

บทที่ 5

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่อยู่ในเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานวิจัย และสรุปผลการวิจัยโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ โดยได้ผลการทดสอบดังต่อไปนี้

5.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวตามหลัก ServQual 5 ด้าน เช่น ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจ-รับรู้ความต้องการของลูกค้า
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางต่างกัน ในด้านวัตถุประสงค์การเดินทาง การเลือกสถานที่ตั้งโรงแรม ระยะเวลาในการเข้าพัก และวิธีการจองห้องพัก เป็นต้น ในการใช้บริการโรงแรมที่พักที่อยู่ในเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาว

5.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวแตกต่างกันตามหลักทฤษฎี ServQual 5 Dimensions

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติต่างกัน

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยสังเขปมีดังต่อไปนี้

5.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมที่พักที่อยู่ในเครือของต่างชาตินั้น โดยส่วนมากเดินทางมาจากประเทศแถบอเมริกาและเอเชียเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก (ร้อยละ 52.3) เนื่องจากช่วงที่ผู้วิจัยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างในระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคมนั้นเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวพอดี เนื่องจากเป็นช่วงหน้าฝน อากาศไม่ร้อนมากเกินไป นักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวได้ดีและเมื่อท่องเที่ยวภายในกรุงเทพฯ เสร็จเรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างจังหวัดได้อีกในส่วนที่มีความเป็นธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ที่เพิ่งได้ฟื้นคืนสภาพมาจากช่วงหน้าร้อนที่ป่าไม้มักจะมีความแห้งแล้ง ดังเช่น การท่องเที่ยวน้ำตก ล่องแก่ง ล่องแพ ตลาดน้ำ เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้จึงมีสูง

ลำดับรองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการเจรจาติดต่อธุรกิจ (ร้อยละ 25.3) ซึ่งโดยปกติแล้วแต่ละบริษัทจะมีการวางแผนการเดินทางในแต่ละปีที่ชัดเจน เช่น การส่งผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบการควบคุมคุณภาพสินค้าและกระบวนการผลิตเป็นประจำทุกเดือน การอบรมนำเทคโนโลยีใหม่มาช่วยในกระบวนการปฏิบัติงาน หรือการเดินทางมาเยี่ยมพบปะลูกค้ารายใหญ่ในทุกๆ ไตรมาส เป็นต้น ถัดมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อเข้าร่วมการจัดงานประชุม-สัมมนา (ร้อยละ 11.4) ทั้งนี้การประชุม-สัมมนาไม่ได้จำกัดเฉพาะแค่การประชุมภายในบริษัท แต่ยังหมายรวมถึงงานจัดแสดงสินค้าประเภท Trade Show หรือ Exhibition ที่ผู้บริหารในหลายๆ บริษัทจำเป็นต้องบินตรงมาจากต่างประเทศเพื่อมาดูแลงานนี้เองโดยเฉพาะ หรือการจัดกลุ่มทำกิจกรรมเพื่อความคล่องตัวในการเจรจาทางธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่นมากยิ่งขึ้น เช่น การติกออล์ฟ การเลี้ยงรับประทานอาหาร หรือการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวในระยะทางสั้นๆ ที่ใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน เป็นต้น และสุดท้ายคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนการเดินทางมาน้อยที่สุดตามลำดับคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการศึกษา (ร้อยละ 6.2) โดยมีนักท่องเที่ยวบางท่านเป็นครู-อาจารย์ ในขณะที่บางท่านมาทำงานวิจัย และมาเผยแพร่ศาสนาในคราวเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เดินทางมาในฐานะนักเรียนแลกเปลี่ยน เป็นต้น (ผลการสำรวจจากการสัมภาษณ์เชิงลึก)

และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อเข้ารับบริการทางสุขภาพ (ร้อยละ 2.1) เช่นเดินทางมาเพื่อการทำศัลยกรรม หรือ การเข้ารับการรักษาด้วยวิธีแพทย์ทางเลือก เป็นต้น

สถานที่ตั้งของโรงแรมเป็นสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกันมาก เนื่องจากความไม่ชำนาญเส้นทางและการอยู่ในที่ต่างถิ่นต่างภาษา ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องเลือกพักในโรงแรมที่มีการเดินทางสะดวกสบายมากที่สุด ซึ่งนอกจากการให้ความสำคัญกับเส้นทางที่สะดวกสบายแล้วยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพิจารณาคือย่านที่ตั้งของโรงแรม โดยย่านที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกไปพักมากที่สุดคือโรงแรมที่ตั้งอยู่ในย่านจิบจ่ายใช้สอย (ร้อยละ 32.8) เนื่องจากชื่อเสียงเรียงนามของไทยด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้ามีความน่าดึงดูดและความน่าสนใจในด้านการกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยไม่แพ้ประเทศใดในโลก นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศจึงมีความสนใจอยากเดินทางมาซื้อสินค้าที่ประเทศไทยและย่อมอยากมีสิ่งของที่ระลึกและสิ่งที่แสดงเอกลักษณ์ถึงความเป็นไทยกลับไปฝากครอบครัวตนเอง

การเลือกสถานที่ตั้งลำดับรองลงมาคือย่านธุรกิจ (ร้อยละ 29.2) สอดคล้องกับข้ออภิปรายดังที่ได้กล่าวมาถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในฐานะของนักธุรกิจ การเดินทางจากที่พักจึงไม่ควรไกลจากบริษัทมากนัก เพื่อจะได้ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน ต่อมาคือย่านบันเทิง (ร้อยละ 22.7) ซึ่งย่านบันเทิงในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ และค่อนข้างใกล้เคียงกับย่านธุรกิจและย่านจิบจ่ายใช้สอย นักท่องเที่ยวบางรายจึงเกิดความสับสนทางการจัดพื้นที่บ้างเล็กน้อย ซึ่งในย่านนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อติดต่อกิจการติดต่อธุรกิจแต่ไม่เลือกที่จะพักในย่านธุรกิจโดยเลือกที่จะพักใกล้ๆ กันกับย่านสถานบันเทิงแทนหากบริษัทที่ทำงานไม่ได้ตั้งอยู่ห่างไกลกันมากนัก เมื่อเสร็จภารกิจจากการทำงานแล้วก็จะไปดื่มกินสังสรรค์ต่อ หรือเลี้ยงฉลองที่สามารถปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จลุล่วงได้ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนก็มักเลือกพักในย่านนี้เช่นกัน เพราะสถานบันเทิงที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงอยู่หลายที่ ต่อมาลำดับสุดท้ายคือย่านวัฒนธรรม (ร้อยละ 11.3) โดยส่วนมากจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งศิลปะและวัฒนธรรมของไทย ต้องการเดินทางมาเพื่อการศึกษาเรียนรู้

โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมอยู่ระหว่าง 1-3 คืน (ร้อยละ 48.4) ในเขตกรุงเทพมหานคร และวางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อยังต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของไทย โดยจังหวัดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่

และจังหวัดภูเก็ต โดยจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อเนื่องไม่เกินสองสัปดาห์ก่อนกลับประเทศตนเอง หรือไปท่องเที่ยวต่อยังประเทศใกล้เคียง ต่อมาคือนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมระหว่าง 4-7 คืน (ร้อยละ 37.8) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีการเปลี่ยนโรงแรมที่พักไปยังย่านอื่นๆ ต่อโดยยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความต้องการท่องเที่ยวให้ครบทุกจุดและสามารถสัมผัสบรรยากาศที่หลากหลายอันเป็นเสน่ห์ของกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเข้าพักมากกว่า 13 คืนขึ้นไป (ร้อยละ 7.5) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนมากเดินทางมาเพื่อกิจกรรมทางการศึกษาและบางส่วนเดินทางมาเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัวค่อนข้างนาน เฉกเช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวลำดับสุดท้ายคือนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการเข้าพักโรงแรมประมาณ 8-12 คืน (ร้อยละ 6.3)

สำหรับวิธีการจองห้องพักนั้น นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากใช้วิธีการจองห้องพักโดยผ่านทางตัวแทนเว็บไซต์มากที่สุด (ร้อยละ 30.7) เนื่องจากมีความสะดวกสบายเพราะสามารถจองในเวลาใดก็ได้ตามความต้องการตลอด 24 ชั่วโมง และยังมีราคาถูกกว่าการจองด้วยวิธีอื่นๆ แต่มีข้อเสียคือ ในขั้นตอนการจองนั้นต้องใส่หมายเลขบัตรเครดิตก่อนทุกครั้ง ซึ่งหากนักท่องเที่ยวทำการจองไปแล้วและบังเอิญมีการเปลี่ยนแปลงแผนการเดินทาง ในกรณีนี้ทางผู้จองจะไม่สามารถยกเลิกการจองห้องพักที่ทำไปเสร็จเรียบร้อยแล้วและอีกทั้งยังไม่สามารถเรียกเงินคืนได้อีกด้วย หากต้องการเรียกเงินคืน ทางผู้จองต้องไปทำการเจรจากับตัวแทนซึ่งใช้เวลานานพอสมควร ขั้นตอนการคืนเงินช้า และบางครั้งก็มีลูกเล่นทางการตลาดจนผู้ซื้อตามไม่ทัน ทำให้จองห้องพักไม่ได้ตามที่ต้องการ หรือเมื่อรวมค่าใช้จ่ายเปิดเสร็จที่แท้จริงทุกอย่างแล้วอาจมีราคาสูงเทียบเท่าราคาปกติอีกด้วย เท่ากับว่าผู้ซื้อไม่ได้รับประโยชน์ใดๆ จากการจองด้วยวิธีนี้

กรณีตัวอย่างเหล่านี้เป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น หากนักท่องเที่ยวศึกษาหาข้อมูลจากหลายๆ ด้าน อ่านรายละเอียดเงื่อนไขให้ครบ และเปรียบเทียบราคาในหลายๆ เว็บไซต์ดู ก็สามารถลดจากกลยุทธ์ทางการตลาดอันซับซ้อนนี้ได้ วิธีการจองถัดมาคือการจองผ่านสัญญาบริษัทหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 26.7) เนื่องจากบริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ มักมีเจ้าหน้าที่เดินทางมาใช้บริการที่พักรวมอยู่เป็นประจำ การทำสัญญาทางธุรกิจร่วมกันจึงทำให้บริษัทนั้นๆ ได้ราคาพิเศษจากทางโรงแรมและมีสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป ทั้งนี้แขกที่เดินทางมาพักจากหน่วยงานต่างๆ เหล่านี้จึงเปรียบเสมือนแขกสำคัญที่ทางโรงแรมต้องดูแลเป็นพิเศษ การได้รับการดูแลที่เป็นพิเศษ

เหล่านี้จึงทำให้มีหลายบริษัทสนใจติดต่อทำสัญญาและส่งแขกมาให้ทางโรงแรมดูแลเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าทางบริษัทจะมีหลายตัวเลือกและสามารถจองผ่านช่องทางอื่นๆ ที่อาจได้ราคาต่ำกว่า แต่แขกเหล่านั้นก็ยินดีจ่ายเพื่อแลกกับเอกลักษณ์ต่างๆ ที่ได้รับ

วิธีการจองลำดับต่อมาคือ การจองผ่านบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 22.6) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมาพร้อมกันเป็นหมู่คณะและท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่บริษัทจัดมาให้ หรืออาจแยกไปท่องเที่ยวเองเป็นการส่วนตัวก็ได้ แต่ต้องมีการตกลงกับทางบริษัทนำเที่ยวก่อนเสมอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเพียงแค่ต้องการอาศัยช่องทางการจองที่มีราคาถูกกว่าเท่านั้น และสำหรับการจองห้องพักโดยตรงกับทางโรงแรมนั้นเป็นวิธีการจองที่นักท่องเที่ยวใช้กันน้อยมากที่สุด (ร้อยละ 20.0) เนื่องจากเคยมีบางท่านประสบปัญหาทางระบบการจองของโรงแรมที่ขาดประสิทธิภาพ (ผลการสำรวจจากการสัมภาษณ์เชิงลึก) แม้ว่าโรงแรมนั้นจะมีชื่อเสียงโด่งดังในด้านคุณภาพการให้บริการก็ตาม นักท่องเที่ยวหลายรายเคยมีประสบการณ์จองห้องพักไปแล้วแต่กลับไม่ได้ห้องตามที่จอง ประจวบกับช่วงที่โรงแรมมีการจองห้องพักเต็มหมดแล้วจึงทำให้ต้องเดินทางมาเสียเที่ยว ซึ่งปัญหานี้เกิดจากโรงแรมขาดแคลนพนักงานและไม่มีการวางแผนที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ระบบการจองตรงนี้จะว่างเปล่าโดยที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบได้ เมื่อทำการจองเข้ามาและระบบไม่มีผู้ดำเนินการต่อ จึงทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในระบบการจองด้วยวิธีนี้ ไม่กล้าใช้บริการซ้ำอีก อีกทั้งราคาขายที่หน้าเว็บไซต์ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างสูงไม่ต่างจากการเดินทางไปจนถึงที่โรงแรมและเข้าพักในทันที นักท่องเที่ยวจึงหลีกเลี่ยงโดยใช้วิธีการจองผ่านช่องทางอื่นๆ ที่ได้ราคาถูกกว่า สำหรับนักท่องเที่ยวบางท่านที่ยังคงใช้วิธีการจองห้องพักกับทางโรงแรมโดยตรงอยู่นั้น เนื่องจากมีการเดินทางมาเป็นประจำ และชอบที่จะพักที่โรงแรมเดิมเป็นประจำจึงมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับพนักงานเป็นอย่างดี อีกทั้งตัวนักท่องเที่ยวเองป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดจากกระบวนการจองโดยโทรศัพท์ไปตรวจสอบ หรือจองกับทางแผนก Reservation โดยตรง

5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมเครือต่างชาติ

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครตามหลักทฤษฎี ServQual 5 Dimensions โดยรวมนั้น จัดว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการ

บริการในด้านความรู้-เข้าใจความต้องการของลูกค้า (Empathy Dimension) มากกว่าด้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.30) แยกเป็นรายละเอียดแสดงตามลำดับดังนี้

1. การเรียกชื่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36)
2. ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34)
3. แผนการสร้าง ความจงรักภักดีแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33)
4. การรับฟังคำตำหนิด้วยความตั้งใจ (ค่าเฉลี่ย 4.33)
5. การเห็นคุณค่าว่าลูกค้าคือแขกสำคัญของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.26)
6. การให้ความสนใจเป็นพิเศษแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)
7. โรงแรมให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคนด้วยใจ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ส่วนที่มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการลำดับรองลงมาคือด้านความกระตือรือร้นและการตอบสนอง (Responsiveness Dimension) (ค่าเฉลี่ย 4.24) นำเสนอรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. การให้บริการด้วยความเคารพ (ค่าเฉลี่ย 4.30)
2. ทักทายการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29)
3. ศักยภาพการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28)
4. ขั้นตอนการ check-in/out มีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.25)
5. สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19)
6. พนักงานมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือทันที (ค่าเฉลี่ย 4.10)

สำหรับด้านการให้ความมั่นใจนั้น (Assurance Dimension) นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกับด้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.23) นำเสนอรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. พนักงานมีความสุขทอบน้อม (ค่าเฉลี่ย 4.29)
2. ความมีมิตรไมตรีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.25)
3. ความสามารถของพนักงานในการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)
4. อุปกรณ์ดับเพลิงและป้ายทางหนีไฟที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20)
5. คุณภาพของระบบการควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ลำดับต่อมาคือความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability Dimension) นักท่องเที่ยวยังคงมีความพึงพอใจในระดับสูงอยู่เช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) นำเสนอรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. การชำระเงินมีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.23)
2. พนักงานผ่านการอบรมและมีความรู้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.21)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมมีความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11)
4. พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 4.11)
5. มีความถูกต้องในการแจ้งข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

สำหรับด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการนั้น (Tangible Dimension) นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดแต่ยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงอีกเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) นำเสนอรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. ความเรียบร้อยและมีความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17)
2. สถานที่ตั้งโรงแรมสามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.11)
3. ความดึงดูดใจในการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06)
4. ความสะอาดและสะดวกสบายภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.06)
5. ความสะดวกสบายและความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

5.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 เป็นการทดสอบเพื่อศึกษาว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมนั้นมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือข่ายต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามหลักทฤษฎี ServQual 5 Dimensions หรือไม่ โดยผลการวิเคราะห์ทดสอบได้พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือข่ายต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกัน แต่เป็นค่าที่มีความแตกต่างกันอยู่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือข่ายต่างชาติค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.195) โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้วางไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน

ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 2 เป็นการทดสอบว่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางต่างกันมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติต่างกันหรือไม่ ผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับหลักคุณภาพการให้บริการ 5 มิติ (ServQual 5 Dimensions) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่าง โดยจากการทดสอบผู้วิจัยได้พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันเพียง 2 ด้านเท่านั้น คือด้านวัตถุประสงค์การเดินทาง และด้านการเลือกสถานที่ตั้งโรงแรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.029) มักต้องการมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพสูงสุดและมีความสม่ำเสมอ อีกทั้งยังให้ความสนใจในทุกรายละเอียดของการให้บริการ เช่น วิธีการเสิร์ฟอาหาร หรือแม้แต่ความสะดวกของพนักงานเปิดประตู เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.305) ที่มักไม่ต้องการความเร่งรีบและมีความเป็นกันเองกับพนักงานผู้ให้บริการ จึงมักไม่ค่อยตั้งมาตรฐานเอาไว้สูงเกินไปนัก สำหรับคุณภาพการบริการที่ได้รับ

แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการได้รับนั้นนักท่องเที่ยวก็ยังมีความต้องการที่อยู่ในระดับมาตรฐาน เปรียบเช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางอื่นๆ เช่น มาเพื่อเข้าร่วมประชุม-สัมมนา และเพื่อการศึกษา ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.198) ที่มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากเท่าใดนัก

ส่วนด้านการเลือกสถานที่ตั้งโรงแรมแตกต่างกันมีผลให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาความแตกต่างด้านต่างๆ พบว่าโรงแรมที่ตั้งอยู่ในย่านจับจ่ายใช้สอยได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.353) เนื่องจากทำเลที่ตั้งตรงนี้ค่อนข้างมีความสะดวกสบายครบครันทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายด้านอาหารประเภทต่างๆ การเดินทาง และสินค้าที่มีความหลากหลายรวมทั้งราคาที่จูงใจนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการเดินทางแตกต่างกัน แต่มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครไม่

แตกต่างกันมีอยู่ 2 พฤติกรรม คือ นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีวิธีการจองห้องพักแตกต่างกัน

5.6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคเกี่ยวกับการให้บริการที่พักโรงแรม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการที่พักโรงแรมด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ และกระบวนการทำงานของบางโรงแรมมีความยุ่งยากทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน ส่งผลให้แขกผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาในการรอค่อนข้างนาน ทางโรงแรมควรปรับปรุงโดยการจัดสรรพนักงานให้เพียงพอกับจำนวนของลูกค้าย นอกจากนี้โรงแรมบางแห่งมีการรับลูกค้าในลักษณะกรุ๊ปทัวร์ที่เดินทางมาจากทางแถบเอเชียเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวบางท่านมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น ส่งเสียงดัง ขาดมารยาทในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อแขกท่านอื่นๆ ในทั้งด้านมลภาวะทางเสียงและความสะอาด นอกจากนี้ยังอาจทำให้ภาพลักษณ์ของโรงแรมดูด้อยลงได้ ดังนั้นทางผู้บริหารโรงแรมควรจัดการกับปัญหาโดยวิธีการการรับกรุ๊ปทัวร์คราวละหลายๆ หรือหลีกเลี่ยงช่วงเวลาการ check-in / out ไม่ให้ตรงกับช่วงเวลาปกติที่แขกทั่วไปเดินทางมาติดต่อ check-in / out เช่นกัน

โดยส่วนใหญ่แล้วโรงแรมที่บริหารโดยเครือจากต่างประเทศนั้นมักมีหลักการบริหารจัดการที่ดี มีความเป็นมาตรฐานสูงใกล้เคียงกันและมีหลักปฏิบัติที่เป็นสากลทั่วโลก นอกจากนี้โรงแรมที่อยู่ในเครือต่างชาติให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นจำนวนมาก โดยมีการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าแต่ละราย ทำให้สามารถทราบรายละเอียดและความต้องการที่แตกต่างกันของแขกแต่ละท่านได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อโรงแรมนั้นๆ จึงมักไม่ค่อยได้รับคำติเตียนจากแขกผู้ใช้บริการมากนักนอกเหนือจากเพียงไม่กี่ประเด็นข้างต้นดังที่ได้กล่าวมา

5.7 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.7.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมด้านความเป็นรูปธรรมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้ 4 จาก 5 คะแนนขึ้นไปทั้งหมด แต่มีอยู่หนึ่งปัจจัยที่

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากเช่นกัน แต่อยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับทุกด้าน คือ ด้านความสะดวกสบายและความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโรงแรมหลายแห่งมีระยะเวลาการก่อสร้างมาก่อนช้านาน จึงอาจทำให้บางพื้นที่ของโรงแรมมีความชำรุดทรุดโทรมไปบ้าง ดังนั้นเมื่อทางโรงแรมมีโครงการปรับปรุงห้องพักหรือห้องสัมมนา จึงไม่ควรลืมรายละเอียดย่อยๆ บางจุด เช่น ลานจอดรถ ป้ายชื่อโรงแรม เป็นต้น เพราะทุกๆ รายละเอียดคือปัจจัยหนึ่งของงานบริการที่มีคุณภาพ ส่วนปัจจัยด้านอื่นก็ควรให้ความสำคัญไม่แพ้กัน ทั้งความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในโรงแรม ที่อาจมีนักท่องเที่ยวพลอทั้งเศษกระดาษ หรือขี้หนูหรือหล่นตามพื้น พนักงานทุกฝ่ายไม่จำกัดเฉพาะแม่บ้านหากพบเห็นควรรีบดำเนินการให้เรียบร้อยโดยเร็ว

2. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งทางโรงแรมควรรักษาระดับมาตรฐานให้คงที่อยู่เสมอ เนื่องจากความน่าเชื่อถือไว้วางใจคือสิ่งสำคัญของงานบริการ ภาพลักษณ์ที่ดีย่อมส่งผลถึงความน่าเชื่อถือที่ดี และสามารถสร้างชื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความจงรักภักดีต่อตัวโรงแรมได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกัน การบริการที่ซื่อสัตย์และการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมากับผู้เข้ารับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว

3. ในส่วนของความกระตือรือร้นและการตอบสนองนั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการให้ผลอยู่ในระดับมาก แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวบางท่านได้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกล่าวว่า พนักงานโรงแรมผู้ให้บริการหลายรายอ่อนในด้านการใช้ภาษา ขาดทักษะและความเชี่ยวชาญพอจะมาปฏิบัติงานให้บริการในส่วนหน้าได้ แต่เนื่องจากการมีความพยายามในการสื่อสารและการมีอัธยาศัยที่ดีตามลักษณะบุคลิกของคนไทย จึงทำให้นักท่องเที่ยวลดบรรยากาศความตึงเครียดลงไปได้ และสามารถแก้ไขสถานการณ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

เหตุการณ์นี้แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจ แต่ทางโรงแรมไม่ควรปล่อยให้มีเหตุการณ์ลักษณะนี้เกิดขึ้นอีก ซึ่งอาจส่งผลต่อไปได้ในระยะยาว หากนักท่องเที่ยวมีการบอกต่อด้วยช่องทางการสื่อสารที่มากมาย ทางโรงแรมควรแสดงความเป็นมืออาชีพ สร้างสรรค์งานบริการที่เป็นเลิศด้วยการคัดกรองพนักงานที่มีคุณภาพ จัดอบรมเป็นประจำทุกวันเพื่อฝึกฝนความเชี่ยวชาญต่อการปฏิบัติงานจริง นอกจากนี้ควรสร้างแรงจูงใจให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานให้ดีขึ้นได้

4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับอีกหลายๆ ปัจจัยดังที่ได้กล่าวมา แต่ผู้วิจัยสังเกตเห็นได้ว่ามีปัจจัยอยู่ตัวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมีความมั่นใจเท่าใดนัก นั่นคือคุณภาพของระบบการควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้า นั่นอาจเป็นเพราะที่ประเทศไทยเคยมีข่าวเหตุการณ์เพลิงไหม้ร้ายแรงอยู่หลายครั้ง ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุมาจากไฟฟ้าลัดวงจร หรือจากสาเหตุอื่นก็ตาม โรงแรมหลายแห่งในเมืองไทยมีการก่อสร้างมานาน โครงสร้างอาคารยังเป็นแบบเก่าและระบบการรักษาความปลอดภัยไม่สามารถทราบได้ว่าจะมีการปรับปรุงให้ทันสมัยแล้วหรือไม่ อีกทั้งการจราจรที่ติดขัดและความหนาแน่นของตึกรามบ้านช่องในกรุงเทพนั้นส่งผลให้ความช่วยเหลือเป็นไปอย่างยากลำบาก นักท่องเที่ยวจึงเกิดความไม่มั่นใจ หรือไม่มั่นใจเต็มร้อยกับความปลอดภัยที่จะได้รับ

สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือโจทย์สำคัญที่ทางโรงแรมควรเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยของระบบการควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้าได้แล้วนั้น เช่น การมีเจ้าหน้าที่วิศวกรไฟฟ้าคอยทำการตรวจสอบระบบเป็นประจำทุกเดือน การแสดงผลการตรวจสอบให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ การแจ้งนักท่องเที่ยวถึงระบบการซ่อมเตือนภัย การทดสอบสัญญาณเป็นต้น เป็นไปได้ว่าจะสามารถสร้างมาตรฐานให้แก่โรงแรมอื่นๆ นำไปปฏิบัติตามเพื่อเรียกความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวได้ทัดเทียมกับโรงแรมต่างชาติอื่นๆ ทั่วโลก

5. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านความรู้ - เข้าใจความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด จากความพึงพอใจทั้งหมด 5 ปัจจัยข้างต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์การให้บริการที่ใส่ใจทุกความต้องการของนักท่องเที่ยว ภายในปัจจัยย่อยนั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงทุกข้อโดยมีคะแนนใกล้เคียงกัน โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.30 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้มานั้นนักท่องเที่ยวยังคงต้องการให้ปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เนื่องจากยังมีจุดบกพร่องเล็กๆ น้อยๆ บางจุด เช่นการแสดงให้เห็นว่าลูกค้าคือแขกสำคัญของโรงแรม แต่โรงแรมอาจมีพนักงานให้บริการไม่เพียงพอในบางช่วงเวลา จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกด้อยความสำคัญลงไปเมื่อพนักงานให้บริการแขกท่านอื่นนานเกินไป เหตุการณ์ลักษณะนี้ทางโรงแรมควรมีการบันทึกสถิติว่าช่วงเวลาใดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้บริการกันมาก เพื่อสามารถจัดสรรพนักงานให้เพียงพอกับปริมาณแขก

นอกจากนี้ การเรียกชื่อแขกให้ถูกต้องก็มีความสำคัญอีกเช่นเดียวกัน แขกบางท่านอาจใช้คำที่สะกดยาก พนักงานจึงอ่านผิด หรือการออกสำเนียงชื่อนักท่องเที่ยวผิดไปอีกประเทศ ดังนั้นความรู้ด้านภาษาจึงมีความสำคัญที่สุด หากทางโรงแรมสามารถจัดสรรพนักงานที่มีความรู้ด้านภาษาที่หลากหลายจะสามารถสร้างข้อได้เปรียบได้เหนือกว่าโรงแรมอื่นๆ เนื่องจากชื่อหากอ่านผิดความหมายก็อาจจะผิดตามไปด้วย สิ่งเล็กน้อยเหล่านี้อาจไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่คือข้อเสนอแนะอันมีค่าจากนักท่องเที่ยวที่ควรนำไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการต่อไป

5.7.2 ข้อเสนอแนะต่อภาพรวมของผู้วิจัยสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. ภาครัฐควรสร้างความมั่นคงในการปกครองให้แก่ประเทศมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากนานาประเทศ ลดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่นับว่าเป็นปัจจัยหลักต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ต่างๆ ทำให้ไม่กล้าเดินทางมายังประเทศไทย และอาจตัดสินใจเปลี่ยนแผนการเดินทางไปยังประเทศอื่นแทน นอกจากนี้ยังส่งผลให้ธุรกิจที่อยู่ในภาคส่วนอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องได้รับผลกระทบต่อเนื่องไปอีก

2. ควรมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้นและมีความชัดเจน ไม่ปรับเปลี่ยนบ่อยและมากจนเกินไป ซึ่งทำให้เกิดความสับสนต่อผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านธุรกิจโรงแรมและการบริการ เนื่องจากอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวนั้นมียอดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ประกอบกับการเปิดเขตเศรษฐกิจพิเศษประชาคมอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นในอีก 2 ปีข้างหน้า ซึ่งมีการเดินทางอย่างเสรีมากขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างแน่นอน

3. เจ้าหน้าที่ตำรวจควรเพิ่มความกวดขันในการปฏิบัติหน้าที่ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านความปลอดภัยให้แก่ประเทศ เช่นการฉกชิงวิ่งราวทรัพย์สิน การซื้อบริการทางเพศ หรือการทำร้ายร่างกาย เป็นต้น นอกจากนี้ควรวางระบบป้องกันเหตุฉ้อโกงที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งสัญญาณเตือนภัย จุฬารับแจ้งเหตุ สายด่วน และกล้องวงจรปิดที่สามารถใช้ได้จริงทุกจุด เพื่อเตือนภัยในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น ภัยธรรมชาติ อาชญากรรม หรืออัคคีภัย เป็นต้น

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหามาตรการควบคุมมลภาวะทางอากาศและทางเสียงที่เกินค่ามาตรฐานให้อยู่ในระดับปกติ เนื่องจากปัจจุบันนี้สภาพการจราจรมีความติดขัดอย่างมาก การก่อสร้างมีอยู่แทบจะทุกแห่งหนในกรุงเทพ ทำให้เกิดฝุ่นควันและเสียงดัง ส่งผลทั้งสุขภาพและบรรยากาศทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีอาการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากสภาพอากาศและอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ทั้งที่อาหารไทยได้รับความนิยมอย่างสูงจากชาวต่างชาติ ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสภาพอากาศโดยกรุงเทพโพลล์ระบุว่าได้คะแนนเพียง 5.68 จากคะแนนเต็ม 10 โดยลดลงจากปีก่อน 0.39 คะแนน (ผลการสำรวจเมื่อปี 2554) สะท้อนให้เห็นปัญหาที่ควรเร่งแก้ไขโดยเป็นหนึ่งในปัญหาที่มักไม่ค่อยมีหน่วยงานใดให้ความสำคัญ

5.7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างโรงแรมที่อยู่ในเครือของไทยกับโรงแรมที่อยู่ในเครือของต่างชาติ ว่ามีหลักในการบริหารแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ จุดอ่อน-จุดแข็งต่างๆของไทยและของต่างชาติเพื่อนำมาปรับปรุงการบริหารโรงแรมที่อยู่ในเครือของไทยให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์ของโรงแรมที่อยู่ในเครือของไทยตามทัศนคติของผู้ใช้บริการและควมมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการโรงแรมต่างๆ ที่อยู่ในเครือของไทย

3. ควรศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์ของโรงแรมที่อยู่ในเครือของต่างชาติตามทัศนคติของผู้ใช้บริการและควมมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการโรงแรมต่างๆ ที่อยู่ในเครือของต่างประเทศ