

การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

The Effect of Perceived Service Quality towards Consumer Decision Making of 4-Star Resorts in Chonburi

ภัทรา ภัทรมโน¹ และ ดร.สุคนธ์ทิพย์ รัตนภูพันธ์²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ลูกค้าที่เข้ามาหรือเคยเข้ามาใช้บริการรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ซึ่งมีความน่าเชื่อถือของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ เท่ากับ 0.952 และปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 0.862 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี โดยปัจจัยด้านความใส่ใจลูกค้าส่งผลมากที่สุด

คำสำคัญ: การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ, การตัดสินใจเลือก, รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี

Abstract

The purpose of this research was to explore the effect of perceived service quality towards consumer decision making of 4-star resorts in Chonburi. The samples of the study were 400 people who were the customers of the 4-star resorts in Chonburi selected by using the purposive sampling method. Questionnaires were used as the data collection tool. The Cronbach's alpha coefficient of reliability of the questionnaires in service quality is 0.952 and is 0.862 in purchase decision making. The statistical data analyses were descriptive statistics using frequency and percentage and inferential statistics using multiple regression analysis. Coefficients were afterward tested under of 5% significance. The finding indicated that the factors of service quality in Assurance and Empathy affected the consumer decision making of 4-star resorts in Chonburi and the factor of Empathy had the most influence.

Keywords: Perceived service quality, Decision making, 4-star resorts in Chonburi

1. บทนำ

ในแต่ละปี ประเทศไทยรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศทั่วโลกเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2556 นั้น มีนักท่องเที่ยวนานาชาติรวมกันทั้งสิ้นเป็นจำนวน 26,735,583 คน ขยายตัวร้อยละ 19.60 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2555 นำมาซึ่งรายได้ประมาณ 1,171,651.42 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 19.08% เมื่อเทียบกับปีก่อน (กรมการท่องเที่ยว, 2557: ออนไลน์) ซึ่งหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับการตอบรับและความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวทั้งหลาย คือ จังหวัดชลบุรี เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนมากมายหลากหลาย จะสังเกตได้ว่า มีการจัดเทศกาลต่างๆสม่ำเสมอตลอดทั้งปี รวมถึงทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง ดังนั้น จังหวัดชลบุรี จึงเป็นเขตที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่นำเงินเข้าประเทศไทยแต่ละปีค่อนข้างมาก ธุรกิจที่สำคัญในการบริการแก่นักท่องเที่ยวธุรกิจหนึ่งคือ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งจังหวัดชลบุรีมีโรงแรมและรีสอร์ทตั้งอยู่เรียงรายเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละโรงแรมและรีสอร์ทจะมีระดับการบริการที่เป็นแบบฉบับของตนเอง อย่างไรก็ตาม ณ เวลานี้ได้มีการให้ความสนใจของการจัดลำดับมาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ทขึ้น เพื่อให้มีมาตรฐานเทียบเคียงกับต่างประเทศ และเป็นการบ่งบอกถึงระดับการปฏิบัติในการบริการจากโรงแรมและรีสอร์ทมอบให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการในประเทศไทยเองก็มีองค์กรที่กำหนดมาตรฐานและระดับดาวแก่โรงแรมและรีสอร์ทในประเทศไทย เช่นกัน ได้แก่ สมาคมโรงแรมไทย (THA) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) รวมถึงสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ได้ใช้สัญลักษณ์รูปดาวห้าแฉก ซึ่งร่วมกันก่อตั้ง ระบบการจัดมาตรฐานขึ้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เช่นกัน (สมาคมโรงแรมไทย, 2557: ออนไลน์)

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ช่วยส่งเสริมให้ผู้คนในท้องถิ่นได้รายได้ และถือว่าเป็นการช่วยเศรษฐกิจของไทยทางหนึ่ง โดยจังหวัดที่โด่งดังได้รับการชื่นชมจากนักท่องเที่ยว มักจะมีโรงแรมและรีสอร์ทเข้าไปตั้งอยู่มากมายเป็นที่แน่นอนว่า ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ย่อมมีสภาพการแข่งขันที่สูงมาก ดังนั้นโรงแรมและรีสอร์ทต้องมีการเตรียมรับมือ หรือปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันในขณะนี้ ทั้งนี้ต้องมีการพัฒนาตนเอง และพยายามสร้างจุดเด่นที่ไม่เหมือนคนอื่นเมื่อเทียบกับศัตรูคู่แข่ง เพื่อให้อยู่รอดให้ได้ในระยะยาว รวมถึงเป็นการช่วยพัฒนาความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ เพื่อวิเคราะห์การส่งผลของการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองลูกค้า, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ คือ ผู้มาใช้ หรือลูกค้าที่เข้ามา หรือเคยเข้ามาใช้บริการรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง คือ เลือกตัวอย่างจากประชากรโดยใช้วิธี Purposive Sampling หรือ การสุ่มแบบเจาะจง ทั้งนี้ได้เก็บตัวอย่างในบริเวณพื้นที่โดยรอบรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัด

ชลบุรี และใช้จำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี
 ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ มีส่วนประกอบ ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าด้านความใส่ใจลูกค้า

4. เครื่องมือวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยแบบสอบถาม 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ทระดับ 4 ดาว (3) ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ของการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ทระดับ 4 ดาว, และการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ใช้คะแนนค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประเมินระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์ของ (Best, 1977) วิเคราะห์การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองลูกค้า, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถสรุปผลการศึกษาของการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.00 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 33.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 57.30 และมีรายได้ระดับ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 25.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ทระดับ 4 ดาว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ในภาพรวม เมื่อพิจารณาปัจจัยการรับรู้คุณภาพในการให้บริการในภาพรวมในแต่ละด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการรับรู้คุณภาพมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และการรับรู้คุณภาพในระดับน้อยที่สุด คือด้านความใส่ใจลูกค้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว จังหวัดชลบุรี โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทเป็นรายข้อ ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการตัดสินใจมากที่สุดในเรื่อง มีการพิจารณาในเรื่องความปลอดภัยในการเข้าพักก่อนการตัดสินใจเข้าพักรีสอร์ท รองลงมาคือเรื่องมีการพิจารณาในเรื่องบรรยากาศ และการตกแต่งของรีสอร์ท ตามด้วยมีการพิจารณาในเรื่องความสะดวกของรีสอร์ท มีการค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของรีสอร์ท เว็บไซต์อื่นๆ บล็อกเกอร์ และมีการพิจารณาในเรื่องราคา ก่อนตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ท ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (การส่งผล)ระหว่างการรับรู้คุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้าน กับการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	T	Sig
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	0.094	0.108	1.585	0.114
ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.011	0.014	0.185	0.853
ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)	0.052	0.063	0.787	0.432
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.128	0.172	2.419	0.016*
ด้านความใส่ใจลูกค้า (Empathy)	0.197	0.242	3.643	0.000*

Adjusted $R^2 = 0.266$, $F = 29.948$, $*p < 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการรับรู้คุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 0.266 มีค่า $F = 29.948$ และค่า $Sig. = 0.000$ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Beta = 0.172) และด้านความใส่ใจลูกค้า (Beta = 0.242) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี

6. การอภิปรายผล

ผลการศึกษาที่สรุปว่าการรับรู้คุณภาพในการให้บริการในด้านความใส่ใจลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเรื่อง คุณภาพการให้บริการ ของ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิ

วุฒิ ตั้งจิตการุญ (2554) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการในด้านความใส่ใจลูกค้าที่เข้ามาหรือเคยเข้ามาใช้บริการรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรีนั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี

7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ควรใส่ใจลูกค้าเริ่มตั้งแต่การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานต้อนรับ ทั้งการยิ้มแย้ม และทักทายลูกค้าด้วยความเป็นมิตร ดังนั้นธุรกิจรีสอร์ทต้องให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมจัดหาความรู้เพิ่มเติม เพิ่มทักษะต่างๆ แก่พนักงานต้อนรับให้มีใจให้บริการอยู่เสมอ

ธุรกิจรีสอร์ทต้องให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผ่านการมีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพบริเวณภายในรีสอร์ท 24 ชั่วโมง และเครื่องมือหรืออุปกรณ์อย่างมีมาตรฐานเพื่อการรักษาความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็น คีย์การ์ด ตู้นิรภัย เครื่องตรวจจับควันไฟ สปริงเกอร์ดับเพลิง แผนผังทางหนีไฟ และถังดับเพลิง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการเข้าพัก นอกจากนี้หากเกิดเหตุฉุกเฉินใดๆกับลูกค้า รีสอร์ทต้องมีโทรศัพท์เตรียมพร้อมให้ลูกค้าโทรศัพท์ติดต่อไม่ว่าจะมีเรื่องใดๆได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงกรณีที่ทางรีสอร์ทให้บริการผิดพลาดรีสอร์ท ต้องพร้อมรับผิดชอบ

8. เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. 2557. “สถิตินักท่องเที่ยว” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.tourism.go.th/home/listcategory/11/217> (15 กรกฎาคม 2557)

สมาคมโรงแรมไทย. 2557. “Hotel Rating” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://thaihotels.org/> (15 กรกฎาคม 2557).

อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ. (2554). เรื่องคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Best, John W. (1977). *Research in Education*. (3rd edition). New Jersey: Prentice Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(12-40).

Yamane, T. (1976). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.