

ชื่อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็ก อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้เขียน	นางสาวธิดาวรรณ เพชรรัตน์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2555

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็ก อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษาครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากที่มีผลต่อความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการทั้ง 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ด้านทักษะการสื่อสารของพนักงาน ด้านความน่าสนใจในการตกแต่งห้องพัก ด้านความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล ด้านลักษณะภายนอกของพนักงานและความถูกต้องแม่นยำ ด้านอาหารและบริการ และด้านสภาพโดยรวมของโรงแรม รวมถึงความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก ในระดับปานกลาง ( $r = 0.274$ ) และจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ร้อยละ 7.3 อีกทั้งความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดข้อมูลโดยการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก (บอกต่อ) ในระดับปานกลาง ( $r = 0.259$ ) และจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงการถ่ายทอดข้อมูลโดยการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก (บอกต่อ) ร้อยละ 6.4 ดังนั้นผู้ประกอบการ โรงแรมขนาดเล็กจึงควรปรับปรุงคุณภาพบริการให้เป็นที่น่าพึงพอใจจนกลายเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หากมีการพัฒนาด้านนี้อย่างต่อเนื่อง ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

<b>Thesis Title</b>	The Impact of Word of Mouth Communication towards Using of the Small Hotel Services in Khanom, Nakhon Si Thammarat
<b>Author</b>	Ms.Thidawan Petchrat
<b>Major Program</b>	Master of Business Administration in Tourism Management
<b>Academic Year</b>	2012

### **ABSTRACT**

This research aims to study the impact of word of mouth communication towards using of the small hotel services in Khanom, Nakhon Si Thammarat. This is the survey research by using questionnaire and the results cover the word of mouth communication affects the expectations of service quality, there were 9 factors identified; reliability, assurance, extra room amenities, staff communication skills and additional benefits, room attractiveness and décor, empathy, staff outlook and accuracy, food and service related and hotel surroundings and environmental. And, the satisfactions of service quality affect tourist's word of mouth communications. The results showed that the word of mouth communication and overall expectations of service quality are related moderately ( $r = 0.274$ ) and can affect the expectations of service quality 7.3%. The satisfactions of service quality and tourist's word of mouth communications quality are related moderately ( $r = 0.259$ ) and can affect the word of mouth communications 6.4%. Therefore, the entrepreneurs of small hotel should improve the service quality to be satisfactory become the customer's impression and return to the hotel again. If the entrepreneurs are continuously improved the service quality, this can create the competition advantage.