วให้ผู้ใช้บริการประทับใจ ต้องใช้ความสามารถของบุคลากรทุกคนในองค์กร ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบการแข่งขัน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีทำให้ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายแลกกับการบริการที่ดี เมื่อเกิดความจงรักภักดีก็จะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาให้ลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาใช้บริการด้วยการบอกต่ออีกด้วย (Kotler, 1997)

การบริการของสถานที่พักรีสอร์ทให้ตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง เพื่อให้ได้คุณภาพบริการที่ดีและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของสถานที่พักรีสอร์ท แต่ในหลายปัจจัยของลูกค้า ในแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน จำเป็นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการว่าลูกค้ามีการกระทำการต่อการใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท อย่างไร ตัดสินใจอย่างไร และศึกษาความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ระดับคุณภาพการบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากสถานที่พักรีสอร์ทแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้าน

ที่ตั้ง ด้านรูปแบบ และกลยุทธ์ จึงต้องทำความเข้าใจกับสถานที่พักรีสอร์ทว่าลูกค้าที่ใช้บริการมีพฤติกรรมและความต้องการอย่างไร เพื่อให้ได้เป้าหมายและรูปแบบในการพัฒนาคุณภาพตามความเหมาะสมของสถานที่พักรีสอร์ท (Na Ayuthaya, 2015)

ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพการบริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์พัฒนาปรับปรุง และเชื่อมั่นว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งต่อสถานที่พักรีสอร์ท ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และเป็นการพัฒนาศักยภาพ การให้บริการของพนักงานบุคลากรเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันในธุรกิจสถานที่พักรีสอร์ทสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการและเกิดความจงรักภักดีต่อสถานที่พักรีสอร์ท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลต่างก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ทแตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้ต่อเดือน



ตัวแปรตาม

คุณภาพการให้บริการ

1. ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ
2. ด้านความมั่นใจ
3. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้
4. ด้านความใส่ใจ
5. ด้านการตอบสนองลูกค้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรของการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร

ตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 400 ราย เลือกโดยวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของผู้ให้ข้อมูลที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sampling size) โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

กำหนดค่า $P = 0.5$ ความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง 0.05 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 384.16 หรือ 384 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างในการเก็บเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

การรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งจัดทำและทดสอบความแม่นยำ (Validity)

และความเชื่อมั่นได้ (Reliability) ด้วยวิธีการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Experts' judgement of content) และทดสอบ-ทดสอบซ้ำ (Test-Retest) ตามลำดับ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1 ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ	4.13	.429	สูง
2 ด้านความมั่นใจ	4.33	.320	สูง
3 ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	4.51	.533	สูงที่สุด
4 ด้านความใส่ใจ	4.37	.574	สูง
5 ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.97	.522	สูง
รวม	4.26	.262	สูง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่าคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านสิ่งที่สามารถ

จับต้องได้อยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.51$) รองลงมา ด้านความใส่ใจ อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.37$) ด้านความมั่นใจอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.33$) ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถืออยู่ใน

ระดับสูง ($\bar{x} = 4.13$) ด้านการตอบสนองลูกค้า
อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 3.97$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ
สถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล จำแนกตามเพศ

คุณภาพการให้บริการ	ชาย		หญิง		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ	4.10	.439	4.17	.406	-1.578	304.538	.116
2. ด้านความมั่นใจ	4.31	.338	4.36	.281	-1.539	331.779	.125
3. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	4.47	.549	4.58	.495	-2.036	311.173	.043
4. ด้านความใส่ใจ	4.31	.605	4.46	.499	-2.663	333.797	.008
5. ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.99	.511	3.94	.540	.926	271.612	.355
รวม	4.24	.288	4.30	.200	-2.654	373.031	.008

จากตารางที่ 2 การรับรู้คุณภาพการ
ให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกันระหว่าง

เพศชายกับเพศหญิงโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าเพศ
หญิงเห็นว่า ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และ
ภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือระหว่างสถานภาพ
สมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	F	P
โสด	4.176	3.966	.020
สมรส	4.115		
หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่	3.953		

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้
คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$)

ระหว่างสถานภาพสมรสของผู้รับบริการด้าน
ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3 ผู้ที่เป็น
โสดมีการรับรู้คุณภาพสูงกว่าสถานภาพหย่า /
หม้าย / แยกกันอยู่ โดยเฉพาะด้านความ
ไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และผู้ที่เป็น

สถานภาพสมรสมีการรับรู้คุณภาพสูงกว่า
สถานภาพหย่า / หม้าย / แยกกันอยู่ โดยเฉพาะ
ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือของการ
ให้บริการ

ตารางที่ 4 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านความใส่ใจระหว่างสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	F	P
โสด	4.524	3.057	.048
สมรส	4.501		
หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่	4.507		

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4 การรับรู้
คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$)
ระหว่างสถานภาพสมรสของผู้ให้บริการด้าน
ความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4 โดยมีผู้ที่
สถานภาพสมรสเป็นโสดมีการรับรู้คุณภาพสูงกว่า
สถานภาพอื่น ๆ

ตารางที่ 5 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านการตอบสนองลูกค้าระหว่างระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	F	P
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.996	3.381	.018
ปริญญาตรี	3.979		
ปริญญาโท	4.040		
สูงกว่าปริญญาโท	3.444		

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 การรับรู้
คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$)
ระหว่างระดับการศึกษาของผู้รับบริการด้านการ
ตอบสนองลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 มีผู้ที่มี
ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีการรับรู้คุณภาพสูง
กว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ ในด้านให้บริการ
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ตารางที่ 6 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านความมั่นใจระหว่างอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	F	P
นักเรียน/นักศึกษา	4.430	2.431	.047
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.349		
พนักงานบริษัทเอกชน	4.343		
ธุรกิจส่วนตัว	4.272		
รับจ้างทั่วไป	4.352		

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 6 การรับรู้คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) ระหว่างอาชีพของผู้รับบริการด้านความมั่นใจ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 6 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีการรับรู้คุณภาพสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความมั่นใจในการให้บริการ

ตารางที่ 7 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านความใส่ใจระหว่างอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	F	P
นักเรียน/นักศึกษา	4.154	3.833	.005
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.436		
พนักงานบริษัทเอกชน	4.246		
ธุรกิจส่วนตัว	4.456		
รับจ้างทั่วไป	4.411		

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 7 การรับรู้คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) ระหว่างอาชีพของผู้รับบริการด้านความใส่ใจ

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 7 ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการรับรู้คุณภาพสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความใส่ใจในการให้บริการ

ตารางที่ 8 ความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพด้านการตอบสนองลูกค้าระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	F	P
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.013	2.944	.013
10,001-20,000 บาท	4.100		
20,001-30,000 บาท	3.837		
30,001-40,000 บาท	4.074		
40,001-50,000 บาท	3.926		
มากกว่า 50,001 บาท	3.954		

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 8 การรับรู้คุณภาพแตกต่างกัน มีนัยสำคัญ ($P < 0.05$)

ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้รับบริการด้านการตอบสนองลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 8 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการรับรู้

คุณภาพสูงกว่า กลุ่มอื่น ๆ ในด้านความใส่ใจในการให้บริการต่อลูกค้า

ตารางที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการรับรู้คุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คุณภาพการให้บริการ	เพศ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ		✓			
2. ด้านความมั่นใจ				✓	
3. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	✓	✓			
4. ด้านความใส่ใจ				✓	
5. ด้านการตอบสนองลูกค้า			✓		✓

ข้อมูลในตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้ามาใช้บริการสถานที่พักรีสอร์ทมีการรับรู้คุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) โดยเฉพาะ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองลูกค้า

สรุปผลการวิจัย

1. ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ในการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท ภาพรวมอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ ระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ สถานที่พักรีสอร์ทมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ การบริการมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ พนักงานในการบริการและการช่วยเหลือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นกยูงทอง (2560)

2. ด้านความมั่นใจ ต่อการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท อยู่ในระดับสูง กล่าวคือ พนักงานสื่อสารได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ทาง

สถานที่พักรีสอร์ท ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว สถานที่พักรีสอร์ท มีความมั่นคงและความปลอดภัย พนักงานมีทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญต่อการให้บริการ

3. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ของบริการของสถานที่พักรีสอร์ท ภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด คือ พนักงานเพียงพอในการให้บริการและมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่รองลงมา สถานที่พักรีสอร์ท มีบริการทำความสะอาดห้องพักทุกวัน ที่นั่งรอมีความเป็นสัดส่วนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นกยูงทอง (2560)

4. ด้านความใส่ใจ ในการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ท คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า รองลงมา พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้าได้ แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงการดูแลและห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานใส่ใจในความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นกยูงทอง (2560)

5. ด้านการตอบสนองลูกค้าต่อความต้องการของลูกค้าของสถานที่พักรีสอร์ท คือลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็วอยู่เสมอ ร่องลงมา ลูกค้าได้รับการบริการตรงตามความต้องการอยู่เสมอ พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้ามีปัญหา ระหว่างการใช้บริการ พนักงานสามารถช่วยเหลือลูกค้าได้เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แซ่ว่าง (2560)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ควรพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจพนักงานในการบริการและการช่วยเหลือ
2. ด้านความมั่นใจ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานที่พักรีสอร์ท ควร

ปรับปรุงและพัฒนาเกี่ยวกับทักษะ ความรู้ และเชี่ยวชาญต่อการให้บริการ

3. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ การพัฒนาคุณภาพ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องให้ครบครัน

4. ด้านความใส่ใจ ควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการใส่ใจของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

5. ด้านการตอบสนองลูกค้า ควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้พนักงานสามารถช่วยเหลือผู้รับบริการได้เสมอ

ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละสถานที่พักรีสอร์ท เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างแท้จริง

References

- Cheawang, P. (2560). *Service quality factors influencing hotel selection from 3 stars hotels in Vietiane capital lao People's Democratic Republic*. [Unpublished research report]. Nakhon Sawan Rajabhat University.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (7th ed.) The Dryden Press.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Prentice-Hall.
- Na Ayuthaya, T. N. (2015). *Marketing service: Concept and strategy*. Chulalongkorn University Press.
- Nookyoongthong, P. (2560). *Factors affecting the decision to use primetime hotel service in Chonburi province*. [Unpublished master of business administration thesis]. Burapha University.