



การให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการของรีสอร์ท ระดับ 3 ดาว ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
สำหรับนักท่องเที่ยว GENERATION Z

THE IMPORTANCE OF SERVICE QUALITY OF THE 3-STAR RESORTS IN SATTAHIP,
CHONBURI PROVINCE FOR TOURISTS GENERATION Z

จิรวัดน์ ประสมสุข * ศรีณยา เลิศพุทธิรักษ์ ** และเอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์ ***

บทคัดย่อ

การศึกษาวัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการของรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ในอำเภอสัตหีบจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึก กับนักท่องเที่ยว Generation Z จำนวน 20 คน จากจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 20 คน เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อน กับครอบครัว กับญาติ กับเพื่อนในวันหยุด โดยเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และรถประจำทาง โดยสมาชิกที่เดินทางจำนวน 1 ถึง 10 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 2,000 ถึง 5,000 บาท ความสำคัญต่อองค์ประกอบทางกายภาพ พบว่า เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกนอกห้องพักของรีสอร์ทควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรีสอร์ท มีจุดให้นักท่องเที่ยว ปิ้งย่างทำอาหารมีสระว่ายน้ำ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ พบว่า พนักงานรีสอร์ทมีความรู้ทักษะในการบริการลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า การตอบสนองต่อความต้องการ พบว่า การเตรียมความพร้อมพนักงานมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยดีให้บริการต้อนรับตลอด 24 ชั่วโมง การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ พบว่า ความสะดวกการเข้าถึงและความปลอดภัยของโรงแรม สถานที่พักอยู่ใจกลางเมือง มีรถโดยสารเข้าถึงง่าย การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ พบว่า ความสามารถในการจดจำลูกค้า การจำชื่อลูกค้าได้ ความพร้อมของการบริการ Room service องค์ประกอบประโยชน์หลัก พบว่า ความหลากหลายและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความปลอดภัยของห้องพักรีสอร์ทควรมีระบบรักษาความปลอดภัยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ความสนุกสนานเพลิดเพลิน พบว่า ผู้ที่เข้าพักมีความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมทางทะเล ด้านเทคโนโลยี พบว่า การให้บริการห้องพักออนไลน์ Wifi เคเบิล TV ให้บริการกับนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาพักที่รีสอร์ท ตลอด 24 ชั่วโมง

คำสำคัญ: รีสอร์ทระดับ 3 ดาว นักท่องเที่ยว Generation Z คุณภาพการบริการ

ABSTRACT

This study attempts to study the emphasis on service quality of the three-star resort in Sattahip District, Chon Buri Province of Gernation Z tourists. It was qualitative research used in-depth interview 20 tourists as the method of data collection. After analysis, it was found from personal factors of all 20 respondents travelling with family, relatives, and friends in holiday. They came with private car and public bus. There were one to ten family members in their trip with the expenses between 2,000 to 5,000 baht. The findings from tangibility aspect which was furniture and facilitators outside the resort room reveal that there should be new and clean spot for tourists to cook and grill, swimming pool, electronic appliance and, bed stuff. For reliability aspects, it was found that service providers or resort staff should possess the knowledge and skill to serve customers and willing to facilitate customers. The study on responsiveness

* นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

** Corresponding author อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

*** อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

aspect shows that the readiness to provide the service for 24/7, good personality and friendliness when communication with customers. It was found that the assurance aspects included the convenience to access and the safety of the hotel, the location in the heart of the town and the convenience assess by the public transportation. The findings from empathy aspect consists of the ability to recognize the customers such as customers' name and the readiness of room service. The study on the key aspects of main benefit show that the facilities should be varied and quality. There should be safety system for resort facilities and the guest rooms for all 24/7. For the entertainment aspect, it was found that the majority of hotel clients paid attention on sea activity. The study on technology aspect show that there were online service, wifi system and, cable TV for clients at all 24/7. In fact, the signal should be stable.

Keywords: *Three- Star Resort, Generation Z Tourists, Service Quality*

บทนำ/ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลายเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 ที่ผ่านมา สร้างรายได้รวมได้ที่ 2.76 ล้านล้านบาท ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การเติบโตของการท่องเที่ยว ส่งผลให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมขยายตัวภาพรวมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ในธุรกิจการบริการ คุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการบริการที่ดีจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจ (Lee et al., 2003) โรงแรมขนาดกลาง ขนาดเล็กและรีสอร์ทขนาดเล็ก ต้องมีการสร้างเอกลักษณ์เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยต้องพัฒนาการให้บริการและเพิ่มกิจกรรมเสริมในโรงแรมหรือรีสอร์ทเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในระหว่างการเข้าพัก (ศุภย์วิชัยสิทธิ์ไทย, 2557) ดังนั้นนักวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรม ระบุว่า ในการบริหารโรงแรมขนาดย่อม ถ้าต้องการให้โรงแรมสามารถคงอยู่ในสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ผู้บริหารต้องพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จะได้สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด รักษาผลกำไรและผลตอบแทนทางการเงินตามที่ต้องการ (Nadiri & Hussain, 2005; Serrat, 2011; Wu & Lu, 2012, Peng, Zhao, & Marrila, 2015)

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก ซึ่งอำเภอสัตหีบเป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้ทะเลที่นักท่องเที่ยวรู้จักโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอสัตหีบตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรีห่างจากตัวเมืองชลบุรี 85 กิโลเมตร และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย คือ พัทยา สัตหีบมีฐานทัพเรือที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวทะเลและอ่าวที่สวยงามเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป สัตหีบได้รับงบประมาณจากภาครัฐในการพัฒนาโครงการเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งสนามบิน รถไฟความเร็วสูง และเส้นทางมอเตอร์เวย์ที่ขยายเส้นทางมากขึ้น นอกจากนี้สัตหีบยังเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศที่มีความเงียบสงบ สวยงาม สะดวกสบายเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้อำเภอสัตหีบเป็นพื้นที่ ๆ นักท่องเที่ยวนิยมมาพักตากอากาศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2560)

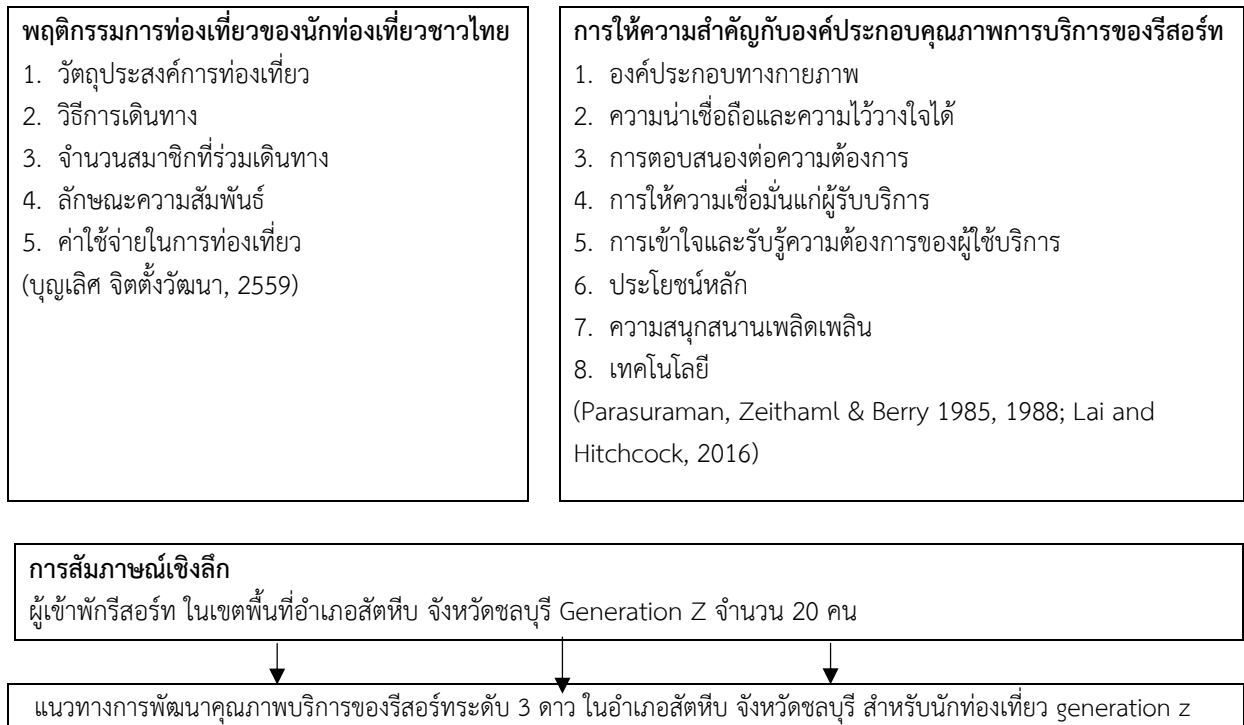
กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสถานที่พักแรมในอำเภอสัตหีบนอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแล้ว จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Gen Z) อายุระหว่าง 18-23 ปี ยังอยู่ในวัยเรียนหรือเพิ่งเริ่มทำงาน มีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวมีอยู่อย่างจำกัด การเดินทางท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับงบประมาณการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวที่พักเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวจะเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยว Generation Z จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของที่พักประเภทรีสอร์ท 3 ดาว ในอำเภอสัตหีบ มีที่พักระดับ 3 ดาว จำนวน 15 แห่ง (3-star hotels in Sattahip, 2018) ประกอบกับผู้วิจัยนั้นเป็นผู้ประกอบการรีสอร์ทหนึ่งในอำเภอสัตหีบ จึงต้องการศึกษาการให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการของรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สำหรับนักท่องเที่ยว Generation z ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจรีสอร์ทในอำเภอสัตหีบ

ให้สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการและพัฒนารีสอร์ทเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Z

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการของรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สำหรับนักท่องเที่ยว generation z

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, 1988) ได้พัฒนาองค์ประกอบการวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL Model ที่ระบุถึง องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ องค์ประกอบทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ จากนั้น Lai and Hitchcock (2016) ได้ศึกษางานวิจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมโดยการศึกษาเพิ่มเติมจาก Parasuraman et al. (1988) ได้ระบุว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าที่โรงแรมสามารถให้บริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง องค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ประโยชน์หลัก ความสนุกสนานเพลิดเพลินและ เทคโนโลยี ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 องค์ประกอบของของที่พักที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Lai & Hitchcock, 2016)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการของโรงแรม	คำอธิบาย
1. องค์ประกอบทางกายภาพ (Tangible)	Modern and comfortable furniture, Appealing interior and exterior hotel decoration, attractive lobby, Spaciousness of room, Convenience location, Neat and professional appearance of staff, Availability of swimming pool, sauna and gym, Visually appealing brochures.
2. ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ (Reliability)	Staff performing services correctly the first time, Performing the services within the time promised, Well-trained and knowledgeable staff, Staff with good communication skills, Accuracy in billing, Accurate information about hotel services, Timely housekeeping services, Reliable message service.
3. การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness)	Willingness of staff to provide help promptly, Availability of staff to provide service, Quick check-in and check-out, Prompt breakfast service.
4. การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	Friendliness of staff, Courteous employees, Ability of staff to instill confidence in customers
5. การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy)	Giving special attention to the customer, Addressing the customer by name, Understanding the customers' requirements, Listening carefully to complaints, Problem-solving abilities of staff, Hotel having customers' best interests at heart
6. ประโยชน์หลัก (Core Benefit)	Comfortable, relaxed and welcome feeling, Quietness of room, Variety/ quality of sports and recreational facilities, Security of room, Security and safety at the hotel, Comfortable and clean mattress, pillow, bed sheets and covers, Reasonable room rates, Variety of basic products and services offered, Room items in working order, Quality of food in restaurant
7. ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Entertainment)	Provision of children's facilities (playground, baby-sitting, swimming pool, etc.) Provision of evening entertainment, Recreation and therapy
8. เทคโนโลยี (Technology)	In-room technologies (Wifi, smart TV, telephone, voicemail, on demand PC, television, internet plug, meal ordering, email, wake-up system), Hotel technologies (online reservation, email, internet, fax, international calling facilities, hotel website, direct hotel email, computerized feedback form, special promotions on hotel website, acceptance of credit and debit cards)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักประกอบด้วย องค์ประกอบทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ เทคโนโลยี ประโยชน์หลักและความสนุกสนานเพลิดเพลิน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งนี้ คือ ผู้เข้าพักรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี จำนวน 20 คน กลุ่ม Generation Z สัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ซึ่ง Green and Thorogood (2009) ได้ระบุว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกข้อมูลจะอิ่มตัวที่จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 20 คนขึ้นไป

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อกรรมการจริยธรรมเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

2. ผู้วิจัยมีการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member Checking) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ด้วยการจดบันทึกอย่างละเอียด นำกลับไปให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูล ว่ามีความถูกต้องและเป็นจริง ตรงกับความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์หรือไม่

3. ผู้วิจัยมีการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดีพร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit Trail) เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อมูลที่ได้ ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลการเชิงคุณภาพโดยการทำ Content Analysis ด้วยนำข้อมูลที่เป็นข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงมาไว้กลุ่มเดียวกัน เพื่อสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิด ในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค จากนั้นจึงตั้งคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-Theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าพักรีสอร์ทระดับ 3 ดาวในเขตพื้นที่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี กลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้ให้สัมภาษณ์เพศชาย จำนวน 11 คน และผู้ให้สัมภาษณ์หญิง จำนวน 9 คน

เมื่อพิจารณาด้านอายุ ประกอบไปด้วย อายุ 22 ปี จำนวน 8 คน อายุ 20 ปี จำนวน 7 คน อายุ 18 ปี จำนวน 3 คน อายุ 19 ปี จำนวน 1 คน อายุ 23 ปี จำนวน 1 คน

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษา ประกอบไปด้วย ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 10 คน ระดับระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีจำนวน 9 คน และระดับปวส.มีจำนวน 1 คน

เมื่อพิจารณาด้านภูมิลำเนา สามารถสรุปออกเป็นภูมิภาคได้ดังนี้ ภาคกลาง จำนวน 9 คน ภาคตะวันออก จำนวน 8 คน ภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 2 คน และภาคเหนือ จำนวน 1 คน

ส่วนที่ 2 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย การเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อน กับครอบครัว กับญาติ กับเพื่อนในวันหยุด โดยเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และรถประจำทาง โดยสมาชิกที่เดินทางจำนวน 1 ถึง 10 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 2,000 ถึง 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของวิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขานาค้าง จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวนคนที่เข้ามาท่องเที่ยวด้วยกันส่วนใหญ่มีจำนวนมากกว่า 5 คน

ความสำคัญต่อองค์ประกอบทางกายภาพประกอบด้วยด้านเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกนอกห้องพักของรีสอร์ท และการตกแต่งและสภาพของสิ่งก่อสร้างของรีสอร์ทจากการสรุปผลการศึกษา พบว่าเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกนอกห้องพักของรีสอร์ทควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรีสอร์ท มีจุดให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหาร มีสระว่ายน้ำ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนอน ที่ใหม่และสะอาด มีบรรยากาศที่รู้สึกผ่อนคลายเหมือนมานั่งชิว ๆ ที่ทะเล พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยเหมาะกับวัยรุ่น generation z ห้องนั่งเล่น ห้องครัว ห้องทานอาหาร ห้องนอน และส่วนกลางของรีสอร์ท และการตกแต่งและสภาพของสิ่งก่อสร้างของรีสอร์ท การตกแต่งรีสอร์ทที่มีการตกแต่งที่ให้อุณหภูมิที่ประโยชน์ใช้สอยหรือการจัดระเบียบมากขึ้น ก็จะทำให้เฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น มันมีค่ามากกว่าแค่ใช้ตกแต่งห้องให้สวย แต่มันยังสามารถช่วยจัดการพื้นที่รีสอร์ทให้เป็นระเบียบขึ้นได้ ทำให้รีสอร์ทดูกว้าง มี space เหลือให้ทำอะไรได้อีกเยอะหันมาเลือกชั้นเก็บของแบบ Built in ติดผนัง ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ผนังให้เต็มที่ช่วยให้ห้องพักภายในรีสอร์ทดูกว้างขึ้น การตกแต่งรีสอร์ทด้วยไม้ให้บรรยากาศความรู้สึกสบาย ๆ อบอุ่น ผ่อนคลายได้แบบธรรมชาติและนำมาผสมผสานเข้ากับการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชพร ดอกบุญนาค, ฐาปกรณ์ ทองคำนุช (2558) ศึกษาเรื่อง ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักโรงแรมทั้ง 4 แห่งของอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามีความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุทธิกานต์ คงคล้าย (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8 P's) ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเลือกที่พักมากที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และ รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและการส่งเสริมทาง การตลาด ปัจจัยด้านราคาและความสะดวกสบายของห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะเด่นเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น Z ด้านอุปนิสัย คือ ชอบทำหลาย ๆ อย่าง ในเวลาเดียวกัน มีความเป็นส่วนตัวสูง

ความสำคัญด้านองค์ประกอบความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจประกอบด้วยความสามารถของพนักงานในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ความรู้ของพนักงานในสถานที่พักแรมในการให้ข้อมูลบริการแก่ลูกค้า ความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้า และการให้บริการของแผนกแม่บ้าน จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า พนักงานรีสอร์ทควรมีความรู้ ทักษะในการบริการลูกค้าและคอยให้บริการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มีความสามารถด้านภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการบริการที่ดีพนักงานควรบริการด้วยความถูกต้องตรงไปตรงมา ตัวอย่างการออกใบเสร็จให้ลูกค้าพนักงานควรออกใบเสร็จตามจริงให้กับลูกค้า และมีการจัดการห้องพักที่เหมาะสมให้กับกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักบริการในรีสอร์ท มีการแบ่งโซนสำหรับลูกค้าที่ชัดเจน และสามารถให้ลูกค้าเลือกห้องพักได้ พนักงานมีความรู้ทักษะในการให้บริการ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ท สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ และพนักงานต้องมีความรู้เพิ่มเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ เช่น ทะเล หาดทราย หรือร้านอาหารที่ขึ้นชื่อของอำเภอสัตหีบ เป็นต้นมีการการสื่อสารกับลูกค้าเป็นทักษะสำคัญสำหรับคนทำงานบริการ เพราะต้องคอยต้อนรับลูกค้า และคอยให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจกลับไปหลังจากพักบริการรีสอร์ท และปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจากหลายประเทศมากขึ้นทักษะที่สำคัญคือภาษา ที่พนักงานบริการควรศึกษาเพิ่มหรือทางรีสอร์ทมีการสอนภาษาให้กับกลุ่มพนักงาน และการให้บริการของแผนกแม่บ้านพนักงานที่ดีต้องมีความรู้และมีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีการวางแผนการทำความสะอาดในห้องพัก ตรวจสอบแลกรักษาทรัพย์สินของมีค่าของลูกค้าให้เรียบร้อย มีความซื่อสัตย์ แม่บ้านต้องมีใจที่รักในการบริการ และคอยให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาพักรีสอร์ทอย่างเหมาะสม คอยดูแลความเรียบร้อยของรีสอร์ท ภายในห้องพักและภายนอกห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาภรณ์ ทหารบุษ (2558) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายงานพบว่า การตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายงานพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และรายงาน การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายงาน ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญขององค์ประกอบการตอบสนองต่อความต้องการ ประกอบด้วย การบริการของแผนกต้อนรับในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ความพร้อมในการให้บริการของพนักงานต้อนรับ และความรวดเร็วในการ Check In Check Out จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า การเตรียมความพร้อม พนักงานยกกระเป๋าช่วยลูกค้าขนของเข้าภายในห้องพัก และมีบุคลิกภาพดีในการให้บริการ และต้องมีธรรมาศยดีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อห้องพัก รีสอร์ท ยิ้มแย้มแจ่มใส มีแต่งกายให้เรียบร้อยด้วยชุดพนักงาน เป็นผู้ฟังที่ดีและที่สำคัญที่ขาดไม่ได้เลยคือไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพราะงานต้อนรับต้องพบกับคนทุกประเภท ในอารมณ์ทุกรูปแบบ พนักงานต้อนรับที่ดี ควรมีความพร้อมเสมอในการ ให้บริการต้อนรับตลอด 24 ชม เพราะว่าลูกค้าจะเข้ามาพักแล้วแต่ช่วงเวลา และเมื่อทันทีที่ลูกค้าได้เข้ามาภายในบริเวณรีสอร์ทพนักงานควรมีความพร้อมในการให้บริการ เช่นมีการกล่าวคำทักทาย สวัสดิ์ และมีการสอบถามลูกค้าว่ามาพักจำนวนกี่ท่าน จำนวนกี่คืน แต่ทั้งหมดนี้ต้องบริการด้วยความรวดเร็วอย่าให้ลูกค้ารอนาน ความรวดเร็วในการ Check In Check Out เพื่อความรวดเร็วในการ Check In Check Out พนักงานควรมีทักษะในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ส่วนใหญ่ไม่ชอบรอนาน

ความสำคัญขององค์ประกอบการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ประกอบด้วย ความสะดวกการเข้าถึงและความปลอดภัยของโรงแรม ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน และความสามารถของพนักงานที่จะจูงใจให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกจากการสรุปผลการศึกษา พบว่า ความสะดวกการเข้าถึงและความปลอดภัยของโรงแรม สถานที่พักอยู่ในเขตพื้นที่ใจกลางเมืองหรือแหล่งชุมชนที่พักใกล้ทะเล มีรถโดยสารเข้าถึงง่าย การเดินทางไปมาสะดวกกับลูกค้าระบบความปลอดภัยของรีสอร์ทเป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้าเวลาเข้าพักรีสอร์ทมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยภายในรีสอร์ท ตลอด 24 ชั่วโมง ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน พนักงานที่ดีต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีใจที่รักในงานบริการ ความสามารถของพนักงานที่จะจูงใจให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่จะกลับมาใช้บริการอีก จะเป็นในเรื่องของการบริการ การใส่ใจรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ พนักงานรีสอร์ทต้องไม่ละเลยความผิดพลาดและแก้ไขโดยเร็วที่สุด ทางรีสอร์ทมีโปรแกรมเช็คอินและบัตรสะสมแต้มช่วยดึงกลุ่มลูกค้า และมีการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในยุคที่การติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องง่าย และกว้างอย่างไรขีดจำกัด การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าจะเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างยิ่ง โดยเฉพาะหลังจากลูกค้าเข้ามาพักบริการไปแล้ว หากเรายังคอยติดต่อถามไถ่ความพึงพอใจ หรือให้บริการหลังการขายอย่างเต็มที่ จะช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และกลายเป็นลูกค้าประจำของเราได้อย่างง่ายดาย ตัวอย่างที่มีการส่งส่วนลดเข้าพักรีสอร์ทให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักหลายครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและการส่งเสริมทาง การตลาด ปัจจัยด้านราคาและความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่

ความสำคัญขององค์ประกอบการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการประกอบด้วย ความสามารถในการจดจำลูกค้า จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า 1 ความสามารถในการจดจำลูกค้า เช่น การจำชื่อลูกค้าได้ ความพร้อมของการบริการ Room Service การที่พนักงานสามารถจำชื่อลูกค้าที่เข้ามาพักได้ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจที่พนักงานสามารถจำชื่อได้ เพราะเหมือนการที่พนักงานใส่ใจในการทำงาน ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าเกิดความประทับใจและเข้าพักรีสอร์ทอีกครั้ง ความพร้อมของการบริการ Room Service ในการบริการตรงตามความต้องการของ ลูกค้า ความพร้อมการให้บริการที่ดีคอยให้บริการจัดเตรียมอาหารให้ลูกค้า ส่งอาหารถึงห้องพักให้กับลูกค้าที่มาเข้าพักรีสอร์ทและคอยให้บริการ 24 ชั่วโมง การรับฟังข้อติเตียนและความคิดของลูกค้า มีกล่องรับฟังความคิดเห็นของเพราะ “ลูกค้า” คือปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและอยู่รอดปลอดภัยได้ในระยะยาวดังนั้น วิธีการที่กิจการจะสร้างความสัมพันธ์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รักษาลูกค้าเดิมไว้ และสร้างความภักดีให้กับลูกค้า จึงเป็นเรื่องที่ธุรกิจ จะต้องมึวิธีการดำเนินการในแบบฉบับที่เป็นเฉพาะของตนเอง การรับฟังเสียงของลูกค้าจึงเป็นกระบวนการที่ธุรกิจจะสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างถ่องแท้และแม่นยำ กระบวนการ “รับฟังเสียงของ ลูกค้า” ที่มีประสิทธิภาพ มักจะเริ่มจากการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า เพื่อทำให้สามารถกำหนดวิธีการและกลยุทธ์ที่จะทำให้ลูกค้าเป้าหมายที่กำหนดใช้บริการของเราเพิ่มขึ้น ทั้งในปัจจุบัน และใช้ต่อไปในอนาคต ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน พนักงานควรมีความพร้อมที่จะคอยตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักบริการรีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิพิมล

แสงจันทร์ (2560) แบบจำลองการจัดการเพื่อเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลของแบบจำลอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การบริหาร งานบริการ และการจัดการเพื่อสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อการเติบโตของธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การบริหารการตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์การบริหารงานบริการ และการจัดการเพื่อสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของกริยา ขว้ทองเขียว (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัดทางตรง (Direct Effect) มีสองปัจจัย คือ ปัจจัย การรับรู้ด้าน คุณค่า และ ปัจจัยความรู้สึกด้านอารมณ์ โดยปัจจัยการรับรู้ด้านคุณค่า ส่งผลกระทบบางทางตรง (Direct Effect) ต่อความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัดทางตรงมากที่สุด

ความสำคัญขององค์ประกอบประโยชน์หลัก ประกอบด้วยความหลากหลายและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความปลอดภัยของห้องพัก ความปลอดภัยของห้องพักหรือรีสอร์ท ความเหมาะสมของห้องพัก (อุปกรณ์เครื่องนอน) อุปกรณ์ในห้องน้ำ (สบู่ แชมพู) และ สภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก (กาต้มน้ำ แอร์ แสงไฟ ตู้เย็น) ความเหมาะสมของห้องพักในการจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องนอน และคุณภาพและความหลากหลายของอาหารเช้า จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า 1 ความหลากหลายและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเช่น กาต้มน้ำร้อน เต้าหู้ไมโครเวฟ ทีวี ผ้าขนหนูที่ใหม่สะอาด แชมพู สบู่ ผักบัว ต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน รวมถึงชุดสวมใส่ในห้องพัก แปรงฟัน ที่โกนหนวดที่โลชั่นบำรุงผิวต้องมีหลากหลาย ความปลอดภัยของห้องพัก ความปลอดภัยของห้องพักหรือรีสอร์ทควรมีระบบรักษาความปลอดภัย และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเดินตรวจตราบริเวณรีสอร์ทตลอด 24 ชั่วโมงรวมถึงภายในรีสอร์ทควรมีเครื่องดับเพลิง สายฉีดน้ำดับเพลิง เครื่องตรวจจับควัน ถังดับเพลิงแบบมือถือ รวมถึงระบบกล้องวงจรปิด ความเหมาะสมของห้องพัก (อุปกรณ์เครื่องนอน) อุปกรณ์ในห้องน้ำ (สบู่ แชมพู) และ สภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก (กาต้มน้ำ แอร์ แสงไฟ ตู้เย็น) ความเหมาะสมของห้องพักในการจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องนอน ควรจัดเตรียมชุดเครื่องนอนผ้าปูที่นอนปลอกหมอน ปลอกผ้าคลุม ใส่ผ้าคลุมหมอน ผ้ารองที่นอนกันเปื้อน ผ้ารองกันเปื้อนหมอนให้ครบ ให้มีความสะอาด และใหม่มีกลิ่นหอม เครื่องใช้ไฟฟ้าควรจัดให้มีความพร้อมในการใช้งาน คุณภาพและความหลากหลายของอาหารเช้า อาหารเช้าควรจัดให้มีอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารเช้าที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่มวัยโดยใช้หลักการเลือกอาหารที่หลากหลายตามครบ 5 หมู่ ที่ร่างกายต้องการควรเลือกอาหารแบบปรุงสุก สด ใหม่ และเพียงพอต่อ จำนวนของแขกที่เข้าพัก มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพล จิตคติ (2552) ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดกาแพงเพชร พบว่า ภาวคิที่เกี่ยวข้อมีความเห็นไม่แตกต่างกันต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมราคาประหยัด สรุปได้ดังนี้ 1) จัดให้มีการอบรมความรู้ด้านต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการ ลูกจ้าง พนักงาน ของธุรกิจที่พักแรม เช่น เรื่องการบริการลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด 2) จัดให้มีสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอต่อความต้องการ เช่น ไฟฟ้าส่องสว่างตามถนน น้ำประปา ถนน ป้ายจราจร 3) ช่วยส่งเสริมธุรกิจที่พักแรมราคาประหยัดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสีย ขยะ สิ่งปฏิกูล และการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ความสำคัญขององค์ประกอบความสนุกสนานเพลิดเพลิน จากการสรุปผลการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท 3 ดาว พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่เข้าพักจะมีความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมทางทะเล เช่น เล่นน้ำ พายเรือแคนู Banana Boat เป็นต้น และอยากให้ทางรีสอร์ทมีบริการจัดหาทริปสำหรับนักท่องเที่ยวให้ทำกิจกรรมชายหาดเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิต บุรทธิพิสัยกุล (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน การศึกษาพบว่า การตัดสินใจเข้าพักในโรงแรม สิ่งดึงดูดใจคนมาเที่ยวจังหวัดน่านคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เช่นภูมิตันที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนา ทนงค์แดง (2560) การบริหารจัดการภายในองค์กร สร้างคุณค่าในการ ให้บริการเพิ่มขึ้นแต่ใช้ปัจจัยด้านทรัพยากรทางการบริหารบางปัจจัยเพิ่มขึ้นระดับที่ต่ำเพื่อสร้างกิจกรรมตามที่ลูกค้า ต้องการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จามรี ธิริชม (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ท เกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อถึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางที่เข้าพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่เกาะลันตาใหญ่ โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรวมถึงเกาะลันตาใหญ่

ของนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ ความปลอดภัย รองลงมาคือ ความคุ้มค่า คุณภาพการบริการของพนักงาน สถานที่ตั้ง และคุณภาพของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมทางทะเล ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะเด่นเกี่ยวกับ เจเนอเรชั่น Z ด้านอุปนิสัย ด้านค่านิยมคือ มีการดำเนินชีวิตแบบ Work-life balance รักสิ่งแวดล้อมและทำประโยชน์ เพื่อสังคม

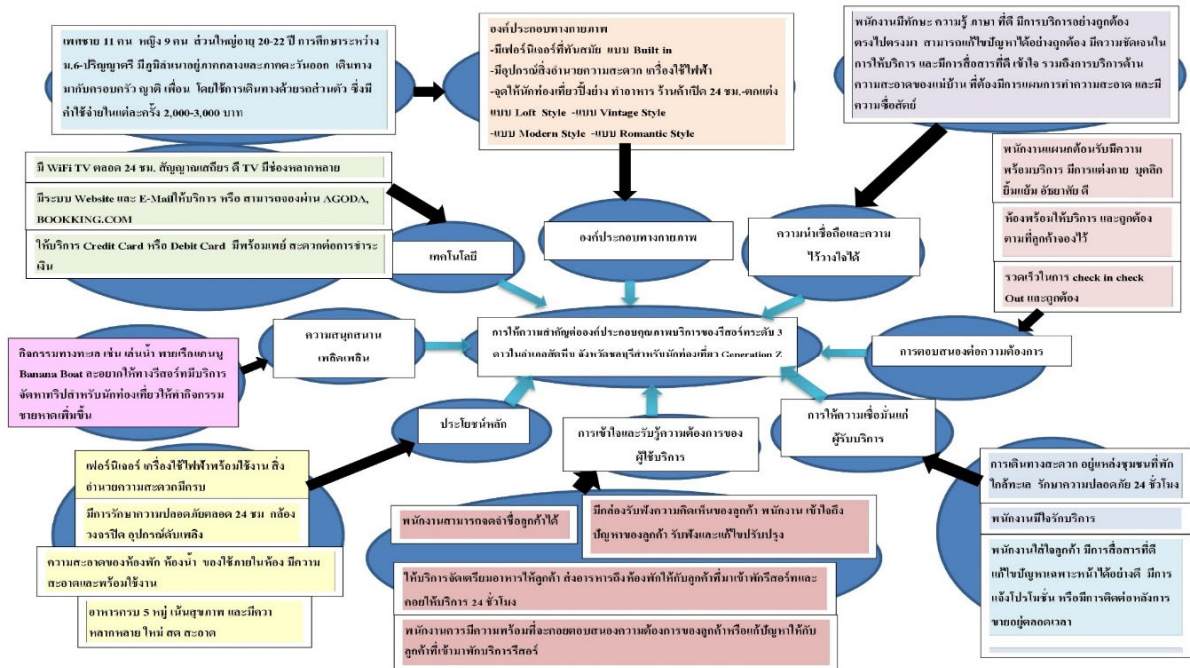
ความสำคัญขององค์ประกอบด้านเทคโนโลยี จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า การให้บริการห้องพักออนไลน์ ระบบ Wifi มีให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่รีสอร์ท ตลอด 24 ชั่วโมง สัญญาต้องเสถียรตลอดเวลา และทีวี มีช่องเคเบิลทีวีหรือกล่องรับสัญญาณทีวีให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่รีสอร์ทได้เลือกดูได้หลากหลาย ช่อง การให้บริการห้องพักออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ลูกค้ามีช่องทางในการจองห้องพักได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และสิ่งสำคัญในการจองห้องพักออนไลน์ควรลงรูปให้เหมือนภาพจริงมากที่สุด มีระบบ E-Mail ของโรงแรม Website ของโรงแรม อยากรีสอร์ท มีระบบ Website และ E-Mail ให้บริการกับนักท่องเที่ยวและรีสอร์ทมีการจัดการจองห้องพักออนไลน์ทาง Website เพื่อให้ลูกค้าเช็คห้องพักได้แบบทันที รวดเร็ว แล้วสามารถจองผ่านได้โดยตรงกับทางโรงแรมเลย หรือลงข้อมูลกับ AGODA, BOOKING.COM การให้บริการเก็บเงินโดยใช้ Credit หรือ Debit Card การให้บริการ Credit Card หรือ Debit Card สะดวกในการชำระเงินของลูกค้าที่เข้ามาพักที่รีสอร์ท และในปัจจุบัน มีช่องทางที่ชำระเงินที่สะดวกมากขึ้น พร้อมเพย์ เป็นบริการทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ ใช้ในการโอนเงินและรับเงิน เป็นบริการเพิ่มจากการโอนเงินแบบเดิม ที่ให้ประชาชนเลือกใช้ได้และทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกมากขึ้น เพราะระบบพร้อมเพย์จะใช้เลขประจำตัวประชาชน หรือ หมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงินแทนได้ ทำให้สะดวกและง่ายต่อการจดจำ จากเดิมที่ต้องรู้เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคารจึงจะโอนเงินให้ได้ พร้อมเพย์จึงเป็นบริการทางเลือกให้กับประชาชน โดยทุกคนไม่จำเป็นต้องมาลงทะเบียน แต่ผู้ที่มีการโอนเงินรับเงินบ่อย ๆ ควรมาลงทะเบียนใช้พร้อมเพย์ เพราะจะได้รับประโยชน์จากค่าธรรมเนียมที่ถูกลงมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา ขวัญใจ (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความภักดีในการจองห้องพักโรงแรมทางออนไลน์ของลูกค้าใน กรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ (e-Satisfaction) ในการจองห้องพักโรงแรมทางออนไลน์ ของ ลูกค้าในกรุงเทพมหานครในด้านความสะดวก (Convenience) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านการจองฯ ทางออนไลน์ ทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลโรงแรมและห้องพักปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจ (e-Trust) ในการจองห้องพักโรงแรมทางออนไลน์ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือในด้านความปลอดภัย (Security) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือเชื่อว่า การจองฯ ทางออนไลน์ มีความปลอดภัย ในภาพรวมของการทำธุรกรรมปัจจัยที่มีผลต่อความภักดี (e-Loyalty) ในการจองห้องพักโรงแรมทางออนไลน์ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ตอกบุญนาค และธัญพร ทองคำนุช (2558) ศึกษาเรื่อง ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จองผ่านบริษัท Agoda ความพึงพอใจด้านโปรโมชั่นความพึงพอใจของผู้มาพักสอดคล้องกับราคามากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนุชา ฐานอนิทธิราและเจริญชัยชนะวงศ์ และระชานนท์ ทวีผล (2558) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรีวัยทำงาน ชาวไทยในเขตภาคกลาง กรณีศึกษาเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า พบว่าสุขภาพสตรีวัยทำงาน เดินทางเพื่อมาพักผ่อน โดยเลือกที่ ที่พักแรมระดับ 5 ดาวที่ตอบสนองความต้องการได้ทุกด้านค้นหาข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ตเนื่องจากมีความรวดเร็วและได้ข้อมูลที่ครบถ้วนให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้วเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะเด่นเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น Z ด้านทัศนคติ คือ ทุกอย่างสามารถ เรียนรู้ได้จากโลก ออนไลน์ ด้านบุคลิกภาพ/ อุปนิสัยทั่วไป คือ ติดออนไลน์ ติด และด้านบุคลิกภาพ/ อุปนิสัยใน ด้านสังคม คือ มีโลกส่วนตัวสูง มักอยู่กับสังคม ออนไลน์ การเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับเหตุผล

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง การให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการของรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ในอำเภอ สัตหีบ จังหวัดชลบุรี สำหรับนักท่องเที่ยว Generation Z ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบบริการของรีสอร์ท ว่าประกอบด้วยเหตุผลในด้านต่าง ๆ และผู้ประกอบการ รีสอร์ทสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนการให้บริการนักท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Z

1. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการบริการของรีสอร์ท พฤติกรรมการใช้บริการรีสอร์ทระดับ 3 ดาว พบว่า ลูกค้าจะพิจารณาจากการให้บริการของรีสอร์ทเป็นอันดับแรก โดยจะให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงาน ดูจากความเต็มใจให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือลูกค้ามีกระบวนการทำงานด้วยความถูกต้องรวดเร็วแม่นยำ ห้องพักของรีสอร์ท จะต้องมีความสะอาด เช่นผ้าปู บริเวณรอบ ๆ ห้องพัก ห้องน้ำต้องมีความสะอาด และมีอุปกรณ์ ของใช้ในห้องน้ำที่พร้อมใช้ และมีความสะอาดรวมบริเวณโดยรอบของโรงแรม หากมีความสวยงาม กว้างขวางและบรรยากาศดี ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจเข้าเข้าพักรีสอร์ทนั้น ๆ หรือกลับมาพักซ้ำอีก วิธีที่ลูกค้าเลือกรับข่าวสารโปรโมชั่นผ่านทาง โซเชียลมีเดีย มีการเข้าไปค้นหาในอินเทอร์เน็ต โดยเจาะจงไปที่เว็บไซต์ของรีสอร์ท และทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นที่จะเข้ามาใช้บริการรีสอร์ท งบประมาณของผู้ที่จะเข้าพักจะอยู่ที่ประมาณ 2,000 – 5,000 บาท ต่อคน การเลือกรีสอร์ท ที่จะเข้าไปสอบถามเบื้องต้น ส่วนใหญ่จะดูราคาที่ไม่เกินงบประมาณ ซึ่งมีหลายรีสอร์ทที่อยู่ในรายการในแต่ละครั้ง แต่หลักสำคัญที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการหรือไม่ นั้น จะขึ้นอยู่กับบริการที่ได้พูดคุยกับพนักงาน ได้เห็นถึงความช่วยเหลือ หรือตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้ขอไป หากรีสอร์ทไหนมีการให้ข้อมูลที่ดี น้ำเสียงชัดเจน เต็มใจ แสดงถึงความเต็มใจที่อยากให้ไปใช้บริการ ทางลูกค้าก็จะเลือกโรงแรมดังกล่าวเพื่อใช้บริการ

2. ผู้ประกอบการรีสอร์ทสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนการให้บริการนักท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Z ผู้ประกอบการธุรกิจรีสอร์ท ควรมีการวางแผนการตลาด มีการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทุกรูปแบบ เช่นการจัดสร้างเพจของรีสอร์ท บน Facebook และขยับลงภาพ ลงรูป ลงข้อมูลของรีสอร์ท จัดโปรโมชั่น หรือมีการไลฟ์สดสภาพอากาศในแต่ละวัน หรือมีการรีวิวจากผู้เข้ามาพัก หรือแชร์ลงในกลุ่มท่องเที่ยวกลุ่มที่พัก เป็นต้น รวมทั้งทำสมัครเป็นสมาชิกทำสัญญาอยู่กับ Booking.com และ Agoda เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ และก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการ ด้านโปรโมชั่น มีการจัดโปรโมชั่นอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บแต้มสะสมคะแนนเพื่อแลกที่พักฟรี หรือส่วนลดในช่วงที่เป็น โลกซีซั่น จะสามารถช่วยให้การเข้าพักของลูกค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ด้านการจัดจำหน่ายก็ต้องมีช่องทางในการจองห้องพักหลากหลาย เช่นเว็บไซต์ของรีสอร์ท เพื่อความสะดวกของลูกค้า ช่องทางการชำระเงินเป็นอีกสิ่งจำเป็นที่โรงแรมควรมี เพราะปัจจุบัน ช่องทางการชำระเงินมีหลากหลายเช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือรวมถึงการจ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ทางรีสอร์ทจึงควรมีไว้เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทุกช่องทาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะต้องทำให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเล มีกิจกรรมทางน้ำให้กับผู้เข้าพัก เช่น การดำน้ำ การเล่นน้ำ การพายเรือแคนู หรือมีกิจกรรม การปิ้งย่าง ไว้ในลูกค้าได้เลือกอย่างหลากหลาย สามารถสรุปเป็นโมเดลข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรไปศึกษาความคิดเห็นต่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจีน รัสเซีย อินเดีย และยุโรปเพื่อพัฒนาปรับปรุงเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นในการให้บริการนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ที่มีความต้องการการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ รีสอร์ท 4-5 ดาว เพื่อต่อยอดและนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการและยกระดับ ของรีสอร์ทต่อไปได้ เช่น การศึกษาการทำตลาดผ่านช่องทาง Social Network ได้แก่ Facebook ของกลุ่ม Generation Z ในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิตติยา ขวัญใจ. (2560). *ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความภักดีในการจองห้องพักโรงแรมทางออนไลน์ของลูกค้า ในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- กิริยา ชรัททองเขียว. (2558). *การศึกษาโมเดล ACSI และ H-CHI ความพึงพอใจของผู้บริโภคธุรกิจ Budgeted hotels ในประเทศไทย*. (การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี, คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จามรี โชริชม. (2554). *ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ท เกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชไมพร กรัญชัย. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนำเที่ยวข้ามชายแดนไทย-ลาว ของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).
- ณัฐพร ดอกบุญนาค และธนาปกรณ ทอคำนุช. (2558). *ความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี*. สุพรรณบุรี: กองทุนส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุพรรณภูมิ.
- ดนุชา ฐานะอินทิตรา, เจริญชัยชนะวงศ์, และระชานนท์ ทวีผล. (2558). *กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวคุณภาพสตรีวัยทำงาน ชาวไทยในเขตภาคกลาง กรณีศึกษาเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ธนิต บุตรทิพย์สกุล. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)* (พิมพ์ครั้งที่ 3 ปรับปรุงใหม่). นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประพล จิตคดี. (2552). *ผลการศึกษานวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัด กำแพงเพชร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์กายภาพและคณิตศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร).
- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. (2558). *ภาพลักษณ์และคุณภาพการใช้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วัฒนา ทนงค์แดง. (2560). *รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่จังหวัดตราด*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม, คณะการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- วิวัฒน์ จันทรกิ่งทอง. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขานาค้าง จังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่).
- ศศิพิมล แสงจันทร์. (2560). *การจัดการเพื่อเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กใน เขตภาคตะวันออกของประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์).
- ศุทธิกานต์ คงคล้าย. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักโรงแรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).



- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). *พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=30860>.
- 3-star hotels in Sattahip*. (2018). Retrieve from <https://www.booking.com>
- Green, J., & Thorogood, N. (2009) *Qualitative methods for health research*. London: Sage.
- Lai, K. I. W. & Hitchcock, M. (2016). A comparison of service quality attributes for stand-alone and resort-based luxury hotels in Macau: 3-Dimensional importance-performance analysis. *Tourism Management*, 55, 139-159.
- Lee, S. C., Barker, S., & Kandampully, F. (2003). Technology, service quality, and customer loyalty in hotels: Australian managerial perspectives. *Management Service Quality*, 13(5), 423-432.
- Nadiri, H., & Hussain, K. (2005). Perceptions of service quality in North Cyprus hotels. *International Journal Contemp. Hospitality Manage*. 17(6), 469-480.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12- 40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Peng, J., Zhao, X., & Mattila, A. S. (2015). Improving service management in budget hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 139-148.
- Serrat, J. M. B. (2011). Quality of hotel service and consumer protection: a European contract law approach. *Tourism Manage*, 32(2), 277-287.
- Wu, S. I., & Lu, C. L. (2012). The relationship between CRM, RM, and business performance: a study of the hotel industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 276-285.