

การประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

THE 2nd NATIONAL AND INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES (TSU-HUSOICON 2021) THE ROLE, IMPORTANCE AND CHALLENGES OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES IN THE DISRUPTIVE SOCIETY

อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในร้านอาหารริมชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

Inuence of Service Quality to Thai Tourist Satisfaction of Thai Seafood Restaurant in Samila Beach Songkhla Province

ธรีนา มุกดา¹, สิริชนก อินทะสุวรรณ², รัชฎาวัชรณ์ คงนุ่น³, ยุทธธอ โอมณ์⁴

^{1,2} หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, จังหวัดสงขลา 90110

³ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, จังหวัดพิษณุโลก, 65000

⁴ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, จังหวัดภูเก็ต, 83000

***E-mail : rarina.mo@skru.ac.th**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารริมชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารริมชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวผู้เคยใช้บริการร้านอาหารริมชายหาดสมิหลา โดยระดับความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้การศึกษพบว่า ความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.453$) การดูแลเอาใจใส่ ($\beta = 0.241$) การตอบสนอง ($\beta = 0.105$) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการ ($\beta = 0.100$) และความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.080$) เป็นตัวแปรคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

บทนำ

ในการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก จะมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญ ดังนั้น ในแต่ละประเทศภาครัฐจึงให้ความสำคัญและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อเข้าชิงส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวของโลก สำหรับในประเทศแถบเอเชีย มีการกำหนดส่วนแบ่งการตลาดของประเทศมากที่สุดที่ต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตักตวงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเองให้เพิ่มปริมาณมากขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2561) สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยแล้ว ยังมีข้อข้องในการจับจ่ายใช้สอยที่มีเกิดขึ้นจำนวนมากเช่นกัน คือการใช้บริการในส่วนการรับประทานอาหาร โดยอาหารไทยนั้น เป็นอาหารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยสำคัญของร้านอาหารคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) พนักงานร้านอาหารต้องเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างถูกต้อง และรวดเร็วมีการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจหรือความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ตอนล่าง มีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ และมีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคใต้ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ หาดสมิหลา ในบริเวณดังกล่าวจะเป็นที่ตั้งของร้านอาหารทะเลอยู่เป็นจำนวนมากบริเวณรอบ ๆ หาดสมิหลา จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการร้านอาหารทะเล จะเป็นโดยการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในร้านอาหารทะเลริมชายหาดสมิหลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ที่เคยใช้บริการของร้านอาหารบริเวณริมชายหาดสมิหลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 – เดือน กรกฎาคม 2563

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564*. กรุงเทพฯ: ژیไอฟี ก๊อปปี้บริษัท.

กล่าวทนาย ณ น่าน. (2557). อิทธิพลของความผูกพันของ พนักงานต่อองค์กรต่อคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีของลูกค้า :กรณีศึกษา ธุรกิจเสริมสวย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

น่านสี เทียมแก้ว. (2556). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555*. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.

พระประภา ไชยอนุกุล. (2557). *คุณภาพการให้บริการ ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its measurement. *The Journal of Marketing*, 41-50.

Shelly, M. (1975). Responding to Social Change. Pennsylvania : Dowden Huntchisam Press. Inc.

Weber, M. (1966). The Theory of Social and Economic Organization. New York : The Free Press.

สรุปผลการวิจัย ทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		"ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)"	"ค่าสถิติทดสอบ (t)"	"ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)"
	ไม่ปรับมาตรฐาน				
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน			
ค่าคงที่ (Constant)	-.818	.252		-3.240	.001
ความเป็นรูปธรรม	.452	.042	.453	10.719	.000**
ความน่าเชื่อถือ	.097	.046	.080	2.089	.037*
การตอบสนอง	.178	.059	.105	3.015	.003**
ความเชื่อมั่น	.153	.064	.100	2.396	.017*
การดูแลเอาใจใส่	.340	.064	.241	5.324	.000**

R = 0.789, R Square = 0.623, Adjust R Square = 0.618, F = 135.351, Sig of F = 0.00

คุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในร้านอาหารทะเลริมชายหาดสมิหลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.453$) รองลงมาคือการดูแลเอาใจใส่ ($\beta = 0.241$) การตอบสนอง ($\beta = 0.105$) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการบริการ ($\beta = 0.100$) และความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.080$) ตามลำดับโดยสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อความพึงพอใจได้ร้อยละ 62.3

อภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในร้านอาหารริมทะเลในชายหาดสมิหลา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเชื่อมั่น การดูแลเอาใจใส่ ล้วนแต่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับพินล เมธสวัสดิ์ (2550) ที่ได้อธิบายว่า การส่งมอบบริการที่ดี เหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ โดยให้แรงงานมนุษย์เพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีความประทับใจในด้านบวก เกิดการบอกต่อ รวมถึงอยากกลับมาใช้บริการอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำสิน เทียมแก้ว (2556) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งได้ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้บริการ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในกระบวนการการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกล้าหาญ ณ น่าน (2557) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ต่อคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจเสริมสวย พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ อันประกอบด้วยความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ