



รายงานวิจัย

เรื่อง

คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์
การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
Service Quality of Hotels in Nonthaburi Province under
Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19)

โดย

พลสิทธิ์ ศรีศิริ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ชื่องานวิจัย: คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
ชื่อผู้วิจัย: พลสิทธิ์ ศรีศิริ
ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เก็บตัวอย่างโดยวิธีแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพคือผู้บริหารหรือหัวหน้างาน จากทั้งหมด 6 โรงแรม จำนวนรวม 12 คน โดยวิธีแบบเจาะจง จำนวน 2 คนต่อโรงแรม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพคือ การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า

1) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$, $SD=0.493$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.617$)

2) ผลการทดสอบสมมติฐาน นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเข้าใจและเห็นอก

เห็นใจผู้ใช้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) แนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยเสนอให้ทางโรงแรมมุ่งพัฒนาในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมดียิ่งขึ้นไป โดยมุ่งพัฒนาบริการต่าง ๆ ให้ครบวงจรเพื่อรองรับความต้องการผู้ใช้บริการ เช่น การให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง มีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และในสถานการณ์เช่นนี้ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus (Safety & Health Administration) ให้ผู้รับบริการทราบมากขึ้นด้วย ใช้วิธีการสื่อสารหรือแนะนำข้อมูลต่อผู้ใช้บริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือนและแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ และควรนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัสโดยตรง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการใช้บริการกับทางโรงแรมมากขึ้น

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทย ธุรกิจโรงแรม ไวรัสโคโรนา 2019



Research Title: Service Quality of Hotels in Nonthaburi province under Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19)

Researcher: Pollasit Srisiri

Year: 2022

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the Service Quality of Hotels in Nonthaburi province under Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19). 2) to compare the tourist opinions on the Service Quality of Hotels in Nonthaburi province which classified by personal factors. 3) to study the guidelines for improving service quality that are suitable for hotel businesses in Nonthaburi province. Using mixed methods research consisting of quantitative research and qualitative research. The sample consisted of 400 Thai tourists by stratified sampling while the qualitative data is executives or supervisors from 6 hotels, total 12 people by purposive sampling 2 people per hotel. The research material was questionnaire by using data analysis of mean, percentage, standard deviation, t-test, one-way ANOVA while the qualitative analysis used the content analysis.

The results show that;

1) The tourists have an opinion on the Service Quality of Hotels in Nonthaburi province under Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19). Overall, it's at a high level. ($\bar{x}=3.72$, $SD=0.493$) When considering each aspect, it was found that it had the highest average in terms of tangibility. ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.617$)

2) The hypothesis test results showed that, tourists who had different sex, age, marital status, level of education, occupation, and domiciled have an opinion on the Service Quality for Thai tourists of Hotels in Nonthaburi province under Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19). There is not significant. While tourists with different monthly incomes have the same overall opinion. If considering each aspect, it was found that the empathy was statistically significant difference at the 0.05 level.

3) The guidelines for improving service quality of Hotels in Nonthaburi province under Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19). The researcher proposes the

hotel to focus on improving reliability which has the lowest mean in order to make the service users more satisfied with the quality of the hotel service by focusing on developing a full range of services to meet the needs of users such as providing accurate information. There are modern equipment and complete facilities. In this situation, the more SHA Plus (Safety & Health Administration) hotel operations must be publicized. Use methods to communicate or recommend information to users through various channels to reduce the risk of spreading the COVID-19, such as provide warning signs and guidelines for service users. New technology should be introduced in hotels to reduce direct exposure. In order for users to be more reliable and trust in using the service with the hotel.

Keywords: Service Quality, Thai tourists, Hotel business, Coronavirus Diseases 2019



กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก อาจารย์กิตติยานภลัย ภูตระกูล ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและนวัตกรรม ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ทำวิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัย รวมทั้ง นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม และสถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่ง ในจังหวัดนนทบุรี ที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์

ในท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยต้องขอระลึกถึงความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่านที่เป็นผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษา และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องคอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน จนทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี



พลสิทธิ์ ศรีศิริ

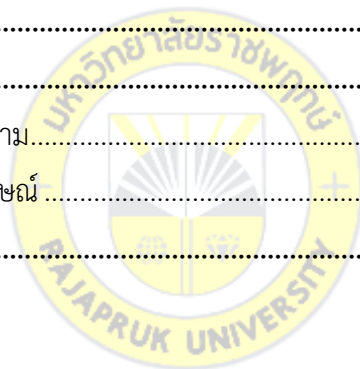
เมษายน 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	7
2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม.....	21
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).....	36
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	41
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	44
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	45
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	64
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 อภิปรายผล	74
5.3 ข้อเสนอแนะ	76
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	76
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	80
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	87
ประวัติผู้วิจัย	90



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว.....	45
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019.....	49
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	49
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ.....	51
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ.....	53
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	54
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ	55
4.8 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามเพศ.....	56
4.9 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามกลุ่มอายุ	57
4.10 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามสถานภาพการสมรส	59
4.11 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามระดับการศึกษา	60

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.12 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามอาชีพ.....	61
4.13 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	62
4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	63



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	40



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มพบการแพร่เชื้อในประเทศจีนตั้งแต่ปลายปี 2562 หลังจากนั้นก็มีการแพร่กระจายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนและเศรษฐกิจในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ซึ่งหากพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ที่มีสัดส่วนของธุรกิจท่องเที่ยว โดยอ้างอิงตัวเลขตามรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก พบว่า ประเทศที่จะได้รับผลกระทบจากเชื้อ COVID-19 มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ ประเทศไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 22 ของ GDP ของประเทศ (สยามรัฐออนไลน์, 2563: ออนไลน์)

โดยสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศหลังจากมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยหยุดนิ่งมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสายการบิน เครื่องบิน และบริษัททัวร์รวมทั้งกลุ่มธุรกิจ MICE (Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions) บริษัทเช่ารถ เรือสำราญ ไกด์นำเที่ยว พิธีกรนำเที่ยว ไปจนถึงแหล่งช้อปปิ้ง ร้านค้า และร้านอาหาร ได้รับผลกระทบอย่างมาก จากสถานการณ์ดังกล่าวหลายประเทศทั่วโลกต่างออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ในส่วนของประเทศไทยภาครัฐออกมาตรการดูแลและเยียวยาทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากไวรัสโคโรนา 2019 ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ 1-3 และมาตรการเพิ่มเติมเป็นการเฉพาะกรณี “ธุรกิจท่องเที่ยว” เพื่อบรรเทาผลกระทบและเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ (สยามรัฐออนไลน์, 2563: ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม มาตรการต่าง ๆ ที่จะช่วยฟื้นฟูและบรรเทาผลกระทบภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลายลงยังคงต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้นในลักษณะไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563: ออนไลน์)

โดยภาครัฐได้จัดโครงการเที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวไทยที่ได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในสองแพ็คเกจ คือ เราเที่ยวด้วยกัน และ กำลังใจ โดยมีการกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยว คือ 1) สร้างงาน สร้างรายได้เสริมสภาพคล่องกระตุ้นการบริโภคภาคประชาชนผ่านการเดินทางภายในประเทศ และ 2) สร้างรายได้จากฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สร้างสมดุลเชิงโครงสร้างใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีกลไกในการขับเคลื่อน คือ 1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค 2) Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวโนมัล เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว พัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว 4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว 5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563: ออนไลน์)

ปัจจุบันในยุคแห่งการแข่งขันความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าในการบริการ หลายโรงแรมจึงมีการจัดระบบการจัดการคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว นำสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ คุณภาพการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการวางแผนการตลาด และเป็นองค์ประกอบของการตลาดที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในปัจจุบัน กล่าวคือ ธุรกิจใดสามารถสร้างคุณภาพการให้บริการได้เหนือกว่าคู่แข่ง จะคงอยู่ในตลาดได้อย่างยาวนาน โดยการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นบรรทัดฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การที่แขกจะเดินทางมาพักที่โรงแรมนั้นมากขึ้นเป็นสิ่งที่ส่งเสริมธุรกิจโรงแรม และทางโรงแรมมีความพร้อมเพียงพอหรือไม่ที่จะพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้รองรับกับธุรกิจประเภทนี้ ไม่ว่าจะทางด้านพนักงาน เทคนิคต่าง ๆ การบริการ ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ อย่างได้ผลที่จะเป็นการพัฒนาธุรกิจโรงแรมนี้ ซึ่งการที่จะมีที่พักที่ได้มาตรฐานหรือหรูหราย่างในปัจจุบันนั้น สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงก็คือ คุณภาพการให้บริการของโรงแรม โดยการให้บริการนั้นต้องสอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (วิจัยกรุงศรี, 2563: ออนไลน์)

โดยสถานประกอบการโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้พนักงานที่เข้ามาใช้บริการน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด และมีบางช่วงที่ต้องปิดให้บริการไป แต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้นจึงสามารถกลับมาเปิดให้บริการได้ตามเดิม ซึ่งก่อนการเปิดให้บริการนั้น ทางสถานประกอบการโรงแรมต้องมุ่งสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ (Servqual) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และความ

เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังต้องปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยตามที่กระทรวงสาธารณสุขและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยผู้วิจัยจะทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและสัมภาษณ์ตัวแทนของสถานประกอบการโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีจำนวน 6 แห่ง และผู้วิจัยหวังว่า ผลของการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะนำผลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และช่วยสร้างความเข้าใจในปัจจัยการกำหนดคุณภาพการให้บริการมากขึ้น สามารถนำผลวิจัยมาปรับปรุงบริการให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง และยังสามารถเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตด้วย

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

1.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

1.4 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยผู้วิจัยศึกษาตัวแปรดังนี้

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพการสมรส 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ 6) รายได้ต่อเดือน และ 7) ภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพของการให้บริการ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ 3) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และ 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ จำนวนผู้ที่เคยใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีมีจำนวนมาก แต่ไม่สามารถระบุจำนวนที่ชัดเจนได้ เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดเก็บรวบรวมข้อมูล จึงแบ่งจำนวนประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโรงแรมตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวน 2 คนต่อโรงแรม เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้กำหนดระยะเวลาศึกษา ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563-ธันวาคม 2564 รวมระยะเวลาทั้งหมด 12 เดือน

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป และเป็นที่ยักยอมรับของคนในพื้นที่ ติดอันดับหนึ่งของแต่ละอำเภอในจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งหมด 6 แห่ง ใน 6 อำเภอ ได้แก่

1. โรงแรมริชมอนด์ อำเภอเมืองนนทบุรี
2. โรงแรมเบสท์ เวสเทิร์นพลัส แวนด้าแกรนด์ อำเภอปากเกร็ด
3. โรงแรมเบลล่า บี อำเภอบางกรวย
4. โรงแรมเวสต์เกต เรสซิเดนซ์ อำเภอบางใหญ่
5. โรงแรมศศิ นนทบุรี อำเภอบางบัวทอง
6. คักดีสยาม เลคไซด์ รีสอร์ท อำเภอไทรน้อย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี หมายถึง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมทั้ง 6 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ระดับความสามารถของบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันระหว่างสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวังและรับรู้ต่อบริการนั้น โดยผู้วิจัยได้นำคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านมาเป็นตัวกำหนด ได้แก่

1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้ลักษณะหรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรม

2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการของโรงแรมนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ บริการทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุครั้งของการบริการ ที่จะทำให้ผู้บริกรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการของโรงแรม โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและรับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็วไม่ต้องรอนาน

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรม ความสุภาพ ให้เกียรติผู้ให้บริการ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้ให้บริการ

5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ของโรงแรม ให้ความสนใจผู้ใช้แต่ละคน มีความใกล้ชิดสนิทสนม สามารถรับรู้ถึงความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการ ข้อจำกัดและปัญหาของผู้ใช้บริการ

1.6.2 โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หมายถึง โรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด 19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่ว ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้สถานประกอบการโรงแรมต้องประสบปัญหาในการให้บริการ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการตามมาตรการรักษาความปลอดภัยด้านสุขภาพและอนามัยที่ทางกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้

1.6.3 โรงแรมนนทบุรี หมายถึง สถานประกอบการโรงแรมที่เปิดให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวใน 6 อำเภอของจังหวัดนนทบุรี ที่ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่

- 1) โรงแรมริชมอนด์ อำเภอเมืองนนทบุรี
- 2) โรงแรมเบสท์ เวสเทิร์นพลัส แวนด้าแกรนด์ อำเภอปากเกร็ด
- 3) โรงแรมเบลล่า บี อำเภอบางกรวย
- 4) โรงแรมเวสต์เกต เรสซิเดนซ์ อำเภอบางใหญ่
- 5) โรงแรมศศิ นนทบุรี อำเภอบางบัวทอง
- 6) ศักดิ์สยาม เลคไซด์ รีสอร์ท อำเภไทรน้อย

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.7.1 สถานประกอบการธุรกิจโรงแรม สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ให้ดียิ่งขึ้น

1.7.2 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนนทบุรี สมาคมโรงแรมไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

2.1.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty)

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้าหมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการนั้นเป็นพิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ่มค่าเงิน คุณภาพการให้บริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐานที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้

2.1.2 องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ

Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Leonard L. Berry (2008) ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการซึ่งมี 5 ข้อ ได้แก่

2.1.2.1 สิ่งที่มีสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่นเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงานสิ่งที่มีสัมผัสได้เหล่านี้จะ

เหมือนกับสิ่งแวดลอมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดตัวที่ 7 (P7)

2.1.2.2 ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การรักษาคนไข้ของโรงพยาบาล ต้องรักษาให้หายป่วย การฝากเงินกับธนาคารต้องมีการรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์ คำนวณดอกเบี้ยไม่ผิดพลาด การทำนายโชคชะตาต้องมีความแม่นยำในการทำนาย

2.1.2.3 ความรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวนทั้งต้องมีความกตัญญู เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

2.1.2.4 การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และมีคุณภาพ จริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล นอกจากนี้อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น ISO 9001: 2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารดีเด่น หรือผู้บริหารได้รับรางวัลผู้บริหารดีเด่น

2.1.2.5 การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) องค์ประกอบข้อนี้เป็นการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

ในการให้บริการหนึ่ง ๆ ลูกค้าจะยอมรับว่าบริการใดมีคุณภาพหรือไม่นั้น จะต้องวัดจากทั้ง 5 องค์ประกอบข้างต้น

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2551) คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้ามี 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังที่จะมีผลต่อการประเมินคุณภาพการให้บริการ ได้แก่

1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการเพราะบริการเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ทำให้มีความเสี่ยงเพราะไม่สามารถทดลองก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามเอาจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้น ๆ มาก่อน

2. Personal Needs and Preferences เป็นความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษาครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม ฯลฯ

3. ประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา (Past Experiences) ถ้าเราไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารอิตาลีแห่งหนึ่งเป็นประจำ เจ้าของร้านมักจะจัดของหวานขึ้นพิเศษให้เสมอทุกครั้งที่เราไปเมื่อลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ร้านนี้อีกก็ย่อมจะคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลที่เป็นพิเศษในลักษณะนี้อีกเช่นเคย แต่ถ้าลูกค้าไม่เคยได้รับการดูแลที่เป็นพิเศษในลักษณะนี้มาก่อนแต่ได้รับเป็นครั้งแรก ลูกค้าจะรู้สึกพอใจเป็นพิเศษเหนือความคาดหวัง

4. การสื่อสารกับภายนอก (External Communication) ได้แก่ การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์เป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจมาใช้บริการสินค้าของบริษัท ฯลฯ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากความไม่แน่นอนของการผลิตงานบริการ ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ไม่สามารถตุนงานไว้ให้บริการล่วงหน้าได้ต้องทำการผลิตในขณะที่ลูกค้ามารับบริการก็มี ลูกค้าต้องเข้าคิวรอก็มีและที่สำคัญคืองานบริการเป็นการผลิตที่ต้องผสมระหว่างเครื่องมือทางเทคนิคบวกกับทักษะของพนักงานบริการเองทั้งหมดที่กล่าวมานี้ทำให้การผลิตงานบริการ ให้มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกันมีความไม่แน่นอนสูงมาก

Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Leonard L. Berry (2008) พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการวัดคุณภาพที่ทำการศึกษาไว้ในปี 1985 ทั้ง 10 ปัจจัยนั้น เมื่อทำการศึกษาอีกครั้งพบว่า เหลือเพียง 5 ปัจจัยคือ สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) โดยปัจจัยดังกล่าวมีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) มีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ
2. ความสะอาดสบายของสถานที่ให้บริการ
3. การแต่งกายของพนักงาน
4. สิ่งของที่แสดงถึงองค์กรที่ให้บริการ

ปัจจัยที่ 2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

5. การรักษาเวลาในการให้บริการ
6. ความเห็นใจและความเชื่อมั่นเมื่อมีปัญหา
7. การฟังพาได้
8. การรักษาสัญญาในการให้บริการ
9. การรักษาข้อมูลของลูกค้า

ปัจจัยที่ 3 การตอบสนอง (Responsiveness) มีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

10. ความสามารถในการกำหนดเวลาในการให้บริการ
11. ความรวดเร็วในการได้รับบริการ
12. ความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน
13. ความพร้อมในการให้บริการของธนาคาร

ปัจจัยที่ 4 การรับประกัน (Assurance) มีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

14. ความเชื่อมั่น ไว้วางใจในชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร
15. ความรู้สึกปลอดภัยในการทำธุรกรรม
16. ความสุภาพของพนักงาน
17. ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน

ปัจจัยที่ 5 ความเอาใจใส่ (Empathy) มีตัวแปรย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

18. ความเพียงพอของประเภทของบริการที่ธนาคารให้บริการ
19. ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน
20. การรู้ความต้องการของลูกค้าของพนักงาน
21. ความจริงใจต่อลูกค้าขององค์กร
22. ความสะดวกด้านเวลาให้บริการ

2.1.3 การประเมินคุณภาพการให้บริการโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการเป็นผู้ให้บริการ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ เนื่องจากมีภาวะการแข่งขันกันสูงในปัจจุบันในด้านของงานบริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ยังคงไม่สามารถตัดสินได้ด้วยตัวขององค์กรเอง แต่คุณภาพการบริการวัดจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการนั้น ๆ ขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการประเมินคุณภาพของการบริการเพื่อให้มีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการขององค์กรโดยมีเป้าหมายคือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการที่พัฒนาโดยทีมนักวิชาการการตลาด ได้แก่ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry สำหรับองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการโดยใช้ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ และเรียกรูปแบบการวัดคุณภาพการให้บริการนี้ว่า แบบจำลองช่องว่าง (Gap Model) ประกอบด้วยช่องว่าง 5 ลักษณะ (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985) ซึ่ง SERVQUAL จัดเป็นวิธีในการวัดคุณภาพการบริการ โดยอาศัยเกณฑ์ในการวัด 5 ประการ คือ สิ่งมีตัวตนที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้

ความเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ ความสามารถในการตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจในการบริการ และการดูแลเอาใจใส่ของธุรกิจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549)

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL ทั้ง 5 ประการ สามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่เลือกทำการเก็บข้อมูลได้

2.1.4 โครงการแนวทางการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

มีรายละเอียดในการดำเนินงานดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน

Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) เป็นโครงการความร่วมมือของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดีมีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับการระบาดของโรค COVID-19 ทำให้มนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนชีวิตประจำวันหลายอย่าง คำว่า New Normal จึงกลายเป็นคำที่เราคุ้นเคยกันมากขึ้นในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมา โดยสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่กลายเป็น New Normal ที่เราต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือ มาตรการด้านสาธารณสุข

ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ต้องรองรับผู้คนเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้น หลายหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยว และสาธารณสุขของประเทศไทย ซึ่งนำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงสาธารณสุข จึงได้ร่วมกันทำโครงการแนวทางการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) ขึ้น โดยมี การนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข มาผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งมาตรฐานเบื้องต้นจะประกอบด้วย 3 ส่วนหลักคือ

- สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร อาทิ การเว้นระยะห่างระหว่างที่นั่งและทางเดินอย่างน้อย 1 เมตร, การทำความสะอาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในพื้นที่ส่วนกลางอย่างสม่ำเสมอ, การทำความสะอาดลิฟต์ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น

- การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค อาทิ การติดตั้งพรมฆ่าเชื้อโรคบริเวณทางเข้าอาคาร, การติดตั้งจุดบริการแอลกอฮอล์เจลสำหรับล้างมือ เป็นต้น

- การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งมาตรการในแต่ละประเภทกิจการจะมีรายละเอียดระบุไว้อย่างชัดเจน อาทิ การตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานก่อนเข้าทำงาน, การให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดช่วงเวลาที่ให้บริการ เป็นต้น

โดยผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงโรงแรมที่สมัครเข้าร่วมโครงการ จะต้องผ่านการพิจารณา ตามข้อกำหนดของโครงการอย่างละเอียด ก่อนจะได้รับตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานดังกล่าว

มาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย โดยผู้ประกอบการศึกษาแนวทางปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA เพื่อปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นไปตามมาตรฐาน SHA และลงทะเบียนสมัครผ่าน เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/thailandsha

2. การรับรอง โดยสภา สมาพันธ์ และสมาคมต่าง ๆ

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นผู้ดำเนินการตรวจประเมิน Checklist พร้อมรับรองผลการปรับปรุงสถานประกอบการตามมาตรฐาน SHA โดยแบ่งเป็น 10 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ 1. ประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2. ประเภทโรงแรม/ที่พักและสถานที่จัดประชุม 3. ประเภทนันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว 4. ประเภทยานพาหนะ 5. ประเภทบริษัทนำเที่ยว 6. ประเภทสุขภาพและความงาม 7. ประเภทห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า 8. ประเภทกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 9. ประเภทโรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม และ 10. ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ

3. การออกตราสัญลักษณ์

ททท.เป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ โดยมีการระบุหมายเลขของตราสัญลักษณ์ SHA ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ทั้งนี้ ททท. สามารถเพิกถอนตราสัญลักษณ์ SHA ได้ในกรณีผู้ประกอบการไม่สามารถรักษามาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐาน SHA

4. การประเมิน SHA

เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว ดังนั้นการตรวจสอบสถานประกอบการ หรือกิจการที่ได้รับการอนุญาตให้เปิดบริการแล้ว การตรวจสอบ (Post Audit) จึงให้นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป ผ่านระบบออนไลน์ ที่ ททท. จัดทำขึ้น และสุ่มตรวจสถานประกอบการโดยคณะกรรมการตรวจประเมินซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากกรมอนามัย กรมควบคุมโรค กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กรมการท่องเที่ยว ททท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(หน่วยงานที่สุ่มประเมินขึ้นกับแต่ละประเภทของกิจการ) เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยและสุขลักษณะในแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (กรมการท่องเที่ยว, 2563)

1. การเตรียมความพร้อมประเภท “ที่พัก”

กลุ่มที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม และรีสอร์ท

1.1 พื้นที่ส่วนกลาง

- 1) จัดให้มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจนสำหรับผู้รับบริการในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
- 2) ให้มีระบบการคัดกรองพนักงาน เจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยว หากพบว่ามีไข้ ไอจาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ หรือมีอุณหภูมิร่างกายเท่ากับหรือมากกว่า 37.5 องศาเซลเซียสขึ้นไปแจ้งงดให้บริการและให้แจ้งเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อทราบทันที พร้อมส่งตัวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีการทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ผ่านการคัดกรอง
- 3) จัดให้มีลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนดหรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้
- 4) อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น
- 5) จัดให้มีที่ล้างมือพร้อมสบู่ หรืออุปกรณ์ฆ่าเชื้อ อย่างเพียงพอตลอดเวลาที่ให้บริการ เช่น เจลแอลกอฮอล์ ไว้บริการบริเวณต่าง ๆ เช่น ทางเข้า-ออก จุดประชาสัมพันธ์ ห้องส้วม หรือจุดอื่น ๆ อย่างเพียงพอ
- 6) จัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับให้เหมาะสมและเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร
- 7) จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร
- 8) จำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม เช่น โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก
- 9) ให้ทำความสะอาดโดยการเช็ดทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสของสถานที่ที่เกี่ยวข้องและอุปกรณ์ในพื้นที่สาธารณะอย่างสม่ำเสมอ และผิวสัมผัสรวมอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง เช่น พื้นผิวที่มีการสัมผัสหยาบจับบ่อย ๆ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันไดลิฟต์ เป็นต้น
- 10) ทำความสะอาดห้องส้วมอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง ด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรืออาเจฆ่าเชื้อด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ บริเวณจุดเสี่ยง เช่น กลอนหรือลูกบิดประตูห้องน้ำที่จับสายฉีดชำระที่รองนั่งโถส้วม ที่กดโถส้วม โถปัสสาวะ ก๊อกน้ำ ที่เปิดก๊อก อ่างล้างมือ เป็นต้น

- 11) จัดให้มีถังขยะที่มีฝาปิด คัดแยกขยะอย่างน้อยเป็นขยะทั่วไปและขยะรีไซเคิลมัดปากถุงให้แน่นและเก็บรวบรวมไว้ยังที่พักขยะอย่างถูกสุขลักษณะป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรค รอหน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง
- 12) จัดให้มีการระบายอากาศที่ดี มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอทั้งในอาคารและห้องส้วม และทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ
- 13) ควรมีเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้นหรือจุดสีเพื่อแสดงระยะยืนเว้นห่าง เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน ลิฟต์ เป็นต้น
- 14) สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น จัดให้มีป้ายแสดงคำแนะนำแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ

1.2 ห้องพัก

- 1) เจ้าหน้าที่หรือผู้ปฏิบัติงานต้องสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าทุกครั้งในขณะปฏิบัติงานหรือสวม Face Shield ร่วมด้วยก็ได้
- 2) พนักงานทำความสะอาด พนักงานเก็บรวบรวมมูลฝอยต้องป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามยาวเก็บขยะ ใส่ภาชนะเก็บรวบรวมและนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่และน้ำ
- 3) มีการแยกชุดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการเป็นรายบุคคล เช่น ผ้าขนหนู แก้วน้ำ ถ้วยกาแฟ เป็นต้น เพื่อป้องกันการสัมผัสและใช้สิ่งของร่วมกัน
- 4) ใช้ผ้าทำความสะอาดที่ผ่านการฆ่าเชื้อร่วมกับน้ำยาฆ่าเชื้อเพื่อทำความสะอาดห้องพักให้มีความปลอดภัย และให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน
- 5) ล้างอุปกรณ์ทำความสะอาดและผ้าทำความสะอาดทั้งหมดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ เพิ่มระดับความเข้มข้น (ppm) ของน้ำยาทำความสะอาดโดยอ้างอิงจากคู่มือและคำแนะนำของผู้ผลิต น้ำยาทำความสะอาดให้สามารถกำจัดเชื้อไวรัสได้
- 6) มีการปกปิดอาหารทุกครั้งขณะเสิร์ฟในการให้บริการ Room Service ตามหลักสุขาภิบาลอาหาร
- 7) พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในโรงแรมเพื่อช่วยลดการสัมผัส เช่น การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card

1.3 ห้องประชุม

- 1) จัดให้มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน สำหรับผู้รับบริการในกรณีที่มีทางเข้า-ออก หลายทาง ต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
- 2) ให้มีระบบการคัดกรองผู้จัดประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม หากพบว่ามีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ หรือมีอุณหภูมิร่างกายเท่ากับหรือมากกว่า 37.5 องศาเซลเซียสขึ้นไปแจ้งงดให้บริการและให้แจ้งเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อทราบทันที พร้อมส่งตัวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีการทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ผ่านการคัดกรอง
- 3) จัดให้มีลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนดหรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้
- 4) อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น
- 5) จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ
- 6) จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
- 7) ทำความสะอาดห้องประชุม และพื้นผิวสัมผัสร่วมอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง เช่น ที่จับประตู ห้องส้วม เป็นต้น
- 8) จัดที่นั่งจัดประชุมให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะ ที่นั่งและทางเดินอย่างน้อย 1 เมตร
- 9) ทำความสะอาดอุปกรณ์ที่มีการใช้ร่วมกัน เช่น ไมโครโฟน

1.4 ห้องอาหาร

- 1) จัดให้มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน สำหรับผู้รับบริการในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทาง ต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
- 2) ให้มีระบบการคัดกรองผู้จัดประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม หากพบว่ามีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ หรือมีอุณหภูมิร่างกายเท่ากับหรือมากกว่า 37.5 องศาเซลเซียสขึ้นไปแจ้งงดให้บริการและให้แจ้งเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อทราบทันที พร้อมส่งตัวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีการทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ผ่านการคัดกรอง
- 3) จัดให้มีพื้นที่การใช้บริการห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร รวมถึงพื้นที่รอคิว
- 4) มีการปกปิดอาหารทุกครั้งขณะเสิร์ฟ
- 5) ทำความสะอาดสิ่งของเครื่องใช้ เช่น โต๊ะอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุงประกอบอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับประทานอาหาร รวมถึงอุปกรณ์ทำความสะอาดอื่น ๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อภายหลังการทำมาความสะอาดด้วยความร้อนหรือน้ำยาฆ่าเชื้อ

6) ทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ โดยเฉพาะจุดสัมผัสร่วม อย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง เช่น ที่จับประตู ห้องส้วม เป็นต้น

7) จัดให้มีถังขยะที่มีฝาปิด คัดแยกขยะอย่างน้อยเป็นขยะทั่วไปและขยะรีไซเคิล มัดปากถุงให้แน่นและเก็บรวบรวมไว้ยังที่พักขยะอย่างถูกสุขลักษณะป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรค รอหน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง

8) จัดให้มีการระบายอากาศที่ดี มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอทั้งในอาคารและห้องส้วม และทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ

9) ควรมีบริการชำระเงินที่ปลอดภัย เพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัส ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

10) สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น จัดให้มีป้ายแสดงคำเตือน

1.5 ห้องออกกำลังกาย/ฟิตเนส

1) จัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทาง ต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง

2) จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้งและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง

3) จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำ และสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ

4) จำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร

5) ให้มีลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนดหรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้

6) ควรมีเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้นสีที่พื้นให้มีสีแตกต่างกันตามชนิดการให้บริการ

7) ทำความสะอาดเครื่องเล่นทุกประเภทอย่างสม่ำเสมอ และทำความสะอาดอุปกรณ์ทุกครั้งที่ให้บริการเสร็จสิ้น

8) เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด โดยเฉพาะจุดสัมผัสร่วม อย่างน้อยทุก 1 ชั่วโมง เช่น ที่จับประตู ห้องน้ำ เป็นต้น

9) มีการควบคุมสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่เชื้อในพื้นที่โซนให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

- 10) จัดให้มีถึงขณะสภาพดี มีฝาปิด สำหรับแยกทิ้งขยะที่เหมาะสมและเพียงพอและเก็บรวบรวมขยะเพื่อส่งไปกำจัดอย่างถูกต้อง
- 11) จัดให้มีการระบายอากาศที่เพียงพอ ติดตั้งและดูแลระบบการหมุนเวียนและการระบายอากาศภายในร้านเพื่อไม่ให้เป็นที่สะสมเชื้อ
- 12) สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น จัดให้มีป้ายแสดงคำเตือน

1.6 ผู้รับบริการ

- 1) ใช้ประตูสำหรับการเข้า-ออกที่ชัดเจน
- 2) ให้ความร่วมมือในการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายไม่เกิน 37.5 องศาเซลเซียสและสังเกตอาการตนเองอย่างสม่ำเสมอ หากมีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ ควรงดใช้บริการและไปพบแพทย์ทันที
- 3) จัดให้มีลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนดหรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้
- 4) ต้องสวมหน้ากากหน้ากนกหรือผ้าอนามัยทุกครั้งเมื่อเข้าใช้บริการ หรือสวม Face Shield ร่วมด้วยก็ได้
- 5) ต้องล้างมือด้วยน้ำและสบู่ เจลแอลกอฮอล์หรือน้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำเมื่อเข้ารับบริการจากสถานประกอบการโรงแรม/ที่พัก
- 6) เว้นระยะนั่งหรือยืนห่างกัน 1-2 เมตร เพื่อป้องกันการติดต่อสัมผัสหรือแพร่เชื้อโรคทางฝอยละออง
- 7) พักไม่เกิน 2 คนต่อห้อง และนอนเตียงแยก
- 8) จองล้างหน้าก่อนใช้บริการ เพื่อลดความแออัด
- 9) นักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ งดกิจกรรมในพื้นที่ส่วนรวมหรือนอกอาคาร ควรพักอยู่ในห้องส่วนตัว
- 10) นักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ ไม่ใช้สิ่งของร่วมกับผู้อื่น เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดหน้า แปรงสีฟัน แก้วน้ำ ภาชนะ ช้อน เป็นต้น
- 11) ไม่ควรชำระเงินด้วยเงินสดเพื่อลดการสัมผัสระหว่างกัน เช่น การชำระเงินผ่านระบบโอนเงิน หรือพร้อมเพย์ เป็นต้น

2. การเตรียมความพร้อมประเภท “โฮมสเตย์”

โฮมสเตย์ไทย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง ผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทนและจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

2.1 เจ้าของบ้าน

1) ตรวจคัดกรองและวัดอุณหภูมิร่างกายทุกคนไม่เกิน 37.5 องศาเซลเซียสก่อนให้บริการ หากพบว่ามียอดอุณหภูมิสูงเกิน 37.5 องศาเซลเซียสหรือมีไข้ ไอ จามมีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบให้หยุดให้บริการและไปพบแพทย์ทันที

2) จัดให้มีลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนดหรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้

3) ต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยหรือมีอุปกรณ์ป้องกันตนเองที่จำเป็นกรณีที่ต้องบริการใกล้ชิดกับผู้รับบริการ เช่น แผ่นใสครอบหน้า (Face shield) เป็นต้น

4) อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น

5) จัดให้มีที่ล้างมือพร้อมสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ไว้บริการอย่างเพียงพอและหมั่นล้างมือบ่อย ๆ หลังหยิบจับสิ่งของ หรือจุดที่มีการสัมผัสร่วมกัน หลีกเลี่ยงการสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น

6) รักษาระยะห่างในการอยู่ร่วมกัน 1-2 เมตร

7) กระดาษชำระและหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วต้องมีการจัดการที่เหมาะสมและทิ้งลงถังขยะที่มีฝาปิดทันที

8) ผู้ทำความสะอาดหรือผู้เก็บรวบรวมมูลฝอยต้องป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามยาวเก็บขยะ เก็บขยะใส่ถุงมัดปากถุงให้มิดชิด นำไปรวบรวมไว้ที่พักขยะหลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น ล้างมือด้วยสบู่และน้ำให้สะอาดหลังจากปฏิบัติงานเสร็จในแต่ละครั้ง

9) แยกชุดอุปกรณ์รับประทานอาหาร เช่น จานชาม แก้วน้ำ ฯ ซ้อนซ้อน สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการเป็นรายบุคคล เพื่อป้องกันการสัมผัสและใช้สิ่งของร่วมกัน

10) ให้ทำความสะอาดพื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกัน ดังนี้

- พื้นที่โดยรอบ พื้นผิวสัมผัส อุปกรณ์ เครื่องใช้ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ โดยเน้นจุดที่มีผู้สัมผัสร่วมกัน เช่น จุดนั่งพัก ราวจับ ราวบันได ที่จับประตูหรือลูกบิด เป็นต้น

- ภายในห้องพัก ทำความสะอาดภายหลังการให้บริการทุกครั้ง ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อโรคด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ โดยเน้นบริเวณจุดเสี่ยง ได้แก่ ลูกบิดประตู หัวเตียง โต๊ะวางของ รีโมทคอนโทรล เป็นต้น

- ทำความสะอาดห้องส้วม อย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง และอาจเพิ่มความถี่ในการทำ ความสะอาดมากขึ้น ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อบริเวณจุดเสี่ยง ได้แก่ กลอนหรือลูกบิดประตู ก๊อกน้ำอ่างล้างมือ ที่รองนั่งโถส้วมที่กดโถส้วมหรือโถปัสสาวะ สายฉีดน้ำชำระ และพื้นห้องส้วม

11) มีมาตรการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ปรุงสุกใหม่ การเสิร์ฟอาหารรวมถึงการคิดเมนูอาหารจากสมุนไพรเพื่อป้องกันโรค

12) ทำความสะอาดอุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุงประกอบอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับประทาน อาหาร ทุกครั้งหลังใช้งาน หรือถูกรอบที่เปลี่ยนพนักงาน

13) สังเกตอาการผู้ใช้บริการ หากพบมีอาการไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบให้รีบพาไปพบแพทย์ทันที

14) ใช้เทคโนโลยี มีระบบการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารหรือสามารถสแกน QR Code เพื่อลดการสัมผัสระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้ใช้บริการ

2.2 พื้นที่ส่วนกลาง

1) ให้ทำความสะอาดโดยการเช็ดทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสของสถานที่ที่เกี่ยวข้องรวมทั้ง อุปกรณ์ในพื้นที่สาธารณะอยู่เสมอ ๆ เช่น พื้นผิวที่มีการสัมผัสหยิบจับบ่อย ๆ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ทุกชั่วโมง

2) ทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลางโดยรอบพื้นผิวสัมผัส อุปกรณ์ เครื่องใช้ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดและอาจฆ่าเชื้อด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ โดยเน้นจุดที่มีผู้สัมผัสร่วมกัน เช่น จุดนั่งพัก ราวจับ ราวบันได ที่จับประตูหรือลูกบิด เป็นต้น

3) เตรียมเจลแอลกอฮอล์หรือสบู่สำหรับทำความสะอาดมือไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ

4) จัดให้มีถังขยะที่มีฝาปิดมิดชิด วางตามจุดต่าง ๆ เพื่อไว้ให้บริการและให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน

5) กรณีการจัดห้องประชุมจะต้องจัดโต๊ะสำหรับการประชุมให้มีพื้นที่ว่างระหว่างกันห่าง 1 เมตร

6) ทำความสะอาดห้องส้วมอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง ด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรืออาจฆ่าเชื้อด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ บริเวณจุดเสี่ยง เช่น กลอนหรือลูกบิดประตูห้องน้ำที่จับสายฉีดชำระ ที่รองนั่งโถส้วมที่กดโถส้วม โถปัสสาวะ ก๊อกน้ำ ที่เปิดก๊อกอ่างล้างมือ เป็นต้น

7) สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดเชื้อโควิด-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงคำเตือน เป็นต้น

2.3 ห้องพัก

1) มีระบบระบายอากาศที่ดีโดยเปิดประตูและหน้าต่างห้องพักให้อากาศถ่ายเทกรณีมีเครื่องปรับอากาศ ให้มีอัตราการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอทั้งภายในห้องพักและห้องส้วม และทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ

2) ให้ทำความสะอาดโดยการเช็ดทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสภายในห้องพัก ใช้ผ้าทำความสะอาดที่ผ่านการฆ่าเชื้อร่วมกับน้ำยาฆ่าเชื้อเพื่อทำความสะอาดห้องพักให้มีความปลอดภัยโดยเน้นบริเวณจุดเสี่ยง ได้แก่ ลูกบิดประตู หัวเตียง โต๊ะวางของริมทคอนโทรล เป็นต้น และให้กักจัดขยะมูลฝอยทุกวัน

3) ล้างอุปกรณ์ทำความสะอาดและผ้าทำความสะอาดทั้งหมดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อเพิ่มระดับความเข้มข้น (ppm) ของน้ำยาทำความสะอาดโดยอ้างอิงจากคู่มือและคำแนะนำของผู้ผลิตน้ำยาทำความสะอาดให้สามารถกำจัดเชื้อไวรัสได้

4) กรณีให้บริการห้องแอร์ปรับอากาศ ให้ปรับตำแหน่งเครื่องปรับอากาศทุกห้องให้เหมาะสมเพื่อการไหลเวียนของอากาศ

2.4 ผู้รับบริการ

1) ให้ความร่วมมือในการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายทุกคน ไม่เกิน 37.5 องศาเซลเซียสและสังเกตอาการตนเองอย่างสม่ำเสมอ หากมีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ ควรดื่มน้ำและไปพบแพทย์ทันที

2) ต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยทุกครั้งเมื่อเข้าใช้บริการ

3) ต้องล้างมือด้วยสบู่ เจลแอลกอฮอล์ หรือน้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำเมื่อเข้าใช้บริการ

4) เว้นระยะนั่งหรือยืนห่างกัน 1-2 เมตร เพื่อป้องกันการติดต่อสัมผัสหรือแพร่เชื้อโรคทางฝอยละออง

5) ให้ความร่วมมือปฏิบัติตามคำแนะนำของสถานที่พักอย่างเคร่งครัด

6) ล้างมือทุกครั้งก่อนและหลังรับประทานอาหาร ก่อนและหลังเข้าใช้บริการห้องส้วม

7) หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา จมูก และปาก

8) ไม่ใช่สิ่งของร่วมกับผู้อื่น เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดหน้า แปรงสีฟัน แก้วน้ำ จานชาม ช้อน เป็นต้น

9) ไม่ควรชำระเงินด้วยเงินสดเพื่อลดการสัมผัสระหว่างกัน เช่น การชำระเงินผ่านระบบโอนเงิน หรือพร้อมเพย์ เป็นต้น

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า มาตรฐาน SHA เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการที่พักแรมควรให้ความสำคัญ เพื่อสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ ให้ทุกคนรู้สึกปลอดภัยและห่างไกลจาก COVID-19 ดังนั้นจึงถือว่าเป็นอีกหนึ่งอย่างของการวัดคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ที่ผู้ใช้บริการจะสอบถามหรือตรวจสอบข้อมูลก่อนการเข้าใช้บริการได้

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะขาดเสียไม่ได้ ซึ่งบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจากที่ใด ๆ ก็ตาม ต่างก็จะต้องมองหาที่พักและหลบนอนเพื่อที่ตนจะได้มีการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปในวันรุ่งขึ้น สำหรับในปัจจุบันนี้ธุรกิจทางโรงแรมนั้นเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง เพราะมีการพัฒนาและขยายกิจการอย่างมาก และมีความแตกต่างจากอดีตเป็นอย่างมาก และที่สำคัญก็คือทำให้มีการกระจายรายได้และเป็นผลดีสำหรับภูมิภาคนั้น ๆ อย่างอเนกอนันต์

ธุรกิจโรงแรมเมื่อสมัยเริ่มแรกของการก่อตั้ง การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการนั้นยังไม่ใหญ่โตหรือเจริญก้าวหน้ามากนัก เพราะอาศัยการบริหารที่ยังไม่ถูกต้อง ตามหลักการที่แท้จริง กล่าวคือ การบริหารงานนั้นยังไม่เป็นทางวิทยาศาสตร์ (Science) มีความรู้อย่างไรก็ดำเนินการไปอย่างนั้น อย่างไม่ค่อยถูกต้องตามหลักเกณฑ์ หลังจากนั้นความเจริญได้เข้ามามีส่วนทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีต่าง ๆ มีส่วนทำให้การดำเนินงานและการบริหารเปลี่ยนไปมาก ดังจะเห็นว่าในยุคนี้มีนักวิชาการ หรือผู้รู้ต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย ได้มีการเริ่มก่อสร้าง กิจการโรงแรมขนาดใหญ่ขึ้นซึ่งจะเห็นว่ามีมีการก่อสร้างเพิ่มขึ้นหลายแห่ง นั้นแสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวและการที่แขกจะเดินทางมากพักนั้นมากขึ้นเป็นสิ่งที่ส่งเสริมธุรกิจโรงแรม และทางโรงแรมมีความพร้อมเพียงพอหรือไม่ที่จะพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้รองรับกับธุรกิจประเภทนี้ ไม่ว่าจะทางด้านพนักงาน เทคนิคต่าง ๆ การบริการ ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ อย่างได้ผลที่จะเป็นการพัฒนาธุรกิจโรงแรมนี้ ซึ่งการที่จะได้มีที่พักที่ได้มาตรฐานหรือหรูหราอย่างในปัจจุบันนั้น สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ไม่ว่าจะจะเป็นลักษณะของโรงแรม การให้บริการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกพักของผู้ใช้บริการ

ประสงค์ แสงพ่าย (2531) คำว่า “Hotel” ตามพระราชบัญญัติโรงแรมปี 2478 มาตรา 3 กล่าวว่า โรงแรมหมายถึงบรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว

ธุรกิจโรงแรมนั้นเป็นธุรกิจขายงานบริการ การขายบริการนั้น พนักงานทุกคนจะต้องยึดหลักว่า “ผู้ใช้บริการนั้นคือพระราชา” หรือ “ผู้ใช้บริการนั้นถูกเสมอ” ความโอ้อวดอมาลี ความเป็นกันเอง ความเป็นมิตร และเอาใจใส่แขกผู้มาเยือนนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องมียุอยู่ในหัวใจของผู้ให้บริการทุกคน ซึ่งทุกคนจะต้องมีความซาบซึ้งถึงศาสตร์ของการให้บริการว่า คืออะไร และจะอย่างไรให้ผู้มาใช้บริการมีความประทับใจ และมีความรู้สึกที่ที่ตนมาพักนี้ เหมือนบ้านที่สองของเขาเอง การให้บริการทุกด้านจะต้องสมบูรณ์เรียบร้อยเป็นที่ประทับใจ

2.2.1 ประเภทของโรงแรมและการแบ่งระดับชั้น

ปัจจุบันมีธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันในด้านบริการต่าง ๆ การดำเนินงานของโรงแรมแต่ละแห่งล้วนมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการจำแนกประเภทของโรงแรมจึงมีหลักเกณฑ์ที่พอสรุปได้ดังนี้

2.2.1.1 ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้ง

เป็นการแบ่งประเภทโรงแรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากการจัดตั้งโรงแรมตามสถานที่ต่าง ๆ มักคำนึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะภูมิประเทศ ทำเลที่ตั้ง สถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจตลอดจนศูนย์กลางธุรกิจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) โรงแรมประเภทในเมือง (Town Hotel หรือ City Hotel) เป็นโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งในเมือง มีการจัดองค์กรและบริการเต็มรูปแบบ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการหลายประเภท รวมทั้งคนในท้องถิ่น มีการแบ่งประเภทของโรงแรมในเมืองออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1) Center City Hotel มีทำเลที่ตั้งใจกลางเมืองหรือกลางย่านธุรกิจ (CBD-Central Business District) ซึ่งมีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่และมีลักษณะพิเศษตามประเภทของผู้ใช้บริการ รวมทั้งมีทั้งโรงแรมที่มีบริการอย่างจำกัด จนถึงบริการระดับหรูหรา

1.2) Suburban Hotel มีทำเลที่ตั้งตามชานเมือง มักจะมีขนาดไม่ใหญ่นักและไม่มี ความหรูหรามากนัก เนื่องจากระดับราคามักจะไม่สูงเท่ากับโรงแรมในเมือง

2) โรงแรมประเภทสถานตากอากาศ (Resort) ได้แก่ โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1) All Year Resort ได้แก่ โรงแรมที่สามารถเปิดบริการได้ทั้งปี

2.2) Seasonal Resort ได้แก่ โรงแรมที่เปิดบริการเฉพาะฤดูกาล เช่น ใกล้แหล่งเล่นสกี ฯลฯ โดยปกติแล้วโรงแรมประเภทสถานที่ตากอากาศในต่างจังหวัดทั้งหลายมักจะมีราคาแพงกว่าโรงแรมในเมือง โดยเฉพาะโรงแรมที่เปิดบริการสำหรับชาวต่างชาติ แต่ถ้าเป็นโรงแรมที่เน้นคนในประเทศ (Domestic) มักจะให้บริการอย่างจำกัด เนื่องจากจะมีผู้ใช้บริการเฉพาะวันหยุด

3) โรงแรมประเภทชุมทางการขนส่ง เป็นโรงแรมที่จัดเป็นที่พักชั่วคราวให้นักเดินทาง ได้แก่ โรงแรมตามสนามบิน (Airport Hotel) โรงแรมตามสถานีรถไฟ (Station Hotel) และโรงแรมตามท่าเรือ (Boarding House)

4) โรงแรมประเภทริมทางหลวง (Highway Hotel) มีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไปหลายรูปแบบ เช่น Motel, Motor Hotel, Motor Lodge, Motor Inn เป็นต้น แต่รูปแบบของบริการคือ การให้บริการนักเดินทางโดยทางรถยนต์และส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสามารถจอดรถหน้าห้องพักได้

2.2.2 ประเภทของโรงแรมที่แบ่งตามหน้าที่

การจำแนกประเภทโรงแรมตามวิธีนี้ จะพิจารณาตามหน้าที่หลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของโรงแรม ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

2.2.2.1 โรงแรมเพื่อการค้าหรือการพาณิชย์ (Commercial or Transient) หมายถึง โรงแรมที่มุ่งเน้นให้บริการแก่นักธุรกิจ พ่อค้า ที่เดินทางมาติดต่อธุรกิจการค้า โรงแรมประเภทนี้มักอยู่ในเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น หาดใหญ่

2.2.2.2 โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotel) มักตั้งตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา ทะเลสาบ ริมแม่น้ำ น้ำตก และป่า เป็นต้น โรงแรมประเภทนี้จะจัดบริการภัตตาคาร ห้องอาหาร ห้องประชุม ไม้ตัดกลับ ผับ ค็อกเทล เลานจ์ ร้านค้า สระว่ายน้ำ ลู่อุ้ม อุปกรณ์การเล่นสกี อุปกรณ์การดำน้ำ และอุปกรณ์ตกปลาไว้บริการแก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีบริการให้เช่ารถนำเที่ยว เรือนำเที่ยวแก่ผู้ใช้บริการอีกด้วย

2.2.2.3 โรงแรมเพื่อการประชุม (Conventions Hotel) หมายถึงโรงแรมที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน เพื่อให้ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม สัมมนา หรืออบรมอื่น ๆ

2.2.2.4 โรงแรมเพื่อพักอาศัย (Residential Hotel) เป็นลักษณะให้เช่าห้องพักแบบถาวรในรูปห้องชุด (Suite Room) หรืออพาร์ทเมนต์ โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ใจกลางเมืองขนาดใหญ่ในย่านธุรกิจการค้า

2.2.2.5 โรงแรมเพื่อให้บริการแก่นักเดินทางโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ (Motel) มักตั้งตามริมถนนสายสำคัญ ๆ ลักษณะพิเศษของโรงแรมประเภทนี้คือ มีที่จอดรถติดกับห้องพักทำให้สะดวกแก่นักเดินทาง สำหรับนักธุรกิจในประเทศไทย ได้นำรูปแบบของโรงแรมประเภทนี้มาดัดแปลงเป็นโรงแรมมาตรฐานที่มีอยู่ทั่วไปในเมือง

2.2.3 ประเภทของโรมแรมที่แบ่งตามคุณลักษณะและขนาด

ประเภทของโรมแรมที่แบ่งตามคุณลักษณะและขนาดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.2.3.1 ประเภทโรงแรมตามจำนวนห้องพัก (Number of Rooms หรือ Units Available) แนวคิดนี้ถือว่าจำนวนห้องพักมีส่วนสัมพันธ์กับคุณภาพและขีดจำกัดของบริการ โดยมีการแบ่งย่อยออกเป็นขนาดต่าง ๆ ดังนี้

- 1) โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง (หากไม่เกิน 30 ห้อง ถือเป็นขนาดเล็กมาก)
- 2) โรงแรมขนาดกลาง เป็นโรงแรมที่มีขนาดระหว่าง 101–300 ห้อง
- 3) โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีขนาดห้องตั้งแต่ 301–600 ห้อง
- 4) โรงแรมขนาดใหญ่มาก เป็นโรงแรมที่มีขนาด 601 ห้องขึ้นไป

โดยทั่วไปแล้วโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดกลางมักจะได้เปรียบในด้านคุณภาพของบริการซึ่งสามารถดูแลแขกได้ทั่วถึงและมีการจัดการที่ง่ายกว่า จะเห็นได้ว่าโรงแรมที่ติดอันดับโลกมักจะมีขนาดอยู่ในระดับนี้เป็นส่วนใหญ่

2.2.3.2 ประเภทโรงแรมตามระดับรายได้ของห้องพัก (Room Revenues or Total Sales) การกำหนดรายได้ของห้องพักทำให้ทราบขั้นของโรงแรม ฉะนั้นเมื่อมีการเปรียบเทียบกันในโรงแรมที่ต่างขนาดกันจะมีการนำเอารายได้เฉลี่ยต่อห้อง (Average Room Rate) มาเปรียบเทียบกับอีกขั้นหนึ่ง เพราะเป็นการคำนวณจากตัวเลขจริงทั้งสองประเภท

2.2.3.3 ประเภทโรงแรมตามจำนวนห้องพักที่ขายไป (Number of Room Sold) หรือ อัตราเฉลี่ยของการใช้ไปของห้องพัก (Occupancy Rate) ซึ่งเป็นตัวกำหนดค่าความนิยมของแขกหรือความสามารถของการจัดการเมื่อนำเอาปัจจัยคุณลักษณะ 3 ประการ เข้าด้วยกันแล้วจะเห็นภาพชัดขึ้น เช่น โรงแรมโอเรียนเต็ล เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ ที่มีรายได้ค่าห้องพักสูงมากเลยมีอัตราการเข้าพักสูงมากเช่นกัน หรือโรงแรมอมารีภูเก็ตเป็นโรงแรมขนาดเล็กแต่มีการเข้าพักและรายได้จากค่าห้องพักสูงมาก เป็นต้น

2.2.4 ประเภทโรงแรมแบ่งตามลักษณะการเข้ากลุ่มธุรกิจ

ในปัจจุบันโรงแรมส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นเครือข่าย ทั้งนี้เนื่องจากมีขนาดใหญ่ขึ้นและด้วยระบบการจัดการที่ดี โดยมีการจัดประเภท ดังนี้

2.2.4.1 Independent Hotel หรือ Non Affiliate Hotel เป็นโรงแรมที่มีการดำเนินการอิสระไม่สังกัดกลุ่มธุรกิจ

2.2.4.2 Chains Hotel ได้แก่ โรงแรมที่มีบริษัทเจ้าของเครือข่ายเข้ามาลงทุนหรือจัดการโดยการเช่าระยะยาวหรือเป็นเจ้าของโดยการซื้อกิจการ ลงทุนหรือครอบครอง เป็นโรงแรมที่มีการรักษาคุณภาพของบริการตามมาตรฐานเดิมของบริษัทแม่ ประกอบด้วยโรงแรมที่มีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้คือ

1) Management Contract เป็นโครงการร่วมลงทุนโดยให้บริษัทแม่เข้ามาบริหาร และแยกรายได้จากค่าบริการเข้าเป็นรายได้ของบริษัทแม่ก่อน แล้วจึงแบ่งส่วนกำไรหรือบางครั้งบริษัทแม่ไม่ร่วมลงทุนเลยแต่มารับจ้างบริหาร

2) Franchise เป็นการเข้าร่วมเครือข่ายโดยขอใช้ชื่อและให้บริษัทเจ้าของเครือข่ายร่วมบริหาร เจ้าของกิจการจะต้องชำระเงินค่าสิทธิ์หรือค่าซื้อดังกล่าวก่อนและมีการแบ่งค่าบริการและกำไรภายหลัง

3) Subscription (Overflow/Referral) เป็นรูปแบบที่แต่ละโรงแรมสามารถบริหารได้อิสระแต่มีกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการตลาด เช่น รวมกลุ่มการตลาด มีโฆษณาร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนสิทธิ์ในการใช้ห้องพัก โดยการสะสมคูปองร่วมกัน เป็นต้น

2.2.5 ประเภทของโรงงานที่แบ่งตามระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการมาพัก

การแบ่งประเภทของโรงแรมตามระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการมาพัก สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

2.2.5.1 โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotel) หมายถึง โรงแรมประเภทที่ผู้ใช้บริการเดินทางมาพักเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เพียงไม่กี่วันเพื่อทำธุรกิจการค้า ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ อบรมประชุมหรือสัมมนาหรืออาจเป็นโรงแรมที่ผู้ใช้บริการเข้าพักเพื่อเปลี่ยนเครื่องบินระหว่างการเดินทาง ซึ่งมักเป็นการพักเพียงคืนเดียวหรือ 2-3 คืนเท่านั้น

2.2.5.2 โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotel) หมายถึง โรงแรมประเภทให้ผู้ใช้บริการเข้าพักเป็นเวลายาวนาน 1 เดือน โดยคิดค่าเช่าเป็นรายเดือน ลักษณะห้องพักของโรงแรมประเภทนี้มีการจัดเป็นห้องชุด (Suite Room) ภายในมีห้องครัวอยู่ด้วย นอกเหนือจากบริการห้องพักแล้วทางโรงแรมอาจมีบริการทำความสะอาด ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม บริการซักรีดเสื้อผ้า เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

2.2.6 การแบ่งระดับชั้นของโรงแรม

การแบ่งระดับชั้นเป็นโรงแรมชั้นพิเศษหรือชั้นหนึ่งนั้น แบ่งตามระดับความหรูหราของสถานที่ (Classification by Luxury) การจัดบริการต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดอันดับมาตรฐานของโรงแรม เป็นดาว (Star Rating System) ให้กับโรงแรมที่ให้บริการสะดวกสบาย มีอุปกรณ์ครบสมบูรณ์ที่สุดจะติดอันดับ 5 ดาว รองลงไปคือ 4 ดาว 3 ดาว 2 ดาว และ 1 ดาว เป็นอันดับสุดท้าย พร้อมระบุเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานจากระดับต่ำสุดไปหาสูงสุด

2.2.7 ลักษณะสำคัญของโรงแรม ทั้ง 5 ระดับ

โรงแรมต่าง ๆ ทั้ง 5 ระดับมักมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

2.2.7.1 โรงแรมระดับประหยัด (Economy Class) เป็นโรงแรมที่คิดค่าบริการในราคาถูกที่สุด เนื่องจากจัดให้มีบริการต่าง ๆ น้อยมากภายในห้องพักมีเฉพาะอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น มักจะมีอายุการใช้งานยาวนาน ทำให้สภาพภายนอกเก่า ส่วนรอบ ๆ บริเวณอาจจะไม่มีเลยหรือมีก็มีสภาพที่ไม่สวยงาม โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟตลอดจนสถานีขนส่งต่าง ๆ ในต่างจังหวัดทั่วประเทศ

2.2.7.2 โรงแรมชั้น 3 (Third Class) จัดเป็นโรงแรมระดับประหยัดอีกประเภทหนึ่ง คิดค่าบริการในราคาปานกลางเนื่องจากภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกจำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อย โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่มีห้องพักชั้นหนึ่ง แต่มีห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร

2.2.7.3 โรงแรมชั้น 2 (Second Class) โรงแรมประเภทนี้การจัดอุปกรณ์เครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากพอสมควรแต่ยังไม่ครบถ้วน ห้องอาหารและห้องโถงมีขนาดปานกลาง มีการจัดตกแต่งสถานที่ภายในบริเวณโรงแรมพอสมควร โดยคิดค่าบริการในราคาพอสมควร ไม่สูงมากนัก

2.2.7.4 โรงแรมชั้น 1 (First Class) โรงแรมประเภทนี้ ห้องพักและเครื่องตกแต่งภายในห้องพักได้ระดับมาตรฐาน มีห้องพักพิเศษ (Deluxe) และห้องชุด (Suite) จำนวนไม่มากนัก ขนาดห้องโถงตลอดจนห้องอาหารมีขนาดเล็กกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนบริการต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดีได้มาตรฐาน

2.2.7.5 โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe) เป็นโรงแรมระดับสูงสุด ดีเยี่ยมในด้านการให้บริการทั้งห้องพักที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงามหรูหรา อุปกรณ์เครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ล้วนคุณภาพดี ราคาสูง สวยงาม และมีรสนิยม บริการต่าง ๆ ที่โรงแรมระดับพิเศษมีไว้เพื่อบริการผู้ใช้บริการมีดังนี้

- 1) ห้องชุด (Suite) จะตกแต่งไว้อย่างหรูหรา สวยงาม สะดวกสบาย อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องมีคุณภาพดีเยี่ยม
- 2) ห้องอาหาร มีหลายห้อง หลายระดับ อาหารมีหลายเชื้อชาติ เช่น อาหารไทย จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น
- 3) ห้องจัดงาน มีห้องขนาดใหญ่สำหรับจัดประชุม (Convention Hall) สัมมนา อบรม หรือจัดงานเลี้ยง (Banquet Hall) เพื่องานพิธีต่าง ๆ หรือเพื่อพบปะสังสรรค์
- 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เช่น สนามเทนนิส วั้บริการผู้ใช้บริการที่ต้องการออกกำลังกาย
- 5) บริเวณจอดรถที่ กว้างขวางเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

6) ตัวอาคารของโรงแรมมีการก่อสร้างอย่างสวยงาม โอ่อ่า ทันสมัย บริเวณรอบ ๆ ตัวอาคารตกแต่งอย่างสวยงาม สะอาดเรียบร้อย โรงแรมประเภทนี้ต้องตั้งในสภาพแวดล้อมที่ดี การคมนาคมสะดวก

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า ธุรกิจที่พักโรงแรม หมายถึงการให้บริการด้วยการจัดสถานที่ (Place) เพื่อใช้สำหรับรองรับผู้เดินทางที่ต้องการพักค้างคืนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรืออบรม หรือสัมมนาหรือทำกิจกรรมอื่น และมีการอำนวยความสะดวกในด้านอื่น ๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ความสะอาด ปลอดภัยในขณะที่พักอาศัย โดยมีจุดมุ่งหมายในการแสวงหากำไรจากการให้บริการดังกล่าว

2.2.8 ข้อมูลของโรงแรมจังหวัดนนทบุรี

2.2.8.1 โรงแรมริชมอนด์ อำเภอเมืองนนทบุรี

โรงแรมริชมอนด์ เป็นโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี มีพื้นที่บริการให้เลือกกว่า 19 แบบ ทั้งห้องคอนเวนชัน ห้องแกรนด์บอลรูมสเตย์หรูหรรษา สามารถจุคนได้มากถึง 1,200 ที่นั่ง ห้องทีฟวอร์นที่สามารถจุได้กว่า 500 คน ห้องประชุมที่รองรับระบบไฮเทคด้วยอุปกรณ์ด้านความบันเทิงขนาดใหญ่มีอินเทอร์เน็ต ไร้สาย มีศูนย์ควบคุมแสงด้วยระบบดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการประชุมทางไกลด้วยภาพและเสียง โดยทีมงานจัดการประชุมสัมมนาที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดงานเป็นอย่างดีรวมถึงห้องจัดเลี้ยง สัศจรรย์ที่สามารถรองรับผู้คนได้มากเป็นพิเศษ และสถานที่จัดงานแต่งงานที่มีบริการครบวงจรตั้งแต่เวดดิ้งสตูดิโอ การ์ดงานแต่งงาน ของชำร่วย และการถ่ายภาพ ในส่วนของห้องพัก ทางโรงแรมก็มีไว้บริการจำนวนถึง 455 ห้อง แต่ละห้องจะมีสไตล์การออกแบบตกแต่งที่แตกต่างกันไป โดยมีทั้งรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยและรูปแบบโมเดิร์นร่วมสมัย มีเตียงให้เลือกทั้งเตียงคู่และเตียงเดี่ยว ห้องน้ำ ที่แยกพื้นที่อาบน้ำเป็นสัดส่วน แอร์คอนดิชันควบคุมจากภายในห้อง โดยห้องพักทุกห้องติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โทรทัศน์ทางไกลระหว่างประเทศ รวมถึงโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

“จุดแข็งที่มีคือ ความเป็นมืออาชีพในการดูแลลูกค้าเรื่องการจัดการเพิ่มห้องประชุมขึ้นเป็น 2 เท่าตัว การปรับตัวของริชมอนด์ในครั้งนั้น จึงสังเกตเห็นว่า ศูนย์ราชการต่าง ๆ ได้ย้ายเข้ามาบริเวณใกล้เคียงเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงยุติธรรม กระทรวงสาธารณสุข และท่าอากาศยานแห่งใหม่ วิกาวดี และยังเป็นถนนเส้นธุรกิจที่มีบริษัทขนาดใหญ่ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก มีศูนย์การประชุมอิมแพคเมืองทองธานีจึงน่าจะทำให้มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก”

ดังนั้นผู้บริหารของโรงแรมริชมอนด์จึงได้ตัดสินใจลงทุนเพิ่มเงินประมาณ 1,000 ล้านบาท ทำให้ปัจจุบันนี้มีจำนวนห้องพัก 455 ห้องจากเดิม 116 ห้อง ห้องประชุมสัมมนา 19 ห้องจากเดิม 5 ห้อง เป็นการเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 3 เท่าตัว ในปัจจุบัน มีห้องประชุมสัมมนาที่มีขนาดใหญ่

1,100 ตารางเมตร รองรับผู้เข้าประชุมได้ถึง 1,300 คน ถ้าเป็นแบบคลาสรูม (มีโต๊ะเขียน) จะบรรจุได้ 700-800 คน ห้องประชุม 19 ห้องจะมีขนาดที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่เล็กจนไปถึงขนาดใหญ่จากก่อนหน้านั้น ทางโรงแรมรองรับลูกค้าประชุมสัมมนาได้เพียง 300-400 คนเท่านั้น

ห้องพัก ประกอบไปด้วย ทีวีจอแบน ตู้เย็น กาน้ำร้อน ตู้นํ้าร้อน ไม้กวาด พัดลม พนักงา นที่ประจำอยู่ ณ แผนกต้อนรับตลอด 24 ชั่วโมง สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ผู้เข้าพักสามารถใช้บริการที่จอดรถสาธารณะฟรีในบริเวณใกล้เคียง ผู้เข้าพักสามารถเพลิดเพลินไปกับอาหารไทย และอาหารนานาชาติหลายรายการที่ @cafe Restaurant

ประเภทห้องพัก

- ห้องเอ็กคูซิฟ สวีท

ห้องเอ็กคูซิฟ สวีท ในห้องมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีเตียงให้เลือกแบบขนาดคิงไซส์หรือเตียงใหญ่คู่ตกแต่งให้เข้ากับบรรยากาศที่น่าจดจำ โดยการตกแต่งแบบเรียบ หุหุระเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวและนักธุรกิจกลุ่มใหญ่

- ห้องดีลักซ์

ห้องดีลักซ์ในห้องมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีเตียงให้เลือกแบบขนาดคิงไซส์หรือเตียงใหญ่คู่ตกแต่งให้เข้ากับบรรยากาศที่น่าจดจำ

- ห้องสแตนดาร์ด

ห้องสแตนดาร์ดในห้องมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีเตียงให้เลือกแบบขนาดคิงไซส์หรือเตียงใหญ่คู่ตกแต่งให้เข้ากับบรรยากาศที่น่าจดจำ

ประเภทห้องประชุมและจัดเลี้ยง

- ห้องประชุมและจัดเลี้ยงมีทั้งหมด 19 ห้อง อาทิ ห้องแซฟไฟร์ (Sapphire) , ห้องเพอริโดท (Peridot) , ห้องแจสเปอร์ (Jasper) , ห้องโทแพซ (Topaz) , ห้องไดมอนด์ (Diamond) , ห้องคาร์เนเลียน (Carnelian) , ห้องคริสตัลฮอลล์ (Crystal Hall) ฯลฯ ซึ่งมีลูกค้าทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมากมาย เวียนเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งจัดประชุมสัมมนา จัดเลี้ยง รวมไปถึงงานสำคัญอย่าง การจัดงานหมั้น และงานแต่งงาน ท่ามกลางความหุหุระใหญ่โต สามารถรองรับแขกได้มากถึง 1,200 ท่าน ทั้งอุปกรณ์เทคนิค แสง สี เสียง สุดอลังการโดยมีทีมงานมากประสบการณ์ของโรงแรมคอยบริการ

- ห้องแกรนด์บอลรูม

ห้องบอลรูมใหญ่ 2 ห้องได้แก่ ห้องริชมอนด์แกรนด์บอลรูม (Richmond Grand Ballroom) และห้องทิพวรรณบอลรูม (Tippawan Ballroom)

- ห้องอาหาร @cafe

ที่ห้องอาหาร @cafe จะได้สัมผัสกับบรรยากาศแบบสบาย ๆ ที่บริเวณชั้นล็อบบี้ของ โรงแรม ซึ่งที่นี่จะให้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์นานาชาติ รวมไปถึงอาหารเช้า กลางวัน นอกจากนี้ยังมี อาหารตามสั่งเปิดบริการตั้งแต่เวลา 06.00–01.00 น.

2.2.8.2 โรงแรมเบสท์เวสเทิร์นพลัส แวนด้าแกรนด์ อำเภอปากเกร็ด

โรงแรมเบสท์เวสเทิร์นพลัส แวนด้า แกรนด์ เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ตั้งอยู่บนถนน แจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด มีห้องพักทั้งหมด 183 ห้อง พร้อมบริการที่สะดวกสบาย เช่น เตาผิง และ ตู้นิรภัยที่เก็บแล็ปท็อปได้ รวมถึงสิทธิพิเศษอย่าง พื้นที่ทำงานแบบใช้แล็ปท็อป และเครื่องปรับอากาศ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ได้แก่

- เตียงเสริม (คิดค่าบริการ)และเปล/เตียงเด็กอ่อนฟรี
- ห้องน้ำพร้อมฝักบัวและโถสุขภัณฑ์แบบบีเคดี
- ทีวีจอแอลอีดี 32 นิ้ว พร้อม ช่องทีวีพรีเมียม
- ตู้เสื้อผ้า, ห้องนั่งเล่นแยกเป็นสัดส่วน และตู้เย็น

สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ของโรงแรมแห่งนี้ ได้แก่

- สระว่ายน้ำกลางแจ้งและสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก
- ที่จอดรถฟรี
- อาหารเช้าแบบบุฟเฟ่ต์ (มีค่าบริการ), ลิฟต์ และที่พับรถจักรยาน
- ตู้เอทีเอ็ม/ธนาคาร, บริการจัดงานแต่งงาน และพนักงานที่พูดได้หลายภาษา
- ผู้เข้าพักต่างพูดถึงความประทับใจเกี่ยวกับอาหารเช้าและพนักงานที่ให้ความ

ช่วยเหลือที่ดี

ประเภทห้องพัก

- ห้องซูพีเรียร์เตียงคิงไซส์ (Superior King) เริ่มต้นที่พื้นที่ 30 ตารางเมตร ตกแต่งในสไตล์ร่วมสมัยที่ทันสมัยและมีเตียงคิงไซส์ที่สะดวกสบาย หน้าต่างสูงจากพื้นจรดเพดาน โต๊ะทำงานขนาดใหญ่พร้อมปลั๊กไฟ และห้องน้ำพร้อมฝักบัวที่สดชื่น ห้องพักทุกห้องมาพร้อมกับเทคโนโลยีล่าสุด รวมทั้งทีวีจอแบนพร้อมช่องสัญญาณดาวเทียมและฟรี Wi-Fi

- ห้องซูพีเรียร์เตียงแฝด (Superior Twin) เริ่มที่พื้นที่กว้างขวาง 30 ตร.ม. ตกแต่งในสไตล์ร่วมสมัยที่อบอุ่นและมีเตียงแฝดที่สะดวกสบาย หน้าต่างสูงจากพื้นจรดเพดาน โต๊ะทำงานขนาดใหญ่พร้อมปลั๊กไฟ และห้องน้ำพร้อมฝักบัวที่สดชื่น ห้องพักทุกห้องมาพร้อมกับเทคโนโลยีล่าสุด รวมทั้งทีวีจอแบนพร้อมช่องสัญญาณดาวเทียมและฟรี Wi-Fi

- ห้องสวีทแบบหนึ่งห้องนอน (One Bedroom Suite) ครอบคลุมพื้นที่ 58 ตร.ม. มีพื้นที่นั่งเล่น ห้องนอน และห้องน้ำแยกเป็นสัดส่วน ห้องนอนขนาดใหญ่มีเตียงคิงไซส์ ในขณะที่ห้องน้ำ

มีฝักบัวเพิ่มความสดชื่น ผู้เข้าพักสามารถผ่อนคลายอย่างสะดวกสบายในห้องนั่งเล่นซึ่งมีโซฟาเพื่อการผ่อนคลาย โทรทัศน์จอแบนพร้อมช่องรายการดาวเทียมและอินเทอร์เน็ตไร้สาย ฟรี ทั้งห้องนอนและห้องนั่งเล่นมีหน้าต่างสูงจากพื้นจรดเพดานพร้อมวิวเมืองที่สวยงามตระการตา

- ห้องสวีทแบบสองห้องนอน (Two Bedroom Suite) มอบประสบการณ์ "เสมือนบ้านหลังที่สอง" อย่างแท้จริงสำหรับนักเดินทางและครอบครัวที่พำนักระยะยาว ยูนิตส์สไตล์อพาร์ทเมนต์มีพื้นที่ 88 ตร.ม. มีห้องนอน 2 ห้อง แต่ละห้องมีห้องน้ำในตัว ผู้เข้าพักสามารถผ่อนคลายในห้องนั่งเล่นอันสะดวกสบายซึ่งมีโซฟาเพื่อการผ่อนคลาย โทรทัศน์จอแบนพร้อมช่องรายการดาวเทียมและอินเทอร์เน็ตไร้สาย ฟรี ทั้งห้องนอนใหญ่และห้องนั่งเล่นมีหน้าต่างสูงจากพื้นจรดเพดานพร้อมวิวเมืองที่สวยงามตระการตา

ประเภทห้องประชุมและจัดเลี้ยง

- โรงแรมมีห้องประชุมและจัดเลี้ยงให้เลือกถึงแปดห้อง รวมทั้งห้องแวนด้าแกรนด์บอลรูมที่กว้างขวาง พื้นที่การประชุมทั้งหมดได้รับการสนับสนุนด้วยเทคโนโลยีภาพและเสียงล่าสุด และตัวเลือกการจัดเลี้ยงแบบครบวงจร และทีมจัดการงานอีเวนต์ที่ทุ่มเทของเราจะตรวจสอบให้แน่ใจว่าทุกฟังก์ชันทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กทำงานได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

- ครั้ววันดา (Vivanda Cuisine) ตั้งอยู่ที่ชั้นล็อบบี้ของโรงแรม เป็นห้องอาหารที่มีแสงไฟและสว่างตลอดทั้งวัน ให้บริการบุฟเฟ่ต์อาหารเช้าอันโอ้อ่าและเมนูอาหารตามสั่งอันประณีตสำหรับมื้อกลางวันและมื้อค่ำ ด้วยอาหารไทยที่น่ารับประทานและอาหารนานาชาติจานโปรด Vivanda Cuisine เป็นตัวเลือกที่สมบูรณ์แบบในทุกช่วงเวลาของวัน

2.2.8.3 โรงแรมเบลล่า บี อำเภอบางกรวย

ประเภทห้องพัก

- ห้องคอมฟอร์ท สูพีเรียร์ (Comfort Superior) ทางเลือกของห้องพักสำหรับห้องพักแบบพิเศษ ด้วยพื้นที่กว้างขวาง หูหรรษา และได้รับการออกแบบอย่างมีสไตล์ ฟรี Wi-Fi ในทุกยูนิตและพื้นที่ส่วนกลาง

- ห้องแกรนด์ ดีลักซ์ (Grand Deluxe) การตกแต่งหูหรรษาและทันสมัย การออกแบบภายในอย่างมีสไตล์ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน

- ห้องแฟร์มิลี่ แกรนด์ ดีลักซ์ (Family Grand Deluxe) ตกแต่งหูหรรษาอย่างดีและมีความทันสมัย ออกแบบภายในอย่างชาญฉลาด พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้ผู้ปกครองและเด็ก ๆ หรือกลุ่มเพื่อนสนุกสนาน

- จูเนียร์ สวีท (Junior suite) การตกแต่งอย่างดีและทันสมัย การออกแบบตกแต่งภายในอย่างชาญฉลาด พร้อมพื้นที่ที่ยืดหยุ่น แต่ละห้องมีห้องนอนพร้อมเตียงคิงไซส์ที่หูหรรษา ห้องพัก

ได้รับการออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับนักเดินทางที่กำลังมองหาที่พักที่ผ่อนคลายในสภาพแวดล้อมที่เป็นส่วนตัวและอบอุ่น

- เบลล่า บี สวีท (Bella B Suite) ตั้งอยู่ที่มุมท้ายของแต่ละชั้น เป็นตัวอย่างที่ใส่ใจในรายละเอียดเหมาะกับการนัดหมายพบปะหรือสังสรรค์ในครอบครัว พื้นที่นั่งเล่นกว้างขวางมีโซฟาสีเขียวชอุ่มและเตียงนอนเล่น

- ห้องเพนท์เฮาส์ (Penthouse) ห้องสวีทแบบเตียงคู่จำนวน 3 ห้อง สะท้อนให้เห็นถึงมาตรฐานสูงสุดของการใช้ชีวิตที่หรูหรา ทัศนียภาพที่ไม่มีใครเทียบได้ของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สิ่งอำนวยความสะดวกระดับพรีเมียม และบริการพิเศษเพื่อการพักผ่อนน่าจดจำ

คุณสมบัติทั่วไป

- พื้นที่แต่งตัวกว้างขวางพร้อมที่วางสัมภาระ
- แผงควบคุมอิเล็กทรอนิกส์ข้างเตียงมัลติฟังก์ชัน
- อุณหภูมิควบคุมอุณหภูมิส่วนบุคคล
- เตารับไฟฟ้าสากลแบบแรงดันคู่ (110-220)
- แสงอารมณ์
- ตู้นิรภัยอิเล็กทรอนิกส์ในห้องพัก
- ทีวีจอแบนพร้อมช่องสัญญาณดาวเทียมและช่องท้องถิ่น
- กาต้มน้ำ เครื่องทำชาและกาแฟ
- ที่นอนสปริง / ผ้าปูที่นอนและผ้าปูเตียงคุณภาพแบรนด์
- โทรศัพท์

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

- บริการซักรีด
- รুমเซอร์วิส เวลา 06.00-22.00 น. รายวัน
- ข้อมูลและพนักงานต้อนรับให้ความช่วยเหลือทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
- เข้าใช้ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ ฟรี
- เครื่องดื่มฟรี (ชา/กาแฟ และน้ำดื่มแบบขวด)

ประเภทห้องประชุมและจัดเลี้ยง

- Captain Wit Ballroom รองรับแขกได้ 80-250 ท่าน การตกแต่งภายในที่หรูหราทันสมัยผสมผสานกับอุปกรณ์ภาพและเสียงทำให้ Captain Wit Ballroom เป็นสถานที่เหมาะสำหรับงานแต่งงานที่หรูหราและการประชุมใหญ่ๆ การบริการและการต้อนรับที่ไร้ที่ติของโรงแรมช่วยเพิ่มคุณภาพและศักดิ์ศรีในทุกโอกาสเท่านั้น

- Cabin Function Room เป็นสถานที่ที่สมบูรณ์แบบสำหรับการสังสรรค์ในครอบครัว งานแต่งงาน งานองค์กร และการสัมมนาที่รองรับแขก 28-80 คน ความรู้ความชำนาญและบริการที่เอาใจใส่ของพนักงานจัดเลี้ยงที่มีประสบการณ์ของ Bella B Hotel จะช่วยให้งานของคุณประสบความสำเร็จ

- The Cruise เป็นห้องจัดเลี้ยงอันเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรม Bella B ที่ตั้งอยู่บนชั้นดาดฟ้า บรรยากาศเปรียบเสมือนเรือสำราญสุดหรูพร้อมทิวทัศน์อันตระการตาพร้อมทิวทัศน์เมืองอันสวยงาม รองรับแขกได้ 50-110 ท่าน ทีมงานมืออาชีพพร้อมอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์เทคโนโลยีล้ำสมัยที่พร้อมให้บริการเพื่อรับรองความสำเร็จของการประชุมทางธุรกิจเพื่อสังคมที่หรูหราของคุณ

- Porto Restaurant เป็นห้องอาหารกลางวันหรืออาหารเย็นที่น่าจดจำของอาหารอิตาเลียนร่วมสมัย การตกแต่งภายในที่มีสไตล์สะท้อนให้เห็นถึงความทันสมัย ร้านอาหาร Porto รับรองประสบการณ์การรับประทานอาหารที่ไม่เหมือนใครอย่างแท้จริงสำหรับผู้ชื่นชอบอาหารและไวน์ชั้นดี

- The Navigator เปิดให้บริการทั้งวัน ตกแต่งแบบลอฟท์สไตล์โมเดิร์นพร้อมบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและอาหารไทยที่ดีที่สุดเข้ากับอาหารจากทั่วโลก ต้อนรับเข้าด้วยบุฟเฟ่ต์อาหารเช้า อาหารนานาชาติแสนอร่อยที่ได้รับการคัดสรร

- Be Happy Bar ตั้งอยู่ที่ชั้นล่างของโรงแรม Bella B บาร์หรูหรรษาขึ้นชื่อในเรื่องบรรยากาศที่เป็นกันเอง เมนูของเราจะทำให้คุณประทับใจกับเครื่องดื่มและของทานเล่นที่เสิร์ฟในล็อบบี้บาร์ เอนหลังและผ่อนคลายกับเพื่อนร่วมงานหลังจากเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานมาทั้งวัน หรือเพลิดเพลินกับเครื่องดื่มเรียกน้ำย่อยกับเพื่อนๆ ก่อนรับประทานอาหารเย็นในร้านอาหารของโรงแรม Bella B Hotel

2.2.8.4 โรงแรมเวสต์เกต เรสซิเดนซ์ อำเภอบางใหญ่

โรงแรมเวสต์เกต เรสซิเดนซ์ ตั้งอยู่บนถนนกาญจนาภิเษก บางใหญ่ ติดถนนใหญ่ เชื่อมต่อการเดินทางที่สะดวกสบาย มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ดิถีธรรมชาติริมคลองน้ำใส พร้อมทั้งจอดรถกว่า 300 คัน ล้อมรอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และห่างจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2015 โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะดูแลลูกค้าให้เหนือความคาดหมาย เพื่อสร้างความประทับใจ และให้ลูกค้าทุกท่านได้รับความรู้สึกที่ดี คุ่มค่า และกลับมาใช้บริการใหม่ นอกเหนือจากสิ่งสำคัญเหล่านี้ โรงแรมมุ่งสร้างมิตรภาพ รอยยิ้ม และความจริงใจที่พร้อมจะรอต้อนรับลูกค้าทุกคน

การตกแต่งของโรงแรมอยู่ในคอนเซ็ปต์ที่ต้องการมอบความอบอุ่นให้กับลูกค้า และสืบเนื่องจากผู้ก่อตั้งของเราดำเนินธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าไหมพรมไปต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 1987 โรงแรมของเราจึงตกแต่งด้วยคอนเซ็ปต์ไหมพรมที่เป็นเอกลักษณ์ โดยมีการถ่ายทอดเรื่องราวความรักที่มีต่อไหม

พร้อมผ่านการออกแบบโรงแรมที่แปลกใหม่ รวมไปถึงการให้บริการที่อบอุ่นที่พร้อมจะถักทอความประทับใจไม่รู้ลืม

ประเภทห้องพัก

- ห้องซูพีเรียร์ (Superior) เป็นห้องพักสำหรับ 2 ท่าน ขนาด 20 ตรม. สามารถขอเพิ่มเตียงเสริมได้ มีเตียงเดี่ยว เตียงคู่ ท่านสามารถแจ้งกับเจ้าหน้าที่ตอน check-in ได้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบถ้วน พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลตลอด 24 ชม.
- ห้องดีลักซ์ (Deluxe) เป็นห้องพักสำหรับ 2 ท่าน ขนาด 24 ตรม. สามารถขอเพิ่มเตียงเสริมได้ มีเตียงเดี่ยว เตียงคู่ ท่านสามารถแจ้งกับเจ้าหน้าที่ตอน check-in ได้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบถ้วน พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลตลอด 24 ชม.
- ห้องสวีท (Suite) เป็นห้องพักสำหรับ 2-3 ท่าน ขนาด 44 ตรม. เหมาะสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก สามารถขอเตียงเสริมได้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบถ้วน พร้อมโซฟา มีเจ้าหน้าที่ดูแลตลอด 24 ชม.

ประเภทห้องประชุมและจัดเลี้ยง

โรงแรมเวสต์เกตมีห้องจัดงานหลายขนาดเหมาะสำหรับการจัดประชุม กิจกรรม หรือ team building ดังนี้

- Cashmere Grand Ballroom เป็นห้องบอลรูมที่ใหญ่ที่สุดของโรงแรม สามารถรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เหมาะสำหรับงาน 150 - 450 ท่าน
- Angora Ballroom เป็นห้องสัมมนาขนาดกลาง เหมาะสำหรับลูกค้า 30 - 90 ท่าน และเป็นห้อง connect กับ Cashmere ได้
- Alpaca Ballroom เป็นห้องสำหรับลูกค้าประมาณ 100 - 200 ท่าน เหมาะสำหรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ สามารถเพิ่มจอโปรเจคเตอร์ได้ถึง 3 จอ
- Silk Ballroom เป็นห้องประชุมสำหรับลูกค้าประมาณ 30 - 60 ท่าน เหมาะกับการจัดประชุมแบบ classroom และ theater
- Mohair Meeting Room เป็นห้องประชุมสำหรับลูกค้า 10 - 20 ท่าน เหมาะกับการประชุมขนาดเล็ก
- Wool Meeting Room เป็นห้องประชุมขนาดเล็กสำหรับ 5-10 ท่าน
- Knitting Café เป็น open space เหมาะกับการคุยงานที่เป็นแนว co-working
- Knitting Bar & Restaurant เป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลากหลาย สำหรับลูกค้าที่ชอบทานรสจัดจ้าน มีเมนูแนะนำเป็นสปาเก็ตตี้ผัดขี้เมาทะเล และข้าวผัดต้มยำกุ้ง นอกจากนี้ยังมีเมนูขายดีคือ พิซซ่าหน้าต่าง ๆ เช่น Hawaiian และ 3 ชีส ก็เป็นเมนูที่ลูกค้าทุกคนชอบ

2.2.8.5 โรงแรมศศิ นนทบุรี อำเภอบางบัวทอง

โรงแรมศศิ นนทบุรี เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว มีห้องพักจำนวน 20 ห้อง ตั้งอยู่ในย่านบางบัวทอง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่เหมาะสมสำหรับการเที่ยวชมนนทบุรี สิ่งอำนวยความสะดวกมากมายของที่พักจะทำให้การเข้าพักของท่านเป็นประสบการณ์อันน่ารื่นรมย์ ที่พักได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น Wi-Fi ทุกห้อง (ฟรี), ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง, บริการทำความสะอาดรายวัน, แผนกต้อนรับ (24 ชั่วโมง), Wi-Fi ในพื้นที่สาธารณะ ไร้พรมอบความสะดวกสบายให้แก่ท่าน ห้องพักแต่ละห้องตกแต่งอย่างสวยงามพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ที่พักมีทางเลือกด้านนันทนาการมากมายเพื่อนำความผ่อนคลายมาให้ท่าน ด้วยบริการที่วางใจได้และพนักงานมืออาชีพ พร้อมตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักอย่างเต็มที่ ผู้เข้าพักสามารถเพลิดเพลินกับลานระเบียง สวน และมีอุปกรณ์ซักรีดให้บริการ นอกเหนือจากฟิตเนส 24 ชั่วโมง

ประเภทห้องพัก

- ห้องสแตนดาร์ด อพาร์ทเมนต์ (Standard Apartment) มีขนาดห้อง 24 ตารางเมตร

- ห้องมาตรฐานเตียงคู่ Basic (Double Room) มีขนาดห้อง 18 ตารางเมตร
- ห้องมาตรฐานสำหรับ 3 คน (Basic Triple Room) มีขนาดห้อง 26 ตารางเมตร
- ห้องมาตรฐานเตียงแฝด (Basic Twin Room) มีขนาดห้อง 24 ตารางเมตร
- ห้องการ์เดน บังกะโล (Garden Bungalow) มีขนาดห้อง 20 ตารางเมตร
- ห้องซูพีเรียร์เตียงใหญ่ (Superior Double Room) มีขนาดห้อง 24 ตารางเมตร

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น

- ที่จอดรถฟรี
- อาหารเช้าแบบปรุงตามสั่ง (มีค่าบริการ), ฝ้ายต้อนรับ 24 ชั่วโมง และลิฟต์
- ที่ฝากกระเป๋าเดินทาง
- สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก
- ห้องพักทั้งหมดมีเครื่องปรับอากาศ และน้ำดื่มบรรจุขวดฟรี
- ห้องน้ำพร้อมฝักบัวและของใช้ในห้องพัก
- สมาร์ททีวีพร้อม ช่องเคเบิล
- ระเบียง, ตู้เย็น และกาดม้มน้ำไฟฟ้า

2.2.8.6 ศักดิ์สยาม เลคไซด์ รีสอร์ท อำเภอไทรน้อย

ศักดิ์สยาม เลคไซด์ รีสอร์ท สุนทรีย์แห่งการพักผ่อนอย่างแท้จริง ที่แวดล้อมด้วยพื้นที่สวนน้ำและสวนสวยครอบคลุมทั่วทั้งโครงการ เป็นรีสอร์ทริมทะเลสาบที่เดียวในจังหวัดนนทบุรี ที่มีขนาดพื้นที่กว่า 85 ไร่ ในบรรยากาศสงบร่มรื่น ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ที่มีวิวทิวทัศน์สุดชอบตา

สามารถนั่งจิบเครื่องดื่มหรือทานอาหารเบา ๆ ชมวิวทะเลสาบ นอกจากนั้นยังสามารถเห็นทะเลสาบจากห้องพักในทุก ๆ ห้องได้ และสามารถเห็นพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตกได้อีกด้วย ได้พักผ่อนในมุมดีมีวิวส่วนตัวที่มีสระว่ายน้ำ กลางแจ้งเป็นจุดเด่น มีมุมถ่ายรูปเพื่อเก็บภาพประทับใจมากมาย เหมาะสำหรับคู่รักที่ต้องการพักผ่อนที่มีความเป็นส่วนตัว หรืองานสังสรรค์นัดพบปะเพื่อนฝูง ตลอดจนงานสัมมนาที่เหมาะสมอีกด้วยเนื่องจากมีห้องพักไว้ 3 ประเภท แบ่งเป็น Siam Villa 40 ห้อง, Deluxe Lakeside 14 ห้อง, Superior Sleeper Car 13 ห้อง รวมทั้งหมด 67 ห้อง และยังมีห้องประชุมสัมมนาที่สามารถจุลูกค้าได้ตั้งแต่ 20 ถึง 300 ท่าน พร้อมอุปกรณ์ในการจัดสัมมนาครบครัน ในโครงการยังมีกิจกรรมให้ท่านได้เพลิดเพลิน ไปด้วยกิจกรรมทางน้ำมากมาย และร้านอาหารและร้านกาแฟ ไว้คอยให้บริการอีกด้วย

ประเภทห้องพัก

- ห้องวีไอพี วิลล่า มีจำนวน 40 ห้อง เห็นวิวทะเลสาบได้จากภายในห้อง มีน้ำดื่มบริการฟรีในห้องพัก ฟรีอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน สามารถสั่งอาหารได้จากห้องอาหาร Siam de Vista มีกิจกรรมทางน้ำ

- ห้องวิลล่า น็อคดาว์น มีจำนวน 14 ห้อง สามารถเห็นวิวทะเลสาบได้จากภายในห้อง มีน้ำดื่มบริการฟรีในห้องพัก ฟรีอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน สามารถสั่งอาหารได้จากห้องอาหาร The Lake View มีกิจกรรมทางน้ำ หลายประเภท เช่น เจ็ตสกี

- ห้องวิลล่า สูท มีจำนวน 14 ห้อง ฟรีอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน เห็นวิวทะเลสาบได้จากภายในห้อง มีน้ำดื่มบริการฟรีในห้องพัก สามารถสั่งอาหารได้จากห้องอาหาร The Lake View มีบริการรถรับส่งจากสนามบิน

- ห้องซูพีเรีย มีจำนวน 28 ห้อง มีน้ำดื่มบริการฟรีในห้องพัก ฟรีอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน สามารถสั่งอาหารได้จากห้องอาหาร the lake side มีกิจกรรมทางน้ำ หลายประเภท เช่น เจ็ตสกี

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

- ที่จอดรถกว้างขวาง จอดรถฟรีทั้งหน้าบ้านและลานจอดรถ ท่านสามารถจอดรถไว้ที่หน้าห้องพักได้เลย นอกจากนั้นยังมีที่จอดรถแยกต่างหาก สามารถจอดรถบัสได้

- ฟรี อินเทอร์เน็ต WiFi ภายในโครงการมีฟรีไวไฟ ไว้คอยให้บริการทั่วทั้งบริเวณโครงการ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

- มีสระว่ายน้ำกลางแจ้ง เป็นจุดเด่น แวดล้อมด้วยพื้นที่สวนน้ำในบรรยากาศสงบร่มรื่น ที่มีวิวทิวทัศน์สุดขอบตา

- สวนหย่อม แวดล้อมด้วยพื้นที่สวนน้ำและสวนสวยครอบคลุมทั่วทั้งโครงการ ในบรรยากาศสงบร่มรื่น ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ที่มีวิวทิวทัศน์สุดชอบตา ท่านสามารถ นั่งจิบเครื่องดื่มหรือรับประทานอาหารเบา ๆ ชมวิวทะเลสาบ
- ร้านค้าในโครงการ เรามีร้านอาหารและร้านกาแฟ ไว้คอยให้บริการท่านซึ่งท่านสามารถสั่งอาหารได้จากห้องอาหาร Siam de vista และร้านกาแฟ ka noom ได้จากภายในห้องพัก

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ไวรัสโคโรนา คือ ไวรัสสายเดี่ยว (single-stranded) ที่มีสารพันธุกรรมชนิด RNA ไวรัสโคโรนาจัดอยู่ในสายพันธุ์เดียวกันกับนิโคไวรัส, ไวรัสโคโรนาไวรัส และเป็นสายพันธุ์รองมาจากไวรัสอโธโคโรนาไวรัส โดยจากการศึกษาพันธุกรรมของไวรัสสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ แอลฟา (α), บีตา (β), แกมมา (γ) และ เดลต้า (δ) ไวรัสโคโรนารวมอยู่ในกลุ่มไวรัสโคโรนาไวรัส ชื่อของไวรัสชนิดนี้ถูกตั้งตามลักษณะของไวรัสที่เมื่อดูจากกล้องอิเล็กตรอนไมโครสโคปจะเห็นเป็นรูปร่างคล้ายมงกุฎ

2.3.1 รูปร่างและลักษณะของไวรัสโคโรนา

ไวรัสโคโรนามีเปลือกที่ห่อหุ้มสารพันธุกรรมชนิด RNA และไวรัสริบอ (ไวรัสทั้งตัว) มีลักษณะกลมหรือเป็นรูปวงรี ส่วนใหญ่มี ภาวะหลายรูปแบบ มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 50 ถึง 200 นาโนเมตร โดยไวรัสโคโรนามีเส้นผ่าศูนย์กลาง 60 ถึง 140 นาโนเมตร มีปุ่มอยู่บนพื้นผิวภายนอกและก่อตัวในลักษณะเป็นท่อน โปรตีนหนามเป็นโปรตีนแอนติเจนหลักของไวรัสที่ใช้ในการเพิ่มปริมาณ มีโปรตีนนิวคลีโอแคปซิดห่อหุ้มสารพันธุกรรมที่เกิดจากไวรัสและสามารถใช้เป็นแอนติเจนวินิจฉัยสาเหตุโรค

2.3.2 ประเภทของไวรัสโคโรนา

ไวรัสโคโรนาส่วนมากจะติดต่อในสัตว์ ปัจจุบันไวรัสโคโรนา ที่ตรวจพบในมนุษย์ 2 ชนิด ได้แก่ ไวรัสอัลฟาโคโรนา (229E และ NL63), ไวรัสเบต้าโคโรนา (OC43, HKU1, โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS-CoV), และโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงหรือโรคไข้หวัดมรณะ (SARS-CoV) เมื่อไม่นานมานี้ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ถูกพบในคนไข้ที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน คนไข้มีภาวะปอดอักเสบโดยไม่ทราบสาเหตุ องค์การอนามัยโลกหรือ WHO (The World Health Organization) เรียกโรคนี้ว่า โควิด-19 (COVID-19) ในขณะที่คณะกรรมการระหว่างประเทศว่าด้วยอนุกรมวิธานวิทยาของไวรัส หรือ International Committee on Taxonomy of Viruses - ICTV ตั้งชื่อไวรัสนี้ว่า ซาร์ส-2 (SARSCoV-2) ซึ่งต่อมาไวรัสชนิดนี้ได้รับการยืนยันว่าสามารถติดต่อจากคนสู่คนได้ ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่พบเจอนี้มีความใกล้เคียงทางพันธุกรรมกับไวรัส ที่พบในค้างคาว จากการ

วิเคราะห์ลำดับพันธุกรรมที่คล้ายคลึงกันของไวรัสสายพันธุ์ใหม่นี้แสดงให้เห็นว่ามันมีความคล้ายคลึงกับไวรัสโรคซาร์สอย่างมาก ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ถูกจัดอยู่ในประเภทเบต้า-โคโรนาไวรัส

2.3.3 สัตว์ป่าที่เป็นพาหะไวรัสโคโรนา

สัตว์ป่าหลายชนิดมีเชื้อโรคและเป็นพาหะที่ทำให้เกิดโรคติดต่อขึ้นอย่างแน่นนอน ค้างคาว ชะมดแบดเจอร์ ตัวตุ่น อูฐป่า และอื่น ๆ เป็นพาหะของไวรัสโคโรนา การแพร่ระบาดใหญ่ของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เมืองอู่ฮั่นนั้นมีความคล้ายคลึงกับการแพร่ระบาดของโรคซาร์สที่มณฑลกว่างตุง เมื่อปี 2003 การระบาดทั้งสองครั้งเกิดขึ้นในฤดูหนาว เมื่อสืบย้อนกลับไปพบว่าคนไข้ที่ติดเชื้อมีการสัมผัสกับสัตว์ที่ยังมีชีวิตในตลาดค้าสัตว์ป่า โดยทั้งสองกรณีนี้มีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาที่ไม่เคยพบมาก่อน เนื่องด้วยความคล้ายคลึงของลำดับทางพันธุกรรมของไวรัสโคโรนาและโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่พบในค้างคาว ซึ่งมีมากกว่า 85% จึงเป็นที่คาดเดาว่าค้างคาวคือพาหะจากธรรมชาติของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ จากการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในปี 2003 ยังไม่เป็นที่ทราบแน่ชัดว่ามีตัวกลางนำพาหะโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ในขณะนั้นระหว่างค้างคาวและมนุษย์หรือไม่ ดังนั้น บุคคลควรงดเว้นการบริโภคสัตว์ป่าที่ไม่ได้รับการตรวจสอบดูแลอย่างถูกต้อง หรืออาหารดิบ เช่น เนื้อสัตว์ที่จำหน่ายโดยผู้ค้าข้างทาง

2.3.4 การติดต่อของไวรัสโคโรนาจากสัตว์สู่คน

ไวรัสโคโรนาหลายชนิดที่ติดต่อสู่มนุษย์พบได้ในค้างคาว ซึ่งเป็นแหล่งสะสมไวรัสโคโรนาโดยธรรมชาติ ค้างคาวถือว่าเป็นสัตว์พาหะต้นกำเนิดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งการติดต่อระหว่างค้างคาวสู่คนอาจเกิดขึ้นจากสัตว์พาหะตัวกลางที่ทำให้เชื้อโรคกลายพันธุ์ การวิเคราะห์ลำดับสายพันธุ์พบความคล้ายคลึงถึง 85% ระหว่างไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่และไวรัสโคโรนาในค้างคาว อย่างไรก็ตาม เป็นไปได้ว่ามีสัตว์อื่น ๆ ซึ่งยังไม่ได้รับการยืนยันอาจเป็นพาหะตัวกลางนำไวรัสโคโรนาจากค้างคาวสู่คน การติดต่อจากสัตว์สู่คน หรือจากคนสู่คน มี 2 ทางหลักคือ การสัมผัสและละอองฝอย ไวรัสโคโรนาชนิดที่ระบาดในปัจจุบันทำให้เกิดภาวะปอดอักเสบนั้นประกอบด้วยไวรัส HKU1, SARS-CoV, MERS-CoV, และ 2019-nCoV

2.3.5 ความทนทานของไวรัสโคโรนาในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

โดยทั่วไปเชื้อโรคจะสามารถอยู่ได้ 2-3 ชั่วโมง บนพื้นผิวราบเรียบ หากสภาพอากาศหนาวและความชื้นเอื้ออำนวย เชื้อโรคจะสามารถอยู่ได้ 2-3 วัน ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่มีความไวต่อรังสียูวีและความร้อน ความร้อนที่ 132.8 ฟาเรนไฮต์ (56 องศาเซลเซียส) ต่อเนื่อง 30 นาที, อากาศ, แอลกอฮอล์ 75% น้ำยาฆ่าเชื้อโรคที่มีส่วนผสมของคลอรีน, กรดเปอร์อะซิติก, คลอโรฟอรั่ม และสารละลายอื่นที่มีส่วนผสมที่กล่าวมาสามารถฆ่าเชื้อโรคโคโรนาได้ สารคลอโรเอ็กซ์ซิดีน (หรืออีก ชื่อหนึ่งว่า คลอโรเอ็กซ์ซิดีน กลูโคเนท) ก็สามารถฆ่าเชื้อโรคโคโรนาได้

2.3.6 ความรุนแรงของโรคโควิด-19

ไวรัสโคโรนาทั่วไปติดเชื้อได้มากในผู้ใหญ่และเด็กโต ทำให้เป็นหวัดธรรมดา บางสายพันธุ์อาจทำให้มีอาการท้องร่วงในผู้ใหญ่ ไวรัสเหล่านี้ติดต่อได้โดยผ่านละอองฝอยและแพร่เชื้อผ่านทางเชื้อที่ถูกขับถ่ายออกมาที่บอจุจาระเข้าสู่อีกคนหนึ่งโดยผ่านเข้าทางปาก การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาอยู่ในช่วงฤดูหนาวและฤดูใบไม้ผลิ ระยะเวลาฟักตัวมักจะอยู่ที่ 3-7 วัน หลังจากที่เชื้อหวัดกลายพันธุ์เป็น 2019-nCoV ระยะเวลาการฟักตัวอยู่ที่ 2-14 วัน อย่างไรก็ตาม มีบางกรณีที่พบว่าระยะเวลาฟักตัวนั้นมากถึง 24 วัน ระดับความอันตรายของไวรัสดังกล่าวนี้ มีความรุนแรงของโรคทั้งในระดับการติดเชื้อและเสียชีวิต ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่มีอัตราการติดเชื้อในระดับสูงมากและเป็นอันตรายต่อชีวิต

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการทำงานของชีวิตของคนในสังคม เช่น ผลกระทบด้านสุขภาพ มีประชาชนเจ็บป่วยและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก และบุคลากรทางการแพทย์ต้องทำงานหนักมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อทางสังคม ทำให้เกิดความตระหนัก ตื่นกลัวและมีการนำมาสู่ความแตกแยก เกิดการกีดกัน โดยเฉพาะในช่วงแรก ๆ ของการระบาด และผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย

จากเนื้อความดังกล่าวสรุปได้ว่า การศึกษาถึงผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ต่อธุรกิจโรงแรมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 รวมถึงผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น มาตรการปิดเมือง (ล็อกดาวน์) เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาด และมาตรการปิดพื้นที่บางจุดเพื่อให้การระบาดอยู่ในวงแคบที่สุด ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยกเลิกการเดินทางและการจองห้องพัก หน่วยงานต่าง ๆ ยกเลิกการจัดประชุมและสัมมนาที่โรงแรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจพิเศษ ผลการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี มีสัญชาติไทย มีสถานภาพสมรส มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์การเดินทางแบบให้รางวัลตัวเอง นิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถเช่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักในแต่ละครั้งต่อคืนคือ 2,001-3,000 บาท ช่วงเวลาที่เดินทางคือเดือนตุลาคม-ธันวาคม ช่องทางการรับทราบข้อมูลทางการเข้าพักคือสังคมออนไลน์ และประเภทของโรงแรมที่เข้าพัก คือโรงแรมระดับ 2 ดาว 2) คุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอ

เมือง จังหวัดภูเก็ต ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพลำดับแรกคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ 3) คุณภาพการบริการที่คาดหวังของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคุณภาพที่คาดหวังลำดับแรกคือความเป็นรูปธรรมของบริการ 4) นักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีเพศต่างกัน มีสัญชาติต่างกัน มีสถานภาพต่างกัน และมีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ 5,000-9,999 บาท/เดือน สถานภาพสมรสโสด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมจำนวน 2-3 คืน โดยเข้าพักเป็นครั้งแรก เพื่อพักผ่อน และจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคุณภาพบริการที่พักรวมในจังหวัดหนองคายโดยภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นรูปธรรม ผลการทดสอบสมมติฐาน นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการของที่พักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยภาพรวมไม่แตกต่าง

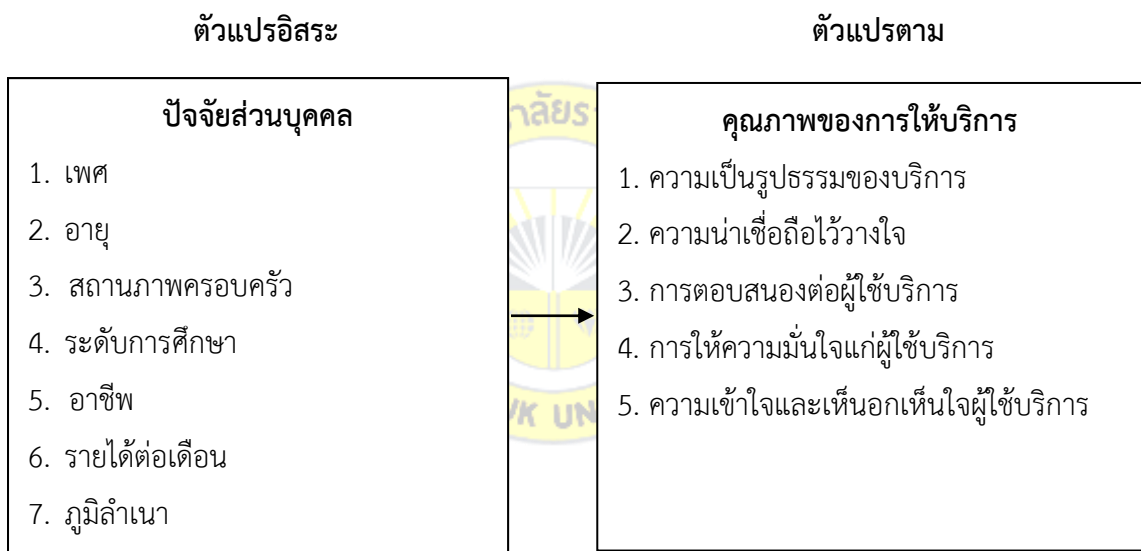
ทรรศนีย์ ไกรสุวรรณ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะช้าง ไบลานบีชรีสอร์ท จังหวัดตราด ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเกาะช้างไบลานบีช รีสอร์ท จังหวัดตราด โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าคนไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเกาะช้างไบลานบีช รีสอร์ท จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าคนไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเกาะช้าง ไบลานบีชรีสอร์ท จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปริยาภรณ์ หารบุรุษ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายด้านพบว่า การตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมขนาดกลางในเขต

กรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก รายงานพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้าน การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี ทั้งหมด 6 แห่ง ใน 6 อำเภอ โดยเลือกสถานประกอบการโรงแรมที่มีมาตรฐานในระดับ 3 ดาวขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เพราะมีจำนวนมาก ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชขันธ์, 2549: 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น=.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(.05)(1 - .5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณจากสูตร จะใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง และทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือ ผู้บริหารหรือหัวหน้างานมีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโรงแรมตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากทั้งหมด 6 โรงแรม จำนวนรวม 12 คน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 2 คนต่อโรงแรม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ใน 5 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำนวน 9 ข้อ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ จำนวน 8 ข้อ 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ จำนวน 9 ข้อ 4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำนวน 9 ข้อ และ 5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ จำนวน 9 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น กำหนดระดับตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) สามารถจัดแบ่งเป็น 5 ระดับได้ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยมาก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้อย่างอิสระ

- **แบบสัมภาษณ์** เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยมีประเด็นคำถามครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน คือ

“สถานประกอบการโรงแรมมีนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไร เพื่อแสดงถึงความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ”

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาแบบสอบถามเพื่อหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC รายข้อระหว่าง 0.67–1.00 ค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 0.937 เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา

ขั้นที่ 2 นำไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ 0.951 ซึ่งมีความเชื่อมั่นที่เข้าใกล้ +1.00 และเกินเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.60 ขึ้นไป ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถแบ่งตามประเภทข้อมูลที่เก็บได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1.1 ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งแบบกระดาษและผ่านช่องทาง Google Forms จากกลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวน 400 ชุด ซึ่งทำการเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม–เมษายน พ.ศ. 2564

- 1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนัดหมายขอเข้าทำการสัมภาษณ์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้

ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานของจังหวัดนนทบุรี
- 2.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ต่าง ๆ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม การแปลผลคะแนน จะใช้การตัดสินแบบอิงเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณหาอันตรายภาคชั้น นำข้อมูลและแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (mean) ร้อยละ (percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน จะใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และกรณีที่มีตัวแปรต้น 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยมีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในการศึกษารุ่นนี้ และสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโรงแรมตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวน 2 คนต่อโรงแรม และเจ้าหน้าที่จำนวน 1 คน จากกระทรวงสาธารณสุขหรือกรมควบคุมโรคที่มีความเกี่ยวข้องในการดูแลตามมาตรการต่าง ๆ นำเสนอเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	236	59.0
หญิง	164	41.0

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	38	9.5
21-30 ปี	62	15.5
31-40 ปี	152	38.0
41-50 ปี	65	16.3
51-60 ปี	46	11.5
61 ปีขึ้นไป	37	9.3
3. สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	202	50.5
สมรส	106	26.5
หม้าย	37	9.2
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	55	13.8
4. ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	32	8.0
ปวช.	35	8.8
ปวส.	38	9.5
ปริญญาตรี	170	42.5
ปริญญาโท	80	20.0
ปริญญาเอก	45	11.2
5. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	25	6.2
ข้าราชการ	44	11.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	10.2
พนักงานบริษัทเอกชน	133	33.2
ค้าขาย	43	10.7
รับจ้าง	38	9.5
ประกอบอาชีพอิสระ	40	10.0
เกษียณอายุ	36	9.0

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

6. รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	47	11.7
10,001-15,000 บาท	97	24.2
15,001-20,000 บาท	155	38.7
20,001-25,000 บาท	58	14.5
25,001-30,000 บาท	20	5.0
มากกว่า 30,000 บาท	23	5.7
7. ภูมิลำเนา		
นนทบุรี	185	46.2
จังหวัดอื่น ๆ	215	53.7
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ 2 กลุ่ม เป็นเพศชาย จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ 6 กลุ่ม ปรากฏว่า เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 อายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

เมื่อจำแนกตามกลุ่มสถานภาพการสมรส 4 กลุ่ม ปรากฏว่า มีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาได้แก่ สถานภาพครอบครัว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และสถานภาพหม้าย น้อยที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

เมื่อจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา 6 กลุ่ม ปรากฏว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ระดับปริญญาเอก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ระดับปวส. จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ระดับปวช. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย น้อยที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ 8 กลุ่ม ปรากฏว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาได้แก่ อาชีพข้าราชการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 อาชีพค้าขาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อาชีพรับจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้เกษียณอายุ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา น้อยที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ต่อเดือน 6 กลุ่ม ปรากฏว่า มีรายได้ระหว่าง 15,001–20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 10,001–15,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รายได้ระหว่าง 20,001–25,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รายได้ มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และรายได้ระหว่าง 25,001–30,000 บาท มีน้อยที่สุดคือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

เมื่อจำแนกตามกลุ่มภูมิภาค 2 กลุ่ม ปรากฏว่า มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เช่น สุพรรณบุรี สมุทรปราการ นครราชสีมา มากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาได้แก่ นนทบุรี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัด นนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

การนำเสนอครั้งนี้เสนอระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19)

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.85	0.62	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	3.61	0.58	มาก
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.67	0.55	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	3.70	0.58	มาก
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ	3.77	0.61	มาก
รวม	3.72	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัด
นนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$, $SD=0.49$) โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของ
บริการ ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.62$) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.77$, $SD=0.61$) ด้าน
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.70$, $SD=0.58$) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.67$,
 $SD=0.55$) และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{x}=3.61$, $SD=0.58$) ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
มีการจัดทางเข้า-ออก ทางเดียว จัดวางแผ่นรองพื้นผสม น้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณทางเข้าหรือทางขึ้นอาคาร	3.93	0.901	มาก
มีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้บริการและ ทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง	3.98	0.827	มาก

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (ต่อ)

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มีการลงทะเบียน รวมทั้งประวัติการเดินทางของ ผู้ใช้บริการ	3.71	0.83	มาก
อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือ หน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น	3.94	0.85	มาก
มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับ ทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.85	0.79	มาก
มีการจัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับและการรอคิวให้ เหมาะสม และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร	3.73	0.85	มาก
มีการทำความสะอาดสถานที่และบริเวณผิวสัมผัสร่วม อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์	3.96	0.83	มาก
มีจุดทิ้งขยะ ของเสีย และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่าง เหมาะสม	3.81	0.80	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย และเพียงพอ ต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ เช่น ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสัมมนา ห้องอาหาร อินเทอร์เน็ต	3.78	0.78	มาก
รวม	3.85	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของ
บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.62$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีจุดคัดกรอง
ตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้บริการและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง มีค่าเฉลี่ยมาก
ที่สุด ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.83$) รองลงมาได้แก่ มีการทำความสะอาดสถานที่และบริเวณผิวสัมผัสร่วมอย่าง

สม่ำเสมอ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์ ($\bar{x}=3.96$, $SD=0.83$) อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น ($\bar{x}=3.94$, $SD=0.85$) มีการจัดทางเข้า-ออก ทางเดียว จัดวางแผ่นรองพื้นผสมน้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณทางเข้าหรือทางขึ้นอาคาร ($\bar{x}=3.93$, $SD=0.90$) มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.79$) มีจุดทิ้งขยะ ของเสีย และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม ($\bar{x}=3.81$, $SD=0.80$) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย และเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ เช่น ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสัมมนา ห้องอาหาร อินเทอร์เน็ต ($\bar{x}=3.78$, $SD=0.78$) มีการจัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับและการรอคิวให้เหมาะสม และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร ($\bar{x}=3.73$, $SD=0.85$) และมีการลงทะเบียน รวมทั้งประวัติการเดินทางของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.71$, $SD=0.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus ให้ผู้รับบริการทราบ	3.57	0.89	มาก
มีการจัดระบบระบายอากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน และจำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก	3.71	0.82	มาก
มีการจัดเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้น หรือจุดสี เพื่อแสดงระยะเว้นห่าง เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน ลิฟต์ เป็นต้น	3.58	0.80	มาก
มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัส เช่น การลงทะเบียนเข้าพักแบบออนไลน์ การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ	3.54	0.78	มาก

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (ต่อ)

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
มีการสื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ เพื่อ ลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือน และแนวปฏิบัติของ ผู้ใช้บริการ	3.55	0.82	มาก
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตร ทำให้รู้สึก ปลอดภัยและอบอุ่นใจขณะใช้บริการ	3.68	0.81	มาก
ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้ บริการ ที่ดี มีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ	3.60	0.80	มาก
ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ บอกข้อมูลต่าง ๆ ได้ อย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของ ผู้ใช้บริการได้	3.71	0.78	มาก
รวม	3.61	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.61$, $SD=0.58$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการจัดระบบระบบาย
อากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐานและจำกัดจำนวนผู้รับบริการใน
สัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก และผู้ให้บริการสามารถให้
คำแนะนำ บอกข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการได้
มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.71$, $SD=0.82$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตร ทำให้
รู้สึกปลอดภัยและอบอุ่นใจขณะใช้บริการ ($\bar{x}=3.68$, $SD=0.81$) ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญใน
ด้านการให้ บริการที่ดี มีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ ($\bar{x}=3.60$, $SD=0.80$) มีการจัด
เส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้น หรือจุดสี เพื่อแสดง
ระยะเว้นห่าง เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน ลิฟต์ เป็นต้น ($\bar{x}=3.58$, $SD=0.80$) มีการประชาสัมพันธ์การ
ดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus ให้ผู้รับบริการทราบ ($\bar{x}=3.57$, $SD=0.89$) มีการ

สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือนและแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ (\bar{X} =3.55, SD=0.82) และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัส เช่น การลงทะเบียนเข้าพักแบบออนไลน์ การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (\bar{X} =3.54, SD=0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ

ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ภายใต้ มาตรการความปลอดภัยการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19	4.10	0.77	มาก
การให้บริการของโรงแรม รวดเร็ว ตรงตามต้องการของ ผู้ให้บริการ	3.47	0.86	มาก
ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างทันท่วงที	4.03	0.79	มาก
มีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ ตลอดเวลา	3.54	0.86	มาก
มีผู้ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนผู้ให้บริการ ชั้นตอนและวิธีการให้บริการของผู้ให้บริการกระชับและ รวดเร็ว	3.76	0.79	มาก
ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยให้คำแนะนำได้อย่าง รวดเร็ว	3.33	01.05	มาก
ผู้ให้บริการมีการกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว	3.63	0.91	มาก
ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ	3.42	0.88	มาก
รวม	3.67	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.67$, $SD=0.55$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ภายใต้มาตรการความปลอดภัยการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.10$, $SD=0.77$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทันทั่วถึง ($\bar{x}=4.03$, $SD=0.79$) ขั้นตอนและวิธีการให้บริการของผู้ให้บริการกระชับและรวดเร็ว ($\bar{x}=3.79$, $SD=0.83$) มีผู้ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนผู้ให้บริการ ($\bar{x}=3.76$, $SD=0.79$) ผู้ให้บริการมีการกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ($\bar{x}=3.63$, $SD=0.91$) มีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา ($\bar{x}=3.54$, $SD=0.86$) การให้บริการของโรงแรมรวดเร็ว ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.47$, $SD=0.86$) ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ ($\bar{x}=3.42$, $SD=0.88$) และผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยให้คำแนะนำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.33$, $SD=0.05$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ	3.72	0.84	มาก
ผู้ให้บริการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่ผู้ให้บริการ	3.82	0.81	มาก
ผู้ให้บริการมีทักษะด้านการสื่อสาร มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ	3.83	0.79	มาก
ผู้ให้บริการมีกริยาท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ	3.66	0.84	มาก
ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความกระตือรือร้น	3.68	0.82	มาก
ผู้ให้บริการมีการแสดงออกทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ	3.58	0.85	มาก

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (ต่อ)

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วย ความสุภาพ	3.67	0.84	มาก
ผู้ให้บริการมีความมั่นใจในการตอบคำถาม ข้อสงสัยแก่ ผู้ใช้บริการ	3.61	0.79	มาก
ผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ	3.80	0.79	มาก
รวม	3.70	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านการให้ความมั่นใจแก่
ผู้ใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, $SD=0.58$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมี
ทักษะด้านการสื่อสาร มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.83$,
 $SD=0.79$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่
ผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.81$) ผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ($\bar{x}=3.80$, $SD=0.79$) ผู้
ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ ($\bar{x}=3.72$, $SD=0.85$) ผู้ให้บริการให้บริการ
ด้วยความกระตือรือร้น ($\bar{x}=3.68$, $SD=0.82$) ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วย
ความสุภาพ ($\bar{x}=3.67$, $SD=0.84$) ผู้ให้บริการมีกริยาท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ
($\bar{x}=3.66$, $SD=0.84$) ผู้ให้บริการมีความมั่นใจในการตอบคำถาม ข้อสงสัยแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.61$,
 $SD=0.79$) และผู้ให้บริการมีการแสดงออกทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด
($\bar{x}=3.58$, $SD=0.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
โรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 (COVID-19) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ

ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ใช้บริการ	3.87	0.85	มาก
ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการแต่ละคน	3.71	0.82	มาก
การเรียนรู้ผู้ใช้บริการที่มาพักในโรงแรม	3.67	0.75	มาก
การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ	3.86	0.78	มาก
รวม	3.77	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$, $SD=0.61$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.85$) รองลงมาได้แก่ การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.86$, $SD=0.78$) ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการแต่ละคน ($\bar{x}=3.71$, $SD=0.82$) และการเรียนรู้ผู้ใช้บริการที่มาพักในโรงแรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.67$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามเพศ

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การทดสอบ t-test	
				t	Sig. (2-tailed)
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ชาย	3.96	0.55	0.006	0.936
	หญิง	4.13	0.54		
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ชาย	3.10	0.48	0.407	0.524
	หญิง	3.07	0.50		

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามเพศ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การทดสอบ t-test	
				t	Sig. (2-tailed)
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ชาย	3.38	0.65	0.167	0.683
	หญิง	3.41	0.68		
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ชาย	3.08	0.70	0.905	0.342
	หญิง	3.04	0.69		
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ชาย	3.35	0.43	0.156	0.694
	หญิง	3.35	0.45		
รวม	ชาย	3.39	0.31	0.031	0.861
	หญิง	3.43	0.30		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เพศชายและเพศหญิงที่มาใช้บริการโรงแรมมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามกลุ่มอายุ

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.396	5	0.279	1.144	0.336
	ภายในกลุ่ม	96.130	394	0.244		
	รวม	97.526	399			

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามกลุ่มอายุ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.746	5	0.149	0.533	0.751
	ภายในกลุ่ม	104.454	394	0.280		
	รวม	105.200	399			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.533	5	0.307	1.008	0.413
	ภายในกลุ่ม	113.481	394	0.304		
	รวม	115.014	399			
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.083	5	0.217	0.993	0.422
	ภายในกลุ่ม	81.390	394	0.218		
	รวม	82.473	399			
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.314	5	0.263	0.809	0.544
	ภายในกลุ่ม	121.165	394	0.325		
	รวม	122.479	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.175	5	0.235	1.634	0.150
	ภายในกลุ่ม	53.614	394	0.144		
	รวม	54.789	399			

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามสถานภาพการสมรส

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.257	3	0.086	0.174	0.914
	ภายในกลุ่ม	195.018	396	0.492		
	รวม	195.275	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.626	3	0.209	1.064	0.364
	ภายในกลุ่ม	77.674	396	0.196		
	รวม	78.300	399			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.425	3	0.142	0.320	0.811
	ภายในกลุ่ม	175.076	396	0.442		
	รวม	175.501	399			
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.374	3	0.215	0.508	0.677
	ภายในกลุ่ม	97.151	396	0.245		
	รวม	97.526	399			
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.448	3	0.149	0.481	0.696
	ภายในกลุ่ม	122.937	396	0.310		
	รวม	123.385	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.286	3	0.095	0.986	0.399
	ภายในกลุ่ม	38.298	396	0.097		
	รวม	38.584	399			

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.664	5	0.277	1.137	0.340
	ภายในกลุ่ม	95.862	394	0.244		
	รวม	97.526	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.333	5	0.389	1.263	0.274
	ภายในกลุ่ม	121.051	394	0.308		
	รวม	123.385	399			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.529	5	0.255	1.305	0.254
	ภายในกลุ่ม	76.771	394	0.195		
	รวม	78.300	399			
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.109	5	0.352	0.797	0.573
	ภายในกลุ่ม	173.391	394	0.441		
	รวม	175.501	399			
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.448	5	0.149	0.481	0.696
	ภายในกลุ่ม	122.937	394	0.310		
	รวม	123.385	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.889	5	0.148	1.544	0.164
	ภายในกลุ่ม	38.298	394	0.097		
	รวม	39.187	399			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.204	6	0.201	1.003	0.423
	ภายในกลุ่ม	74.428	393	0.200		
	รวม	45.632	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.649	6	0.441	1.601	0.146
	ภายในกลุ่ม	102.551	393	0.276		
	รวม	105.200	399			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.409	6	0.235	0.769	0.595
	ภายในกลุ่ม	113.605	393	0.305		
	รวม	115.014	399			
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.910	6	0.152	0.691	0.657
	ภายในกลุ่ม	81.564	393	0.219		
	รวม	82.474	399			
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.846	6	0.141	0.431	0.858
	ภายในกลุ่ม	121.633	393	0.327		
	รวม	122.479	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.029	6	0.171	1.186	0.313
	ภายในกลุ่ม	53.760	393	0.145		
	รวม	54.789	399			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

คุณภาพการให้บริการของโรงแรม ในจังหวัดนนทบุรี	ระหว่างกลุ่ม	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.340	5	0.068	0.337	0.891
	ภายในกลุ่ม	75.292	373	0.202		
	รวม	75.632				
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.853	5	0.171	0.610	0.692
	ภายในกลุ่ม	104.346	373	0.280		
	รวม	105.199				
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.381	5	0.076	0.248	0.941
	ภายในกลุ่ม	114.633	373	0.307		
	รวม	115.014				
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.668	5	0.134	0.610	0.693
	ภายในกลุ่ม	81.805	373	0.219		
	รวม	82.473				
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.071	5	0.814	2.565	0.027*
	ภายในกลุ่ม	118.408	373	0.317		
	รวม	122.479				
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.894	5	0.579	1.044	0.391
	ภายในกลุ่ม	206.741	373	0.554		
	รวม	209.635				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ

ใจผู้ใช้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบรายคู่ เฉพาะด้านที่แตกต่างกันด้วยวิธี LSD ผลปรากฏดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	1	2	3	4	5	6
		4.11	3.91	4.05	4.11	3.93	4.33
1	4.11	-	0.045*	0.524	0.989	0.282	0.138
2	3.91		-	0.57	0.031*	0.878	0.002*
3	4.05			-	0.480	0.432	0.034*
4	4.11				-	0.267	0.129
5	3.93					-	0.036*
6	4.33						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1=ต่ำกว่า 10,000 บาท

2=10,001-15,000 บาท

3=15,001-20,000 บาท

4=20,001-25,000 บาท

5=25,001-30,000 บาท

6=มากกว่า 30,000 บาท

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยวิธีเปรียบเทียบรายคู่ LSD พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยใช้วิธีการเลือกสุ่ม

กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่มีส่วนในการบริหารจัดการโรงแรม โดยสรุปรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 12 คน พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน และเพศหญิง จำนวน 5 คน อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 41–50 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001–25,000 บาท

ตอนที่ 2 การตอบคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ โดยผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโรงแรมตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวน 2 คนต่อโรงแรม ปรากฏผลดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ สถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่ง มีความตระหนักถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เข้ามาเร่งรัดให้ธุรกิจโรงแรมต้องปรับตัวเร็วขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากได้รับผลกระทบอย่างหนักในยามที่ตัวเลขของผู้เข้าพักเป็นศูนย์ เนื่องจากไม่มีการเดินทางช่วงการแพร่ระบาด โดยโรงแรมต้องมีการฟื้นฟูและปรับตัวในเรื่องการให้บริการ เช่น การให้เช่าห้องพักเพื่อเป็นสถานกักตัวของรัฐ หรือให้เช่าห้องพักรายวันเพื่อให้คนมานั่งทำงาน ทั้งนี้ทางโรงแรมยังต้องปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่ทางภาครัฐกำหนด เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ได้แก่

1.1 หลีกเลี่ยงการสัมผัสตั้งแต่ตามจับประตูห้องพัก รีโมททีวี สวิตซ์ไฟ และอุปกรณ์อื่น ๆ ในห้องพักทั้งหมดด้วยการชิลสิ่งของเหล่านี้ไว้

1.2 เก็บปากกา ดินสอ กระดาษโน้ตและอุปกรณ์ไฟฟ้าทั้งหมดออกจากห้องพัก แต่ลูกค้ายังคงสามารถเรียกใช้บริการอุปกรณ์ไฟฟ้าได้หากมีความต้องการ

1.3 กำหนดเวลาการใช้ยิมใหม่เพื่อให้แม่บ้านได้ทำความสะอาดบ่อยขึ้น

1.4 ให้ผู้ใช้บริการแสดงหลักฐานยืนยันว่าปลอดภัย (COVID-19 testing and tracing) ในขณะที่โรคระบาดยังมีอยู่ ผู้ใช้บริการเองถ้าถูกตรวจสอบและบันทึกไว้เรียบร้อยในประวัติว่าตนเองปลอดภัย อาจถูกหน่วยงานทางการขอความร่วมมือในการแสดงหลักฐานยืนยันตัวตนในเรื่องนี้ ซึ่งจะเป็มาตรการเพิ่มเติมที่ดีที่ช่วยให้ควบคุมโรคได้ดีขึ้นทั้งในช่วงเข้าพักและหลังเข้าพัก หากมีการติดเชื้ การติดตามตัวจะทำได้ดีขึ้น

1.5 มีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ (Public area sanitizing and disposable wipes availability) โดยสถานประกอบการจะต้องทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างเข้มงวด และในความถี่ที่มากกว่าเดิม โดยเฉพาะในบริเวณที่ลูกค้าใช้บริการมาก ๆ เช่น

ประตู โຕ้ะ แก้อี้ ลูกค้ำจะมีความคาดหวังเรื่องความสะอาดมากขึ้นกว่าเดิมมาก และจะเลือกใช้บริการในสถานที่ที่แน่ใจว่าปลอดภัย และลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ

1.6 มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการให้บริการบนโต๊ะอาหาร (Restaurant areas table spacing styles of service) การใช้บริการในขณะที่โรคยังระบาดอยู่ ลูกค้ำจะต้องการพื้นที่โต๊ะอาหารที่ห่างกันหรืออาจมีที่กัน นอกจากนี้ แต่เดิมการเดินทางไปมาของบริการเพื่อคอยให้บริการถือว่าเป็นเรื่องดีและปกติ เช่นการนำขวดพริกไทย ซอสไปบริการ ในอนาคตอาจมีการวางให้บริการบนโต๊ะไปเลย แบบนี้เรียกว่า One-stop delivery เพื่อลดการสัมผัสหรือการใกล้ชิดกัน

1.7 การเปลี่ยนมาตรฐานการบริการเกี่ยวกับบุฟเฟต์และเมนูอาหาร (Buffets and single use buffet utensils, and disposable menus) หากยังต้องมีไลน์อาหารแบบบุฟเฟต์ ลูกค้ำจะต้องการอุปกรณ์ตักอาหารของตนเอง และอาจต้องกำหนดให้มีคิวดักอาหารเพื่อไม่ให้เกิดการแออัดที่ไลน์อาหาร สำหรับเมนูอาหารที่ใช้ซ้ำ ๆ เวลาเมื่อลูกค้ำใหม่เข้ามาในร้าน ก็อาจเริ่มคิดให้มีเมนูอาหารที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือถ้าหากจะลดขยะก็อาจใช้เป็น Digital menu ที่ลูกค้ำยิง QR code หน้าร้าน และเมื่อนั่งที่โต๊ะก็สามารถสั่งได้เช่นกัน

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ สถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่งพยายามสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ เช่น

2.1 มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus ให้ผู้รับบริการทราบทั้งในหน้าเว็บไซต์ของโรงแรมและติดป้ายโลโก้มาตรฐาน SHA บริเวณด้านหน้าทางเข้าโรงแรม

2.2 มีการทำเครื่องหมายและเส้นทางในสถานที่ให้บริการ (Social distance circles) เนื่องจากสถานที่ให้บริการ เป็นสถานที่มีคนเข้ามาใช้บริการมีการเคลื่อนไหวเข้าออกซึ่งเดิมอาจไม่มีการกำหนดเส้นทางเดิน โอกาสการสัมผัสหรือปะทะจึงอาจไม่ได้ถูกคิดไว้ ในสถานการณ์โรคระบาดนี้ทางโรงแรมจึงต้องปรับปรุงโดยมีการกำหนดเครื่องหมายและเส้นทางเดินเพื่อสร้างให้เกิดระเบียบในการใช้บริการ

2.3 การลงทะเบียนเข้าใช้ล่วงหน้า (Pre-arrival registration) ปกติเวลาเราไปถึงโรงแรมหรือสถานที่ให้บริการต้องมีการติดต่อลงทะเบียน ซึ่งจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ำและพนักงานในช่วงมีการระบาดของไวรัส สถานประกอบการจึงอาจต้องคิดระบบการลงทะเบียนที่ลูกค้ำทำเองได้จากที่บ้านเลย และเมื่อมาถึงสถานที่ให้บริการก็ต้องคิดกระบวนการให้สามารถลดการสัมผัสกันให้มากที่สุด โดยปัจจุบันเริ่มมีการพูดถึงเทคโนโลยีที่ต้องนำมาใช้ เช่น Electronic locks โดยใช้ Bluetooth หรือ RFID เป็นต้น

2.4 นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยฆ่าเชื้อโรคและไวรัส เช่น แสงอัลตราไวโอเล็ตและสเปรย์พ่นทำความสะอาด

2.5 Check In, Check Out และการเข้าห้องพักด้วย Digital Key ผ่านการมือถือของลูกค้า ซึ่งสิ่งนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศมาแล้ว

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ สถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่ง มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิเช่น

3.1 การเปิดให้เข้าพักสำหรับคนที่อยากกักตัวเองให้แยกห่างจากคนในครอบครัว เพราะบางคนยังต้องทำงานอยู่ ต้องเดินทางออกนอกบ้านทุกวันก็เกรงว่าตนเองจะกลายเป็นพาหะที่นำความเสี่ยงต่อการติดโรคไปสู่คนที่บ้าน อย่างพ่อแม่ ผู้สูงอายุ จึงเลือกที่จะเข้าพักในโรงแรมแทน ซึ่งทางโรงแรมก็พร้อมตอบสนองความต้องการนี้ด้วยการออกโปรโมชั่นลดราคาห้องพักลงเกินกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ เพื่อเปิดโอกาสให้สามารถเข้าพักในห้องพักที่มีความห้องหรูหรา มีบริการสะดวกสบายตามมาตรฐานของโรงแรมในราคาถูกลงอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

3.2 การโปรโมชั่นให้คนหันมา Work from hotel แทนการ Work from home โดยทางโรงแรมเปิดบริการให้เช่าสถานที่เปลี่ยนบรรยากาศ แก่เพื่อการนั่งทำงานที่บ้าน เปลี่ยนมาเป็นนั่งทำงานที่โรงแรมแทน โดยนอกจากสถานที่ที่จะสะอาด เรียบหรู งดงามแล้ว ยังมีโต๊ะทำงานนั่งสบายแอร์เย็น ๆ มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ใช้ฟรี รวมไปถึงการเสิร์ฟอาหารมื้อหลักและมื้อว่างรวมอยู่ในแพ็คเกจด้วย ซึ่งโปรโมชั่นให้เข้าพักในช่วงกลางวันราว 8-10 ชั่วโมง ซึ่งได้รับความนิยมในหมู่หนุ่มสาวคนทำงานที่เริ่มจะทนไม่ได้อกับการนั่งทำงานอยู่แต่ในบ้าน จึงต้องการหาสถานที่ใหม่ ๆ นั่งทำงานกัน

3.3 การหันมาใช้บริการจากในห้องพักมากขึ้น (Room service) เนื่องจากความกลัวเรื่องการติดเชื้อไวรัส COVID-19 เมื่อผู้รับบริการเข้าพักจะมีความต้องการบริการจากในห้องพักซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น การรับประทานอาหารเช้าในห้อง การต้องการให้ทำความสะอาดเป็นระยะ การคาดหวังให้มีเจลแอลกอฮอล์ในห้อง ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับระบบการดำเนินงานเพิ่มเติม บางกรณีก็อาจต้องพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย

3.4 การเปิดให้บริการ Common Room, สระว่ายน้ำ หรือฟิตเนส ก็ควรจำกัดเวลาการใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้ยังคงการรักษาระยะห่างอยู่ และจำเป็นต้องทำความสะอาดตลอดเวลาที่เปิดบริการอีกด้วย

3.5 การเปิดบริการด้าน Spa ที่จำเป็นต้องสัมผัสกับลูกค้าโดยตรงนั้นยิ่งจำเป็นต้องกำหนดข้อจำกัดต่าง ๆ และปรับเปลี่ยนการบริการให้เหมาะสม เพื่อให้หลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อย่างเช่น เปลี่ยนจากสปาทั้งตัวให้เป็นการสปาแค่ แขน คอ ขา และเท้าแทน จะไม่ต้องเปลี่ยนเสื้อผ้าหรือสัมผัสทั้งตัว

3.6 การให้บริการลานจอดรถของโรงแรมจำเป็นต้องจอดหนึ่งคันเว้นหนึ่งคัน เพื่อให้มีพื้นที่มากพอในการรักษาระยะห่าง และที่สำคัญพนักงานขับรถของโรงแรมต้องป้องกันและรักษาความสะอาดตัวเองให้ดีที่สุด เพื่อป้องกันไม่ให้นำเชื้อไปให้ลูกค้าและป้องกันตัวเองจากลูกค้าเช่นเดียวกัน ในกรณีนี้อาจจะต้องจำกัดไว้เฉพาะแขก VIP หรือขาประจำเท่านั้นที่จะสามารถใช้บริการพนักงานขับรถให้นำรถไปจอดได้ ซึ่งก็อาจช่วยลดการแพร่ระบาดลงได้บ้าง

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ สถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่ง มุ่งสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการทั้งด้านการให้บริการของตัวผู้ให้บริการและการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น

4.1 ทางโรงแรมจัดการอบรมพนักงานให้รู้จักวิธีการป้องกันตนเองจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยเฉพาะพนักงานที่จำเป็นต้องสัมผัสหรือเผชิญหน้ากับลูกค้าโดยตรง

4.2 การให้บริการของโรงแรม มีการจำกัดจำนวนคนที่สามารถขึ้นลิฟท์ได้ต่อครั้ง เพื่อรักษา ระยะห่างในที่แคบให้มากที่สุด

4.3 มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายแขกผู้เข้าพัก เพื่อความปลอดภัยเช่นเดียวกันกับการสแกนหาอาวุธก่อนลงทะเบียนเข้าพัก (Check in) และถ้าจะให้ปลอดภัยที่สุดก็ต้องทำแบบเดียวกันนี้กับพนักงานไปจนถึงผู้บริหารด้วย

4.4 ในขณะที่บางโรงแรมสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้นโดยให้แขกผู้เข้าพักทุกท่านเซ็นเอกสารยืนยันว่าตนเองนั้นไม่ได้สัมผัสหรือคลุกคลีกับผู้ป่วยที่มีเชื้อ COVID-19 ก่อนมาใช้บริการ

4.5 ทางโรงแรมจัดหาเครื่องรูดบัตรเครดิตที่รับรองการจ่ายเงินแบบ Contact-less Card เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรง

4.6. การบริการของห้องอาหาร ต้องพยายามรักษาระยะห่าง (Social Distancing) ไว้อย่างเคร่งครัด มาตรการรักษาระยะห่างยังคงสำคัญเสมอและจะสำคัญมากขึ้นหลังจากการแพร่ระบาด สิ้นสุดลง ซึ่งทางโรงแรมมีวิธีการจัดการ เช่น หาเมนูอาหารใหม่ ๆ เพื่อลดคนทำงานในครัวลง เพราะจะสามารถรักษาระยะห่างระหว่างการทำงานให้มากขึ้น อีกวิธีคือ การจำกัดจำนวนคนในห้องครัวให้น้อยลงพร้อมทั้งรักษาระยะห่างให้มากขึ้นอย่างน้อย 2 เมตร

5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ สถานประกอบการโรงแรมทั้ง 6 แห่ง มีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงมีการปรับนโยบายต่าง ๆ เช่น

5.1 นโยบายเกี่ยวกับการยกเลิกการจอง (Cancellation policies) การจองที่พักหรือการใช้บริการอาจต้องปรับเปลี่ยนให้ยืดหยุ่นกว่าเดิม เนื่องจากในช่วงที่มีการระบาดอาจมีทั้งลักษณะรุนแรงหรือไม่รุนแรง ลูกค้าจะชอบหากสามารถยกเลิกหรือเปลี่ยนไปมาได้หลายครั้ง ผู้ประกอบการต้องมาคิดว่าทำอะไรได้บ้าง และต้องปรับระบบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องอย่างไร

5.2 นโยบายเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ในกรณีที่ผู้รับบริการไม่สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้ การใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์โฟนเพื่อสแกนแอปไทยชนะบริเวณทางเข้า-ออก การสแกน QR Code เพื่อลงทะเบียนเข้าพัก หรือการกรอกประวัติลงใน Google Forms ซึ่งผู้รับบริการบางคนอาจไม่มีสมาร์โฟน หรือไม่ใช่โทรศัพท์มือถือ ก็สามารถใช้บริการบันทึกเอกสารแทน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปผลการสัมภาษณ์ทั้งหมดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งความเป็นรูปธรรมในงานบริการนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ (Intangibles) จึงต้องสร้างความมีตัวตนและต้องตอบสนองในทันที ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ คือความสามารถของการบริการที่จะปฏิบัติงานได้ตรงเวลาและครบถ้วนและเป็นไปตามต้องการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่ต้องการโดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ คือ การที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่ใช่ไป และรู้สึกมั่นใจที่จะใช้บริการให้บริการผู้ใช้อย่างถูกต้อง และใส่ใจความรู้สึกของลูกค้า คือ บริการโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ เช่น การบริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One stop service) เพื่อช่วยประหยัดเวลา และการตอบสนองต่อลูกค้า คือ ความพร้อมของหน่วยงานบริการ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักโรงแรมจำนวน 6 แห่ง ในจังหวัดนนทบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% และทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือ ผู้บริหารหรือหัวหน้างานมีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโรงแรมตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากทั้งหมด 6 โรงแรม จำนวนรวม 12 คน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 2 คนต่อโรงแรม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คำนวณค่าเฉลี่ย (mean) ร้อยละ (percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ใช้ค่า t-test กรณีที่มีตัวแปรต้น 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และกรณีที่มีตัวแปรต้น 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการตรวจสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$, $SD=0.49$) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงตามลำดับดังนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.62$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้บริการและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.83$) รองลงมาได้แก่ มีการทำความสะอาดสถานที่และบริเวณผิวสัมผัสร่วมอย่างสม่ำเสมอ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์ ($\bar{x}=3.96$, $SD=0.83$) และมีการลงทะเบียน รวมทั้งประวัติการเดินทางของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.71$, $SD=0.83$)

2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.61$, $SD=0.58$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการจัดระบบระบายอากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐานและจำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก และผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ บอกข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของผู้ให้บริการได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.71$, $SD=0.82$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นมิตร ทำให้รู้สึกปลอดภัยและอบอุ่นใจขณะใช้บริการ ($\bar{x}=3.68$, $SD=0.81$) และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัส เช่น การลงทะเบียนเข้าพักแบบออนไลน์ การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.54$, $SD=0.78$)

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.67$, $SD=0.55$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ภายใต้มาตรการความปลอดภัย การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.10$, $SD=0.77$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้บริการอย่างทันท่วงที ($\bar{x}=4.03$, $SD=0.79$) และผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยให้คำแนะนำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.33$, $SD=0.105$)

4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, $SD=0.58$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมีทักษะด้านการสื่อสาร มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.83$, $SD=0.79$) รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่ผู้ให้บริการ ($\bar{x}=3.82$, $SD=0.81$) และผู้ให้บริการมีการแสดงออกทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.58$, $SD=0.85$)

5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$, $SD=0.61$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(\bar{x} =3.87, SD =0.85) รองลงมาได้แก่ การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ (\bar{x} =3.86, SD =0.78) และการเรียนรู้ผู้ใช้บริการที่มาพักในโรงแรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (\bar{x} =3.67, SD =0.75)

5.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

3) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

6) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

5.1.3 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่มีส่วนในการบริหารจัดการโรงแรม

การวิเคราะห์การให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารหรือหัวหน้างานของโรงแรม สรุปได้ว่า

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โรงแรมทุกแห่งพร้อมปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่ทางรัฐบาล กระทรวงสาธารณสุข และกรมควบคุมโรคกำหนดไว้ เช่น จัดทางเข้า-ออก ทางเดียวและลงทะเบียนประวัติการเข้า-ออก ทางแอปพลิเคชัน ตั้งจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้บริการและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง จัดวางแผ่นรองพื้นผสมน้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณทางเข้าหรือทางขึ้นอาคาร ผู้รับบริการต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่ภายนอกห้องพัก มีการจัดวางเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการหลายจุด มีการจัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับและการรอคิวให้เหมาะสม และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร จัดพนักงานทำความสะอาดสถานที่และบริเวณผิวสัมผัสร่วมอย่างสม่ำเสมอ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์ มีจุดทิ้งขยะ ของเสีย และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย และเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ เช่น ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสัมมนา ห้องอาหาร อินเทอร์เน็ต

2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โรงแรมมุ่งสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เช่น ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี มีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นมิตร ทำให้รู้สึกปลอดภัยและอบอุ่นใจขณะใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus ให้ผู้รับบริการทราบ จัดระบบระบายอากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน และจำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่

เหมาะสม มีการจัดเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัส มีการสื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือน และแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ โรงแรมมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและรับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็วไม่ต้องรอนาน

4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ คือ โรงแรมจัดหาคูลากรที่มีความสามารถ มีบุคลิกภาพดี มีกริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ มีความความสุภาพ ให้เกียรติผู้ให้บริการ มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้ให้บริการ สามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัย และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจผู้บริการแต่ละคน ความใกล้ชิดสนิทสนม ความรู้สึกที่สามารถรับรู้ถึงความต้องการของผู้บริการ รวมทั้งความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการ ข้อจำกัดและปัญหาของผู้บริการ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาคูณาภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละด้านได้ดังนี้

5.2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้บริการและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในระดับมากที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ตรงตามเวลาที่ได้กำหนด และด้านการเข้าใจความต้องการของ

ผู้รับบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดหนองคาย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่พักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นรูปธรรม

5.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการจัดระบบระบายอากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐานและจำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก และผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ บอกข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภิญญา เต็มรัตน์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ระดับคุณภาพการบริการที่เป็นเกณฑ์ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด 4 ข้อ และระดับมาก 1 ข้อ โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ให้ความสำคัญในเรื่องการรับชำระเงินมีความถูกต้อง

5.2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ภายใต้มาตรการความปลอดภัยการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านพบว่า การตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

5.2.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมีทักษะด้านการสื่อสาร มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตินา เจริญปรีดี (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพของการใช้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในระดับมากที่สุดคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

5.2.5 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรศนีย์ ไกรสุวรรณ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะ ช้าง ไบลานบีชรีสอร์ท จังหวัดตราด ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบ และมีแนวทางพัฒนาที่เสนอเป็นนโยบายให้แก่ทางโรงแรมทั้ง 6 แห่ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

5.3.1.1 การศึกษาคูณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผู้วิจัยเห็นว่า ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ดังนั้นทางโรงแรมต้องให้ความสนใจในการพัฒนาคุณภาพในเรื่องความน่าเชื่อถือไว้วางใจมากขึ้น เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมดียิ่งขึ้นไป โรงแรมมุ่งพัฒนาบริการต่าง ๆ ให้ครบวงจรเพื่อรองรับความต้องการผู้ใช้บริการ เช่น การให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง มีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และในสถานการณ์เช่นนี้ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus (Safety & Health Administration) ให้ผู้รับบริการทราบมากขึ้นด้วย ใช้วิธีการสื่อสารหรือแนะนำข้อมูลต่อผู้ใช้บริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือนและแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ และควรนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัสโดยตรง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการใช้บริการกับทางโรงแรมมากขึ้น

5.3.1.2 ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทางโรงแรมควรสรรหากลยุทธ์ หรือปรับเปลี่ยนการนำเสนอบริการ และหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อช่วยพยุงให้ธุรกิจโรงแรมมีสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น และพนักงานยังคงมีงานทำ เช่น

- การปรับตัวไปร่วมมือกับทางภาครัฐ โดยเปิดโรงแรมให้เป็นสถานที่กักตัวสำหรับกลุ่มเสี่ยง หรือไม่ก็ปรับเปลี่ยนสถานที่ห้องพักให้กลายเป็นโรงพยาบาลสนามชั่วคราว ช่วยเพิ่มปริมาณเตียงการรองรับผู้ป่วยในการรักษาได้ สำหรับผู้ติดเชื้อที่อาจจะไม่ได้มีอาการป่วยร้ายแรง หรือเพียงแค่ฝ้าดูอาการ

- การให้บริการแบบ CSR เพื่อสังคม โดยเปิดโรงแรมให้แก่บุคลากรการแพทย์เข้าพักกันแบบฟรี ซึ่งอาจจะไม่ได้ในส่วนของเม็ดเงิน แต่ได้รับคำชมเชย และได้ชื่อเสียงที่สร้างความประทับใจ ทำให้หลาย ๆ คนจดจำโรงแรมไว้ในใจว่าจะต้องเข้าใช้บริการหลังหมดวิกฤต

- โรงแรมควรให้บริการห้องพักเพิ่มเติมจากแบบพักรายคืนเป็นแบบพักรายเดือนในราคาที่จับต้องได้ และมีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม โดยลดราคาแบบกระหน่ำ แลกรับบริการเพิ่ม แจกอาหารเช้า อาหารเย็น หรือแถมคอร์สต่าง ๆ รวมถึงขยายเวลาเช็คอิน-เช็คเอาท์ เพื่อสร้างยอดเงินหมุนเวียนในธุรกิจ

- โรงแรมควรเสริมการบริการอื่น ๆ เช่น การดีลิเวอรี่อาหารเมนูรสเลิศต่าง ๆ จากห้องอาหารของโรงแรมมาบรรจุลงกล่องและจัดส่งถึงประตูบ้านในราคาพิเศษ การเสริมบริการซัก-รีดรับทำความสะอาดเสื้อผ้าแบบรับส่งถึงหน้าประตู

- โรงแรมควรใช้เทคโนโลยีและสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น การถ่ายรูปรูปตามมุมสวย ๆ ทั้งในห้องพัก ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม สัมมนา และบริเวณสาธารณะต่าง ๆ ในโรงแรมเพื่อเป็นการดึงดูดให้คนมาใช้บริการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น

- การศึกษาความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี

- การศึกษาการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการต่อโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี

- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ใช้บริการกับความเข้าใจของผู้ใช้บริการต่อโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี

- การศึกษาทัศนคติของลูกค้าหรือปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการต่อไป

5.3.2.2 ควรศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบและเป็นแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563) COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. ปีที่ 1 (ฉบับที่ 4), หน้า 5-6.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563). โครงการเที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวไทยที่ได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/885284>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ขวัญชนก สุวรรณพงษ์. (2561). การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจพิเศษ. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. จังหวัดนนทบุรี. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2564. จาก http://research.rpu.ac.th/wp-content/uploads/2017/08/Khwanchanok-Suwannaphong_2559.pdf
- ชุติมา เจริญปรีดี. (2551). คุณภาพของการใช้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2561). คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดหนองคายวารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ 13 (ฉบับที่ 1), หน้า 98-106.
- ทรรศนีย์ ไกรสุวรรณ. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการเกาะช้าง ไบลานบีช รีสอร์ท จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. (2558). ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจัยกรุงศรี. (2563). ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19. ค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21>

- โคพิษฐา เต็มรัตน์. (2561). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สยามรัฐออนไลน์. (2563). **โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับหนึ่งของโลก**. ค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2564, จาก <https://siamrath.co.th/n/146002>
- Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. (2008). **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**. Journal of Marketing.







แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษาและเป็นข้อเสนอแนะสำหรับสถานประกอบการโรงแรมในการพัฒนาแนวทางเพื่อให้บริการต่อไป ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เวลาในการตอบแบบสอบถามอันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15-20 ปี 2. 21-30 ปี
 3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี
 5. 51-60 ปี 6. 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด 2. สมรส
 3. หม้าย 4. หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย 2. ปวช.
 3. ปวส. 4.ปริญญาตรี
 5.ปริญญาโท 6.ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 5. ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 6. รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> 7. ประกอบอาชีพอิสระ | <input type="checkbox"/> 8. เกษียณอายุ |

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001–15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 15,001–20,000 | <input type="checkbox"/> 4. 20,001–25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 25,001–30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 30,000 บาท |

7. ภูมิลำเนา

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นนทบุรี | <input type="checkbox"/> 2. จังหวัดอื่น ๆ โปรดระบุ..... |
|-------------------------------------|---|

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

คุณภาพของการให้บริการ		ระดับความคิดเห็น				
		น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ						
1	มีการจัดทางเข้า-ออก ทางเดียว จัดวางแผ่นรองพื้น ผสมน้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณทางเข้าหรือทางขึ้นอาคาร					
2	มีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิของแขกที่มาใช้ บริการและทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง					
3	มีการลงทะเบียน รวมทั้งประวัติการเดินทางของ ผู้ใช้บริการ					
4	อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือ หน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น					
5	มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ					

คุณภาพของการให้บริการ		ระดับความคิดเห็น				
		น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
6	มีการจัดพื้นที่สำหรับการต้อนรับและการรอคิวให้เหมาะสม และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร					
7	มีการทำความสะอาดสถานที่และบริเวณผิวสัมผัสร่วมอย่างสม่ำเสมอ เช่น ลูกบิด มือจับประตู ราวบันได ลิฟต์					
8	มีจุดทิ้งขยะ ของเสีย และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม					
9	มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย และเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ เช่น ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสัมมนา ห้องอาหาร อินเทอร์เน็ต					
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ						
1	มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโรงแรมตามมาตรฐาน SHA Plus ให้ผู้รับบริการทราบ					
2	มีการจัดระบบระบายอากาศที่ดี มีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน และจำกัดจำนวนผู้รับบริการในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการป้องกันการแพร่เชื้อเป็นหลัก					
3	มีการจัดเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้น หรือจุดสี เพื่อแสดงระยะเว้นห่าง เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน ลิฟต์ เป็นต้น					
4	มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัส เช่น การลงทะเบียนเข้าพักแบบออนไลน์ การสร้าง QR Code แทนการใช้ Key Card การ					

คุณภาพของการให้บริการ		ระดับความคิดเห็น				
		น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
	ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ					
5	มีการสื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 เช่น จัดให้มีป้ายแสดงค่าเตือน และแนวปฏิบัติของผู้ใช้บริการ					
6	ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตร ทำให้รู้สึกปลอดภัยและอบอุ่นในขณะที่ใช้บริการ					
7	ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี มีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ					
8	ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ บอกข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการได้					
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
1	ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ภายใต้มาตรการความปลอดภัยการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19					
2	การให้บริการของโรงแรม รวดเร็ว ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ					
3	ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที					
4	มีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา					
5	มีผู้ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ					
6	ขั้นตอนและวิธีการให้บริการของผู้ให้บริการกระชับและรวดเร็ว					

คุณภาพของการให้บริการ		ระดับความคิดเห็น				
		น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
7	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองข้อสงสัยให้คำแนะนำได้อย่างรวดเร็ว					
8	ผู้ให้บริการมีการกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว					
9	ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ					
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ						
1	ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ					
2	ผู้ให้บริการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่ผู้ใช้บริการ					
3	ผู้ให้บริการมีทักษะด้านการสื่อสาร มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ					
4	ผู้ให้บริการมีกิริยาท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ					
5	ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความกระตือรือร้น					
6	ผู้ให้บริการมีการแสดงออกทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ					
7	ผู้ให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความสุภาพ					
8	ผู้ให้บริการมีความมั่นใจในการตอบคำถาม ข้อสงสัยแก่ผู้ใช้บริการ					
9	ผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ					
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ						
1	การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ใช้บริการ					
2	ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการแต่ละคน					
3	การเรียนรู้ผู้ใช้บริการที่มาพักในโรงแรม					

คุณภาพของการให้บริการ		ระดับความคิดเห็น				
		น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
4	การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....







แบบสัมภาษณ์

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษา และเป็นข้อเสนอแนะสำหรับสถานประกอบการโรงแรมในการพัฒนาแนวทางเพื่อให้บริการต่อไป โดยมีคำถามแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็น

ของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15-20 ปี 2. 21-30 ปี
 3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี
 5. 51-60 ปี 6. 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย 2. ปวช.
 3. ปวส. 4.ปริญญาตรี
 5.ปริญญาโท 6.ปริญญาเอก

4. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,001-15,000 บาท
 3. 15,001-20,000 4. 20,001-25,000 บาท
 5. 25,001-30,000 บาท 6. มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 สัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนนทบุรี ดังนี้

“สถานประกอบการโรงแรมมีนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไร เพื่อแสดงถึงความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ”



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายพลสิทธิ์ ศรีศิริ
วัน เดือน ปีเกิด	14 ตุลาคม 2519 จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต การโรงแรมและการท่องเที่ยว, พ.ศ. 2544 มหาวิทยาลัยนเรศวร ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, พ.ศ. 2552
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ประสบการณ์ทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ พ.ศ. 2550-2563
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	<ul style="list-style-type: none"> - บทความเรื่อง มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารริมทาง (street food) บนถนนเยาวราช กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2561 - บทความเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา : เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2563 - บทความเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2564
รางวัลหรือทุนการศึกษาที่ได้รับ	-