

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เดอะ เลเจนท์ แมกลอง จังหวัดสมุทรสงคราม

RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF THE LEGEND MAEKLONG SAMUT SONGKHRAM

ชนิษฐา ใจเป็ง¹

¹สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

Chanistha Jaipeng¹

¹Tourism and Hospitality Management, Christian University

(Received: December 14, 2021; Revised: February 15, 2023; Accepted: April 4, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เดอะ เลเจนท์ แมกลอง จังหวัดสมุทรสงคราม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เข้ามาพักและใช้บริการร้านอาหาร บริการจัดเลี้ยง และการจัดงานประชุม ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 428 คน วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในการเข้าพักและใช้บริการ เดอะ เลเจนท์ แมกลอง อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการเข้าพักและใช้บริการ เดอะ เลเจนท์ แมกลอง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่พักและพนักงาน ด้านการตอบสนองของพนักงาน และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลเจนท์ แมกลอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, การตัดสินใจเข้าพักและใช้บริการ

ABSTRACT

This research aims to study the level of service quality, satisfaction and the relationship of service quality and customer satisfaction of The Legend Maeklong, Samut Songkhram Province. The sample were the group of 428 tourists who stayed at the Legend Maeklong as their destination. The research methodology was a quantitative research in which the data was collected from a questionnaire and analysed for percentage, mean, standard deviation and the correlation analysis.

The research found that the level of opinions of the respondents about the service quality of staying and using The Legend Maeklong service was at a high level. While in terms of service satisfaction, it was found that the satisfaction of using the service was

at the highest level. The relationship between service quality and customer satisfaction of the Legend Maeklong Samut Songkhram found that the factor of service quality that can be experienced from accommodation and staff employee responsiveness, and the aspect of paying attention to customers affecting the satisfaction of customers who came to use The Legend Maeklong service was significantly different at the 0.05 level.

Key words: Quality Service, Customers Satisfaction, Decision Making

บทนำ

จากสถานการณ์โรคระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์โรคระบาดดังกล่าวแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว และเกิดการติดเชื้อทั่วโลก ส่งผลกระทบวงกว้างต่อทุกอุตสาหกรรม เช่น สายการบินหยุดให้บริการ การปิดเมืองและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เกิดการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) รวมไปถึงการปิดร้านค้าและสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อธุรกิจท่องเที่ยว จากสถานการณ์การลดลงอย่างมากของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยและระหว่างประเทศ รวมทั้ง ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปโดยคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากขึ้น ทั้งนี้ บริสุทธิ์ แสนคำ (2564: 160) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังสถานการณ์โควิด 19 ได้เปลี่ยนแปลงไป 3 รูปแบบ ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นอันดับแรก เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว และเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยว Unseen ผู้คนไม่พลุกพล่านอยู่กับธรรมชาติ

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่บริเวณปากอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 65 กิโลเมตร ภายในจังหวัดมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน ซึ่งเชื่อมต่อมาจากจังหวัดราชบุรีและมาออกทะเลที่อ่าวไทย เป็นแม่น้ำสายหลัก มีคลองเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงถึงกันทำให้สามารถใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำติดต่อถึงกันได้ทั่วทั้งจังหวัด และเป็นจังหวัดที่มีแม่น้ำแม่กลองไหลลงสู่ทะเลในอ่าวไทย เมื่อน้ำทะเลมาหนุนทำให้น้ำเค็มไหลผ่านขึ้นไปทางตอนบนและไหลปนกับน้ำจืดจากแม่น้ำแม่กลองทำให้เกิดระบบนิเวศสามน้ำ คือ มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย น้ำเค็ม อยู่ในจังหวัดเดียวกันอย่างสมดุล และเป็นแหล่งสุดท้ายของประเทศที่ยังสามารถระบบนิเวศดังกล่าวไว้ได้ อีกทั้งลำนํายังมีความใสสะอาด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าจังหวัดสมุทรสงครามเป็นเวนิสแหล่งสุดท้ายของประเทศไทย จากสภาพภูมิประเทศดังกล่าว ชาวจังหวัดสมุทรสงครามส่วนใหญ่ จึงมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ผูกพันกับสายน้ำ และยังคงใช้ชีวิตกลมกลืนอยู่กับธรรมชาติไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของยุคโลกาภิวัตน์ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเสน่ห์ที่สร้างความแตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร ทำให้มีผู้ให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อศึกษาวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่และการท่องเที่ยวทางน้ำ โดยเริ่มจากการที่ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่เป็นเจ้าของสวนจัดบ้านพักของตนให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักในลักษณะโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ (จงกล บุญพิทักษ์, 2552) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือแบบค้างคืน โดยแบบค้างคืนที่จังหวัดสมุทรสงคราม ประชาชนในจังหวัดสมุทรสงครามได้มีการให้บริการที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตและการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการที่พักมีการแข่งขันกัน

มากขึ้น ดังนั้น เรื่องของคุณภาพการให้บริการถือว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบจากธุรกิจการให้บริการที่พ้องกับลูกค้าว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ ซึ่งควรให้ความสำคัญ เพื่อให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น

เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง รีสอร์ทตั้งอยู่ริมแม่น้ำแม่กลอง สะท้อนวิถีชีวิตริมน้ำ ผ่านเรื่องราวของบ้านตึกซีเมนต์หลังแรกแห่งเมืองแม่กลองของขุนทวีราชทรัพย์ (ผัน โกมลมน) พระคลังข้างที่ประจำเมืองราชบุรีซึ่งรับหน้าที่เก็บภาษีเรือที่สร้างขึ้นในรัชสมัยรัชกาลที่ 6 โดยช่างฝีมือชาวจีน ประตุนหน้าต่างประดับโค้งลายฉลุลงตามสมัยนิยม เป็นอาคารที่ผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมไทยและตะวันตก ซึ่งมีความวิจิตรประณีต ตัวบ้านหันหน้าสู่แม่น้ำแม่กลองอย่างสง่างาม หลังสิ้นสุดยุคขุนทวีราชทรัพย์ บ้านเก่าหลังนี้ตกเป็นมรดกของตระกูลและปิดร้างไปเนิ่นนาน จนเมื่ออัมพวากลายเป็นสถานที่พักผ่อนขวัญใจคนกรุงช่วงสุดสัปดาห์ ครอบครัวพลโทเซอร์และคุณประไพ ทวีราชทรัพย์ ตั้งใจที่จะปรับปรุงบ้านเพื่อใช้พักตากอากาศสำหรับครอบครัวและเครือญาติ แต่พบว่ากลับมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาสอบถามเข้าพักจึงตัดสินใจเปิดบ้านของปู่ทวดขึ้นมาใหม่เป็นรีสอร์ท เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง ซึ่งพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพัก และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของเดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องด้วยบริการที่ครบวงจร ทั้งบ้านพัก กิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงการจัดเลี้ยงงานแต่งงาน และการจัดประชุม

จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการในเข้าพักและใช้บริการ ณ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง สมุทรสงคราม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้และการดำรงอยู่ของกิจการที่พ้องให้ยั่งยืน รวมทั้งเพิ่มศักยภาพของกิจการที่พ้องให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ซึ่งผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวรูปแบบการให้บริการที่พ้องสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อปรับปรุง พัฒนาในด้านต่าง ๆ ตลอดจนการสร้างแรงจูงใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการเข้าพักและใช้บริการ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยเป็นผู้ที่เข้ามาพักและใช้บริการร้านอาหาร รวมถึงบริการจัดเลี้ยง และการจัดงานประชุมที่ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 428 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตด้านเนื้อหา/ประเด็น

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการเข้าพักและใช้บริการ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยคุณภาพการบริการ มีรายละเอียดดังนี้ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย รวมระยะเวลา 12 เดือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการกำหนดโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามในการวิจัย โดยข้อคำถามในแบบสอบถามเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าพักและใช้บริการ ณ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ไปทำการตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาและความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร (Index of Item-Objective Congruence : IOC) เพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บข้อมูลปฐมภูมิมาจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 428 คน ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยมีการขออนุญาตอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ตามความ โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึง 31 มิถุนายน 2564

ข้อมูลทุติยภูมิ การเก็บข้อมูลทุติยภูมิมาจากการค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการ ตำรา เอกสาร วารสาร รวมทั้งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์เชิงเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกมิติและเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ในกลุ่มทดลอง ตัวอย่างจำนวน 40 คน มีค่าดังนี้ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.749, ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.758, ด้านการตอบสนอง มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.747, ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.737, ด้านการเอาใจใส่ มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.736, และความพึงพอใจในการใช้บริการ มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.741 รวมค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.751 ซึ่งการประเมิน ความเที่ยง สัมประสิทธิ์ แอลฟาของเครื่องมือที่มีค่ามากกว่า 0.7 ถือว่าใช้ได้

4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน (61.68) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 248 คน (57.94) มีสถานภาพสมรส จำนวน 201 คน (46.96) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 214 คน (50.00) มีอาชีพเป็นพนักงานหรือ ผู้บริหารในธุรกิจเอกชน 326 คน (76.17) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,000-50,000 บาท จำนวน 274 คน (64.02) รู้จัก เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง โดยคำแนะนำจากเพื่อน ญาติและคนรู้จัก จำนวน 256 คน (59.81) เลือกใช้ที่พักและบริการของ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง เพราะชื่อเสียงของที่พัก และเจ้าของกิจการเดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จำนวน เท่ากัน 265 คน (38.55)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในการใช้บริการ ณ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน	4.49	0.559	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือของที่พักและระบบการจอง	4.57	0.485	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองของพนักงาน	4.44	0.487	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า	4.48	0.492	มาก
ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า	4.40	0.489	มาก

จากตารางพบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของที่พักและระบบการจอง ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาคือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน ($\bar{X} = 4.49$) ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.48$) ด้านการตอบสนองของพนักงาน ($\bar{X} = 4.44$) และ ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.40$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ณ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลค่า
พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร	4.67	0.470	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงแรมมีความเป็นธรรมชาติ อากาศดี ร่มรื่น	4.68	0.468	มากที่สุด
บรรยากาศห้องพัก สะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบและได้มาตรฐาน	4.61	0.489	มากที่สุด
การต้อนรับของโรงแรมและพนักงานสร้างความประทับใจในการใช้บริการ	4.56	0.497	มากที่สุด
มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดตลอดเวลา	4.63	0.484	มากที่สุด
ราคาห้องพักมีมาตรฐานและมีความเหมาะสม	4.39	0.488	มาก
การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย สะอาด สวยงาม	4.60	0.490	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยวาจาและกริยาที่น่านั่งดูประทับใจ	4.55	0.498	มากที่สุด
มีกิจกรรมเสริมภายในโรงแรมที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการ	4.44	0.497	มาก
รวม	4.63	0.485	มากที่สุด

จากตาราง พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงแรมมีความเป็นธรรมชาติ อากาศดี ร่มรื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 2) พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และ 3) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการเข้าพักและใช้บริการ ณ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจของลูกค้า		
	N	Correlation	Sig.
ด้านสิ่งสัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน	428	0.116	0.020*
ด้านความน่าเชื่อถือของที่พักและระบบการจอง	428	-0.041	0.414
ด้านการตอบสนองของพนักงาน	428	-0.159	0.001*
ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า	428	-0.002	0.969
ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า	428	0.108	0.030*

*Sig<0.05

จากตาราง พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านสิ่งสัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.166

ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในทางตรงข้ามกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.159

ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.108

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของที่พักและระบบการจอง รองลงมาคือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ด้านการตอบสนองของพนักงาน และ ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ในขณะที่ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง ก็พบว่า ความพึงพอใจการใช้บริการของเดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงแรมมีความเป็นธรรมชาติ อากาศดี ร่มรื่น พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร และ 3) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา ทองคำ (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรม 3 - 5 ดาวในภาคใต้ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชั่นวาย พบว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลในเชิงบวกกับการกลับมาใช้บริการ รวมถึงยังสอดคล้องกับ กาญจนา ทวีนนท์ และ แววมยุรา คำสุข (2558) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้าการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการ

ความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการเข้าพักและใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน ด้านการตอบสนองของพนักงาน และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเอนท์ แม่กลอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ Parasuraman (1988) ได้เสนอแนวคิดด้านคุณภาพการบริการที่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ และมีงานวิจัยหลายงานวิจัย เช่น งานวิจัยของ นพดล ชูเดช, วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง, กอแก้ว จันทรกึ่งทอง และปัญญา ชูช่วย (2561) ที่ได้นำแนวคิดนี้มาศึกษา โดยทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของภาคธุรกิจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้เข้ารับบริการ พบว่า คุณภาพการบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การดูแลเอาใจใส่ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้เข้ารับบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jing Wang and Lijuan Cheng (2012) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการรับรู้ของความพึงพอใจของลูกค้าและการเก็บรักษาลูกค้า: การวิจัยเชิงประจักษ์ พบว่าการรับรู้ในคุณภาพของการบริการและผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจของ

ลูกค้าโดยการเอาใจใส่ในเรื่องการบริการเป็นมิติที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เช่นเดียวกับ Kun-Hsi Liao & Ming-Fang Hsieh (2011) ซึ่งศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบริการที่มีคุณภาพ ภาพลักษณ์ ความภักดีของลูกค้าและความพึงพอใจในอุตสาหกรรมรีสอร์ท พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของลูกค้าผ่านทางความพึงพอใจ ซึ่งความเป็นรูปธรรมของบริการความ เชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้าเป็นตัว แปรที่เหมาะสมทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า

การประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบันนี้ งานบริการถือเป็นงานที่มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งในธุรกิจ ทั่วไป หรือในธุรกิจบริการโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ผู้ให้บริการควรยึดหลักการบริการด้วย คุณธรรมและจริยธรรม โดยมีได้มุ่งหวังเพียงรายได้ หรือกำไรเพียงอย่างเดียว เพราะเป้าหมายสำคัญของ ผู้ให้บริการ คือ สร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะลูกค้าเป็นบุคคล สำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรง จะส่งเสริมให้ธุรกิจมีรายได้ สร้างอาชีพให้พนักงานและธุรกิจดำรงอยู่ได้ อย่างมั่นคง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สวรรยา อินทร์จันทร์ (2560) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความ พึงพอใจต่อปัจจัยคุณภาพบริการครบทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความแน่นอนและด้านความเอาใจใส่ โดยปัจจัยด้านความเอาใจใส่มีค่า ความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับสูงสุด และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีค่าความสัมพันธ์ที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน มีค่าความสัมพันธ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน มีค่าความสัมพันธ์ และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ กล่าวได้คือ ถ้าคุณภาพของการบริการทั้ง 5 ด้านเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เดอะ เลจเจนต์ แม่กลอง เป็นรีสอร์ทที่พักริมน้ำบรยากาศดี พร้อมประวัติความเป็นมาที่ น่าสนใจ เป็นรีสอร์ทขนาดกะทัดรัดที่มีความประณีตและวิจิตร ด้วยสถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างไทย กับตะวันตก ที่มีทั้งความเป็นโมเดิร์นและไทยย้อนยุค ที่ตั้งเด่นเป็นสง่าอยู่ริมแม่น้ำแม่กลอง ด้วยขนาด ของพื้นที่ที่ไม่กว้างใหญ่นัก อีกทั้งยังมีห้องอาหารบ้านขุนทวีไว้บริการ และยังให้บริการด้านงานแต่งงาน ทั้งในส่วนสถานที่ในการจัดงานแต่งงาน การแห่ขันหมาก ถ่ายพรีเวดดิ้ง โดยทีมงานของ เดอะ เลจเจนต์ แม่กลองเอง การที่ เดอะ เลจเจนต์ แม่กลอง ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการ เนื่องจากหลายองค์ประกอบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ตั้งของรีสอร์ท ที่สวยงาม บรรยากาศดี มี เอกลักษณ์ น้ำใสสะอาด น่าเล่น การประชาสัมพันธ์ที่เน้นสื่อทางด้านออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้สื่อ ต่าง ๆ เป็นที่รู้จัก มาถ่ายทำ มารีวิว จนเกิดการบอกต่อ และการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ในรีสอร์ท เพื่อ รองรับผู้มาใช้บริการ และที่สำคัญให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเป็นอย่างยิ่ง เพราะความสำเร็จ ของธุรกิจสามารถวัดได้จากระดับความพึงพอใจของลูกค้าและวัดได้จากคุณภาพการให้บริการ เพื่อ พัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรมีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และจัดให้มีการประเมินผลการให้บริการเป็นรายบุคคลอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการต่อไป

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

1.2 สิ่งที่น่าทึ่งและน่าพอใจ แม้จะต้องมุ่งพัฒนาการให้บริการมากยิ่งขึ้นก็คือ ด้านการตอบสนองของพนักงานและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า แม้ลูกค้าจะให้คะแนนความสำคัญเป็นลำดับท้าย ๆ จากปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน แต่ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน พบว่ามีผลต่อความพึงพอใจและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจของลูกค้า แสดงว่าหากต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้นก็ต้องพัฒนาการตอบสนองของพนักงานและการเอาใจใส่ในการให้บริการมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง

2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาตัวแปรอิสระเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง หรือไม่ อย่างไร

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เดอะ เลจเอนด์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงครามสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ประสานงานและอำนวยความสะดวกจากพันตรีวิวัฒน์พงศ์ ทวีราชทรัพย์ บุตรพลโทชรรค์และคุณประไพ ทวีราชทรัพย์ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข. (2558). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.

วารสารธุรกิจปริทัศน์, 7(2), 151-167.

กฤติยา ทองคำ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรม 3 - 5 ดาวในภาคใต้

ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย. สารนิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

จกมล บุญพิทักษ์. (2552). คุณภาพการบริการของที่พักแบบโฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม สำหรับนักท่องเที่ยวประเภทฝึกอบรมและสัมมนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- นพดล ชูเศษ และคณะ. (2561). องค์ประกอบคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. ใน **การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9**, หน้า 1567-1585. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- บริสุทธิ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด19. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**, 4(1), 160-167.
- สวรรณยา อินทร์จันทร์. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า:กรณีศึกษาโรงแรมอิสระระดับ 3 ดาวแห่งหนึ่ง ในย่านธุรกิจทองหล่อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- Wang, J., & Cheng, L. (2012, July). The relationships among perceived quality, customer satisfaction and customer retention: An empirical research on Haidilao restaurant. In **ICSSSM12**, pp. 749-754. IEEE.
- Liao, K. H., & Hsieh, M. F. (2011). Statistic exploring the casual relationships between service quality, brand image, customer satisfaction and customer loyalty on the leisure resort industry. In **Service Management (IRSSM-2) in 2011 proceedings of the 2nd International Research Symposium**. (pp. 506-515). [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]