

คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวใน  
เขตจังหวัดภูเก็ต

SERVICE QUALITY THAT INFLUENCES CUSTOMER LOYALTY OF 4 STAR  
HOTELS IN PHUKET PROVINCE

นางสาว จูติพร พินเยี่ยม<sup>1</sup>

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต 2. เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ คือ ANOVA และ Multiple regression analysis

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,001- 30,000บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าไม่แตกต่างกัน ส่วนคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ :คุณภาพการบริการ, โรงแรมระดับ 4ดาว, ความจงรักภักดี

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Master student, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University; Email: 6424103003@rumail.ru.ac.th

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถทำเงินเข้าประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศจะยังไม่กระเตื้องขึ้นแต่รัฐบาลยังมีการรณรงค์ บวกกระแสนิยมที่กระตุ้นให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เพราะเหตุนี้เอง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศจึงยังเป็นธุรกิจที่เป็นรายได้หลักทำเงินเข้าประเทศ ได้ แต่อย่างไรก็ตามทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน รวมทั้งภาคประชาชน ควรหัน มาให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้ สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นสถานที่ที่สวยงามเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและ ต่างประเทศ ได้เข้ามาเยี่ยมชมกันและอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องหันมาให้ความสนใจและให้ ความสำคัญเป็นอย่างมากก็คือ การเข้ามาของนายทุนเนื่องจากเห็นประโยชน์และช่องทาง สร้างรายได้ที่เกิดขึ้น ในระยะหลังจึงจะเห็นได้ว่ามีนายทุนต่างชาติเข้ามากว้านซื้อที่ดินเพื่อ ลงทุนในอุตสาหกรรมนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งภาครัฐบาลคงต้องหันมาตรวจสอบ และให้ ความสำคัญกับประเด็นนี้ทั้งในด้านการตรวจสอบทั้งทางตรงและทางอ้อม ในด้านกฎหมาย ไม่เช่นนั้นแล้วสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในประเทศไทยอาจจะตกเป็นของนายทุนต่างชาติ ไปเสียหมด ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดายมากและอีกอย่างที่ต้องเฝ้าระวังก็คือ ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนรวมทั้งประชาชนเองควร ตระหนัก และให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตร เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และสร้างชื่อเสียง ให้กับประเทศ เพื่อให้ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้า ประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562,) ธุรกิจโรงแรม ไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ภาพรวมการแข่งขันของผู้ประกอบการยังคงเป็นไปอย่าง รุนแรงทั้งการแข่งขันในเช็กเมนต์โรงแรมระดับสามดาวลงมา เพื่อแย่งชิงฐานนักท่องเที่ยว ระดับกลางที่มีจำนวนมากรวมถึงการแข่งขันในเช็กเมนต์โรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไปที่มี เริ่มมี จำนวนผู้เล่นมากขึ้นจากการลงทุนก่อสร้างโรงแรมของกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ บรรเทาความเสี่ยง ด้วยการมุ่งเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการบริหารโรงแรมมากขึ้นในปี 2561 ธุรกิจโรงแรมน่าจะยังได้รับอานิสงส์จากภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวศูนย์วิจัยกสิกร ไทย คาดว่ามูลค่าตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2561 น่าจะอยู่ที่ 600,000-615,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.5-7.1 จากในปี 2560 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 574,000 ล้านบาท มาตรการภาษี

ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 55 จังหวัดเมืองรอง แนวโน้มการท่องเที่ยวด้วยตนเองรวมถึงความนิยมการท่องเที่ยวทางเลือก สะท้อนโอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการนำเสนอห้องพักและทำการตลาด ในขณะที่ผู้ประกอบการยังคงแข่งขันอย่างรุนแรงซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมและห้องพักทางเลือกในการใช้บริการที่พักระเภทอื่นๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแข่งขันกันจัดโปรโมชั่นกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กในปี 2561 ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการรายได้และต้นทุนทั้งในช่วง High Season และ Low Season การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการกระตุ้นการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมเพื่อลดการพึ่งพาการขายห้องพักผ่านตัวกลางที่ให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย , 2562)

ทั้งนี้หัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมก็คือการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาจากหลากหลายแห่งทั่วโลก ต่างมีความคาดหวังจากโรงแรมไม่ต่างกันคือความสะดวกสบาย การต้อนรับที่อบอุ่น และการบริการที่ตรงกับความต้องการ โรงแรมหลายแห่งจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมากมายเพื่อคอยให้บริการกับแขกผู้มาเยือน ซึ่งนอกเหนือจากห้องพัก ทั้งนี้บริการทั้งหลายเหล่านั้นจะสร้างความแตกต่างให้แก่ที่พักทั่วไปแล้ว ยังมีขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของแขกที่แตกต่างกันออกไปตามความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่มอีกด้วย หากแต่ว่าการให้บริการเสริมต่างๆไม่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนได้เนื่องจากโรงแรมแต่ละแห่งสามารถจัดหาบริการต่างๆได้อย่างครบถ้วน ไม่แตกต่างกันดังนั้นผู้บริหารโรงแรมจึงต่างพยายามที่จะคิดค้นกลยุทธ์ทางการตลาดออกมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด (ศุภกฤต ชินอิสระยศ และ กมลเกียรติ เรืองกมลลา, 2560, หน้า 1-11)

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงเน้นการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความประทับใจในการใช้บริการ คุณภาพบริการจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวในการให้บริการเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันเนื่องจากนักท่องเที่ยวและพนักงานให้ความสำคัญกับมาตรการป้องกันและการฆ่าเชื้อโรคของโรงแรมมากขึ้นถือเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการจะสร้างความเชื่อมั่นให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าที่ใช้บริการ เพื่อเป็นการรับมือกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นกะทันหันของลูกค้าสามารถวางแผนล่วงหน้าในการจัดตารางการทำงานของพนักงาน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการด้วย

นอกจากนี้โรงแรมควรใช้ช่องทางออนไลน์ของตนเองในการสื่อสารเพื่อให้เข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริพงษ์ รักใหม่, 2563, หน้า 345-354)

ภูเก็ตได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกอันดามัน เมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงรู้จักกันทั่วโลกภูเก็ตเป็นเกาะขนาดใหญ่อันดับหนึ่งของประเทศ มีพื้นที่ประมาณ 543 ตร.กม. ตั้งอยู่ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลอันดามันของมหาสมุทรอินเดีย เกาะภูเก็ตมีลักษณะว่าเป็นอ่าวไปทั่วเกาะซึ่งทำให้เกิดชายหาดที่สวยงามมากมาย ชายหาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยู่งกันดีได้แก่หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน หาดกมลา และหาดในทอน เกาะนี้โอบล้อมด้วยน้ำทะเลสีเขียวมรกตและมีหาดทรายขาวเนียนเหมาะแก่การพักผ่อน รวมทั้งยังเอื้อต่อการทำกิจกรรมสนุกในทะเลและริมทะเลอีกด้วยนอกจากนี้ ภูเก็ตยังจัดว่าเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่มีความสวยงามของบ้านเรือนเก่าแก่และสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีสและที่นี่ยังเต็มเปี่ยมด้วยเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สั่งสมหล่อหลอมอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนบ่งบอกถึงความรุ่งเรืองอันยาวนานนับแต่ยุคต้นคริสตศตวรรษ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

คุณภาพของการบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ายังส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการโรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีโดยต้องหาสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเช่น ในเรื่องของการจัดโปรโมชั่นที่พัก บรรยากาศของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถเป็นต้น อีกทั้งความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยที่ผู้ให้บริการสามารถเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีการให้ข้อมูลในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการ และทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง การที่อุตสาหกรรมการให้บริการจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย สำหรับผู้ประกอบการที่พักโรงแรมที่จะวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำอีกครั้งการเกิดความภักดีของผู้รับบริการ จึงเป็นกลยุทธ์และการบริหารโดยการนำพฤติกรรมต่างๆของผู้รับบริการมาพิจารณาได้แก่ พฤติกรรมการบอกต่อ ความตั้งใจเข้าใช้บริการและความไม่อ่อนไหวต่อราคาช่วงเวลาของผู้บริโภคเลือกรับบริการที่เปลี่ยนแปลง (พิมพ์ใจ ลีมวัฒนาและคณะ, 2563, หน้า 85-99)

จากเหตุผลที่กล่าวมาประกอบกับผู้วิจัยเป็นพนักงานของโรงแรมระดับ 4ดาวในจังหวัดภูเก็ต จึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์และนำไปพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดภูเก็ตให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพล ต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต

### สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน
2. คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรม ระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต ของวิจัยดังนี้

1. ด้านเนื้อหาศึกษาผู้วิจัยทำการกำหนดตัวแปรในการศึกษาไว้ด้วยกันดังนี้คือ

1.1 ตัวแปรต้นประกอบด้วย

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- คุณภาพการบริการ ได้แก่

1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

2.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

3.การตอบสนองความต้องการลูกค้า

4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

1.2 ตัวแปรตามคือความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ตได้แก่

1. ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ

2. ด้านความตั้งใจเข้าใช้บริการ

3. ด้านความไม่อ่อนไหวต่อราคา

## 2. ด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี 2565 จำนวน 19,418 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต, 2565)

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 392 คน

3. ด้านระยะเวลาในการดำเนินวิจัยระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2566 ถึงเดือนตุลาคม 2566

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรม ระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคล ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) แนวคิดคุณภาพบริการของParasuraman, Zeithaml and Berry (1990) และแนวคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าของ ศิมาภรณ์ สิทธิชัยและสิญาธร ขุนอ่อน (2558) โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1

### ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560)

#### คุณภาพการบริการ

- 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
- 3.การตอบสนองความต้องการลูกค้า
- 4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
- 5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990)

### ตัวแปรตาม (Dependent variables)

#### ความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต

1. ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ
2. ด้านความตั้งใจเข้าใช้บริการ
3. ด้านความไม่อ่อนไหวต่อราคา

ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญาธร ขุนอ่อน (2558)



## แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,2560)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry ,1990)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค (ตีมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญญา ชุมนอ่อน ,2558)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (กิตติยา ขวัญใจ, 2560).

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2565 จำนวน 19,418 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 5% เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 392 คน แต่ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเป็นจำนวน 400 คน เพื่อความน่าเชื่อถือและความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานที่เดินทางมาพักโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ตจนครบตามจำนวน 400 คน

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดโดยแบ่งโครงคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการบริการโดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือมากที่สุดมากเห็นด้วยปานกลางน้อยและน้อยที่สุด ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความจงรักภักดีของลูกค้าของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ตโดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือมากที่สุดมากเห็นด้วยปานกลางน้อยและน้อยที่สุดดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด เท่ากับ 5 และ ระดับความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด เท่ากับ 1

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยใช้การคำนวณค่าสถิติพื้นฐานของคะแนน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) และ การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ทาค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่มซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นคุณภาพการบริการมากกว่า 1 ตัวและตัวแปรตามความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 400 ชุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแล้วการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอเป็น 4 ส่วน

#### การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 282 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.5 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุดจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,001- 30,000 บาทมากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00

#### การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $=3.85$ ,  $SD. =0.504$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $=3.89$ ) คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $=3.86$ ,  $SD. =0.654$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ห้องพักและสถานที่โดยรอบของในโรงแรม หรือที่พักความสะอาด และปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $=3.97$ ) คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $=3.89$ ,  $SD. =0.699$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ พนักงานโรงแรมมีความตั้งใจมุ่งมั่น และทุ่มเทในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $=3.98$ ) คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก



(=3.84, SD. =0.721) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ หากท่านพบปัญหาห้องพักรับรองสามารถตอบคำถามและอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ให้แก่ท่านได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (=3.98) คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก (=3.80, SD. =0.719) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ หากเกิดความผิดพลาดในการบริการทางโรงแรมพร้อมที่จะ รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (=3.86) คุณภาพการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก (=3.88, SD. =0.678) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (=3.94)

### การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (=3.75, SD. =0.690) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (=3.79) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ(=3.74) และด้านความไม่อ่อนไหวต่อราคามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (=3.71) ตามลำดับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1:** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2:** คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจด้านการตอบสนองความต้องการ ลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### อภิปรายผล

1. ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่าลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ

การบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทราวดี ดิณรัตน์ (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าคุณภาพการ ให้บริการโรงแรมโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนนท์ ขวัญทอง (2562) ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการ ให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการ ให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3. คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อ ความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณณพพร บุญธรรมมา (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพ การบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจใน การใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ของโรงแรม ขนาดกลางที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่าคุณภาพ การบริการ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตควรกำหนดนโยบายด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เพื่อให้การให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้บริการอย่างรวดเร็ว

2. ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตควรกำหนดนโยบายด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ และควรมีการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการให้มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

3. ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตควรจัดการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ ให้ลดความยุ่งยากซับซ้อน ให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า

4. ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตควรปรับปรุงสถานที่ภายในโรงแรมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน เพื่อเพียงพอต่อการมาใช้บริการของลูกค้า เช่น การจัดโซนห้องรับรองที่มีเครื่องดื่ม ทีวี และWIFI เพื่อให้ลูกค้าได้มีนั่งพักผ่อน และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ

5. ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตควรมีการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการให้มีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 4ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากต้องการให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นควรสอบถามลูกค้าโรงแรมระดับ 4ดาว ในจังหวัดอื่นๆ ด้วย อาจมีผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์หรือการ ประชุมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2566 , สืบค้น จาก [www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *เกี่ยวกับโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)*. สืบค้น จาก [https://www.thailandsha.com/about\\_us](https://www.thailandsha.com/about_us)

พิมพ์ใจ ลีมวัฒนา. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 33(2). 85-99.

ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญจธร ขุนอ่อน. (2558). การวัดความภักดีของลูกค้า สำหรับธุรกิจโรงแรม. วารสารนักบริหาร,ปีที่ 35(1), 64-74.

ศิริพงศ์ รักใหม่. (2563). การจัดการภาวะวิกฤตในธุรกิจโรงแรม (Crisis Management in Hotel Business). วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 345-354

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์.บี.ซี.เนสเพรส.

ศุภกฤต ชินอิสระยศ และกมล เกียรติเรืองกมลลา. (2560) การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของการบริการในโรงแรมโดยการท าเหมืองข้อมูล กรณีศึกษาโรงแรมห้าดาว แห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ.วารสารออนไลน์CITU, 2556(1), 1-11.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562).มูลค่าตลาดธุรกิจโรงแรม.สืบค้นจาก. [www.kasikornbank.com](http://www.kasikornbank.com) > article > Documents > Business-Trend-2019

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1990). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52(2), 35– 48.