

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรมด้วยเทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อแฝง: กรณีศึกษาจังหวัดสุรินทร์

Analysis of Hotel Guest Reviews Using Latent Topic Analysis: A Case Study of Surin Province

สรวิศ ต.ศิริวัฒนา เอกชัย แซ่จึ้ง* สุภาวดี พอบพิมาย และ ธนินทร์ ระเบียบโพธิ์

Soravit T.Siriwattana, Ekkachai Jueng*, Supawadee Phobphimai and Thanin Rabiabpho

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Department of Information and Communication Technology, Faculty of Science and Liberal Arts, Rajamangala

University of Technology ISAN

*Corresponding author; E-mail: ekkachai@sci.rmuti.ac.th

Received: 14 May 2025 /Revised: 10 September 2025 /Accepted: 12 September 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อแฝงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์หัวข้อแฝงของความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรม และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นที่พบกับระดับความคิดเห็นของผู้เข้าพักผ่านมุมมองของผู้ใช้บริการ มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยตามกระบวนการวิทยาศาสตร์ข้อมูลแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรวบรวมข้อมูล (2) การเตรียมข้อมูลก่อนประมวลผล (3) การสร้างชุดข้อมูลกลุ่มระดับความคิดเห็น (4) การสร้างแบบจำลองหัวข้อแฝง และ (5) การศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อแฝงกับระดับความคิดเห็น

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการโรงแรมจังหวัดสุรินทร์จำนวน 15 แห่งโดยการรวบรวมจาก Google Map จำนวน 2,042 ความคิดเห็น ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นทั้งหมดสามารถจำแนกหัวข้อแฝงเป็น 7 หัวข้อ มีความเหมาะสมที่สุด โดยมีค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 0.449 หัวข้อความคิดเห็น ได้แก่ (1) การพักผ่อนและสิ่งแวดล้อม (1) คุณภาพบริการและความสะอาด (3) ประสิทธิภาพหรือราคา (4) เส้นหรือการตกแต่งโรงแรม (5) ความเงียบสงบและเหมาะสมของโรงแรม (6) ลักษณะของโรงแรมและสถานที่จัดงาน และ (7) ความคุ้มค่าและใช้งานได้จริง 2) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อแฝงกับระดับความคิดเห็นพบว่า ผู้เข้าพักส่วนใหญ่มีความรู้สึกเชิงบวกถึงร้อยละ 23.60 โดยเฉพาะในด้านคุณภาพบริการและความสะอาด และส่วนใหญ่มีความรู้สึกเชิงลบร้อยละ 30.89 ในด้านเส้นหรือการตกแต่งโรงแรม

คำสำคัญ: การเรียนรู้ของเครื่อง การวิเคราะห์หัวข้อแฝง ระดับความคิดเห็น รีวิวผู้เข้าพักโรงแรม

Abstract

This research presents a latent topic analysis of hotel guest reviews in Surin Province using data science techniques. The study aims to: (1) analyze latent topics in hotel guest reviews and (2) examine the relationship between identified topics and guest sentiment levels from a user perspective. The research followed a five-step data science methodology: (1) data collection, (2) data pre-processing, (3) sentiment level dataset creation, (4) latent topic modeling, and (5) analyzing relationships between latent topics and sentiment levels.

The research utilized guest reviews from 15 hotels in Surin Province, collected from Google Map, comprising 2,042 reviews. Key findings reveal: 1) Reviews were categorized into 7 optimal latent topics with a coherence score of 0.449, including: (a) Leisure & Environment, (b) Service Quality and Cleanliness, (c) Luxurious Experience, (d) Hotel Renovation Charm, (e) Peaceful and Suitable, (f) Hotel Character and Venue, and (g) Affordable and Practical. 2) Sentiment analysis showed that guests expressed 23.60% positive sentiments, particularly regarding service quality and cleanliness, while 30.89% of reviews contained negative sentiments, primarily concerning hotel renovation charm.

Keywords: Machine Learning, Latent Topics Analysis, Review Score, Hotel Reviews

บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี จังหวัดสุรินทร์เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีวัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานช้างสุรินทร์ ผ้าไหมพื้นเมือง และวิถีชีวิตชาวชนบทที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ในปี 2565 ถึง 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 865,250 คน และ 1,097,197 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 10,733 คน

และ 27,592 คน ตามลำดับ และในปี 2566 มีอัตราการพักค้างแรมในจังหวัดสุรินทร์จำนวน 812,653 คน¹ การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในจังหวัดสุรินทร์ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว

การรวบรวมความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรมผ่านรีวิวออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของลูกค้า² การวิเคราะห์ความคิดเห็นช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ถึงข้อดีข้อเสียและพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายและความซับซ้อนของข้อมูลทำให้การวิเคราะห์ด้วยวิธีดั้งเดิมเป็นเรื่องที่ท้าทาย นอกจากนี้ การศึกษาส่วนใหญ่ในอดีตมักใช้ข้อมูลจากแพลตฟอร์มเดียว ซึ่งอาจไม่สะท้อนภาพรวมของความคิดเห็นผู้เข้าพักได้อย่างครบถ้วน การใช้ข้อมูลจาก Google Map ที่รวบรวมความคิดเห็นจากหลายแพลตฟอร์ม เช่น TripAdvisor, Booking.com, Agoda.com จึงเป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการให้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากกว่า

เทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อแฝง (Latent Topic Analysis) ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการกับข้อมูลข้อความจำนวนมาก³ เทคนิคนี้ช่วยในการค้นหาและจัดกลุ่มประเด็นหรือหัวข้อที่ซ่อนอยู่ในข้อความ รีวิวออนไลน์ของผู้เข้าพักโรงแรมมักมีประเด็นที่หลากหลาย ตั้งแต่การชื่นชมสิ่งอำนวยความสะดวกจนถึงการร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ การใช้เทคนิคการจัดสรรแบบดิริชเลตแฝง (Latent Dirichlet Allocation หรือ LDA) ซึ่งเป็นหนึ่งในเทคนิคของการวิเคราะห์หัวข้อแฝงช่วยให้สามารถระบุหัวข้อที่สำคัญและเชื่อมโยงข้อความแต่ละข้อความกับหัวข้อเหล่านั้นได้โดยอัตโนมัติ นอกจากการระบุหัวข้อแล้ว การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อกับระดับความคิดเห็น เช่น ความคิดเห็นเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลางมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจประเด็นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์อาจพบว่าความคิดเห็นเชิงบวกเกี่ยวข้องกับหัวข้อด้านบริการที่เป็นมิตร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ในขณะที่

ความคิดเห็นเชิงลบอาจเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่เกี่ยวกับความสะอาดหรือการจัดการปัญหา การทำความเข้าใจลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุงได้อย่างชัดเจน

ในบริบทของจังหวัดสุรินทร์ การศึกษาโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Green Health Hotel) ยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่มีการศึกษาอย่างจำกัด แม้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนจะเป็นที่สนใจมากขึ้น การใช้ข้อมูลจากโรงแรมประเภทนี้จะช่วยให้เข้าใจมุมมองของผู้เข้าพักที่มีต่อการบริการที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากรีวิวผู้เข้าพักโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์หัวข้อแฝงของความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรม และ (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นที่พบกับระดับความคิดเห็นของผู้เข้าพัก การวิเคราะห์นี้จะใช้เทคนิคการจัดสรรแบบดิริชเลตแฝงในการจัดกลุ่มความคิดเห็นและระบุหัวข้อหลัก โดยใช้ข้อมูลจาก Google Map ที่รวบรวมความคิดเห็นจากหลายแพลตฟอร์ม และมุ่งเน้นไปที่โรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การค้นพบจากการวิจัยนี้ไม่เพียงช่วยให้เข้าใจในมุมมองของผู้เข้าพักโรงแรมในเชิงลึก แต่ยังสามารถนำผลลัพธ์ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการ วางแผนการตลาด และเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ต่อไป

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. คุณภาพการบริการ (Service Quality หรือ ServQual)

คุณภาพการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ แนวคิด ServQual ที่พัฒนาโดย Parasuraman และคณะ⁴ ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านการวัดและวิเคราะห์คุณภาพการบริการ โดยเน้นไปที่ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ ระบุว่าคุณภาพการบริการเป็นการรับรู้ของลูกค้าที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวัง (Expectations) และการบริการที่ได้รับจริง (Perceived Service) การบริการที่มีคุณภาพเกิดขึ้นเมื่อการให้บริการสามารถตอบสนองหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าไม่ได้เกิดจากการบริการเพียงครั้งเดียว แต่เป็นผลจากการสร้างมาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ServQual แบ่งองค์ประกอบของคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ด้านหลัก ดังนี้ 1) ความน่าเชื่อถือในการบริการ (Reliability) 2) การสร้างความมั่นใจให้ผู้รับบริการ (Assurance) 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 4) ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) 5) การบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)

แนวคิด ServQual เป็นมุมมองธุรกิจที่จะสร้างการนำเสนอการบริการให้แก่ลูกค้า มุ่งเน้นให้ธุรกิจบริการตระหนักถึง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการ การยกระดับคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะช่วยสร้างความพึงพอใจ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนในธุรกิจบริการ⁵

2. การวิเคราะห์หัวข้อแฝง

การวิเคราะห์หัวข้อแฝง (Latent Topic Analysis) เป็นเทคนิคที่ใช้เพื่อสกัดหัวข้อหรือประเด็นสำคัญจากข้อความจำนวนมาก วิธีนี้ได้รับความนิยมในงานวิจัยและการประยุกต์ใช้งานด้านการวิเคราะห์ข้อความ เช่น การจัดหมวดหมู่เอกสาร การทำเหมืองข้อความ และการทำความเข้าใจความคิดเห็นของผู้ใช้จากข้อมูลออนไลน์ หนึ่งในวิธีการที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับการวิเคราะห์หัวข้อแฝงคือ Latent Dirichlet Allocation (LDA) ซึ่งเป็นแบบจำลองทางสถิติแบบ Bayesian ที่พัฒนาขึ้นเพื่อค้นหาโครงสร้างหัวข้อแฝงในชุดข้อมูลข้อความขนาดใหญ่ LDA ทำงานบนพื้นฐานของสมมติฐานที่ว่าเอกสารแต่ละฉบับประกอบด้วยส่วนผสมผสานของหัวข้อต่าง ๆ และแต่ละหัวข้อประกอบด้วยคำศัพท์ต่าง ๆ โดยแบบจำลอง LDA สามารถระบุความสัมพันธ์ระหว่างเอกสาร คำศัพท์ และหัวข้อแฝงได้โดยอัตโนมัติ โดยใช้คลังข้อความ (Corpus) และพจนานุกรม (Dictionary) เป็นพื้นฐาน ทำให้เหมาะสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลข้อความที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย⁶ ดังงานวิจัยของ Sultana และคณะ² ได้ประยุกต์ใช้เทคนิค LDA ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากรีวิวออนไลน์ของโรงแรมเครือข่ายระดับโลกในภูมิภาคเอเชียใต้ โดยรวบรวมรีวิวจำนวนมาก เพื่อสกัดหัวข้อสำคัญที่ลูกค้าให้ความสนใจ เช่น ความสะอาด อาหาร พนักงาน และการบริการ ผลการวิเคราะห์ช่วยให้โรงแรมสามารถเข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้าได้อย่างชัดเจนและนำไปปรับปรุงบริการได้ตรงจุด

คลังข้อความคือข้อมูลที่ใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการฝึกโมเดล LDA โดยอยู่ในรูปแบบของ Bag of Words (BoW) ซึ่งแสดงถึงการนับจำนวนครั้งที่คำแต่ละคำปรากฏในเอกสาร ตัวอย่างข้อมูลในรูปแบบ corpus เช่น $[(0, 1), (1, 2)], [(0, 3), (1, 5)]$ ในที่นี้ ตัวเลขในวงเล็บคู่แรก เช่น (0, 1) หมายถึง 0 คือ ID ของคำในเอกสาร และ 1 คือจำนวนครั้งที่คำนี้ปรากฏในเอกสาร การแปลงข้อความเป็น corpus ช่วยให้โมเดล LDA สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากข้อมูลข้อความดิบจะถูกประมวลผลให้อยู่ในรูปแบบเชิงตัวเลขที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์

สำหรับพจนานุกรม เป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเตรียมข้อมูล สำหรับ LDA โดยทำหน้าที่เก็บข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างคำในข้อความและ ID ของคำ ตัวอย่างเช่น {'apple': 0, 'banana': 1, 'cherry': 2} ในตัวอย่างนี้ คำว่า "apple" ถูกแทนด้วย ID ที่ 0 และคำว่า "banana" ถูกแทนด้วย ID ที่ 1 การสร้างพจนานุกรมช่วยให้เราสามารถแปลงข้อความให้อยู่ในรูปแบบที่เครื่องสามารถเข้าใจได้ และนำไปสร้าง corpus สำหรับการฝึกโมเดล LDA พจนานุกรมยังช่วยลดขนาดของข้อมูลด้วยการกำจัดคำซ้ำหรือคำที่ไม่เกี่ยวข้อง⁷ เช่น คำที่มีความถี่ต่ำหรือคำที่ไม่มีความสำคัญในเนื้อหา

กระบวนการวิเคราะห์หัวข้อแฝงด้วย LDA ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน⁸ ดังนี้

1) เตรียมข้อมูลข้อความ เป็นขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลข้อความดิบ และทำความสะอาดข้อมูล เช่น การลบคำหยุด (Stop words) และการแปลงข้อความให้อยู่ในรูปแบบคำ (Word Tokenization)

2) สร้างพจนานุกรมและคลังข้อความ เป็นขั้นตอนการสร้างพจนานุกรมที่ระบุคำและ ID และแปลงข้อความเป็น corpus ในรูปแบบ BoW

3) ฝึกโมเดล LDA เป็นขั้นตอนการใช้ corpus และพจนานุกรมเพื่อฝึกโมเดล LDA และระบุจำนวนหัวข้อแฝงที่ต้องการค้นหา

4) วิเคราะห์ผลลัพธ์ เป็นขั้นตอนการตรวจสอบคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหัวข้อ และนำหัวข้อไปตีความและปรับใช้ตามความเหมาะสม

3. หัวข้อการแสดงความคิดเห็นจากแพลตฟอร์มผู้ให้บริการจองโรงแรม

การแสดงความคิดเห็นของลูกค้าบนแพลตฟอร์มจองโรงแรมเป็นแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่าในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื้อหาในความคิดเห็นเหล่านี้สะท้อนถึงความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับการบริการของโรงแรมในมิติต่าง ๆ ซึ่งแพลตฟอร์มจองโรงแรมแต่ละแห่งมีการออกแบบหัวข้อสำหรับการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโรงแรมสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงบริการได้อย่างตรงจุด

หัวข้อการแสดงความคิดเห็นของแพลตฟอร์มจองโรงแรมมีความหลากหลายและเน้นประเด็นที่สำคัญ ต่อ ประสิทธิภาพ ของ ผู้เข้าพัก การเปรียบเทียบหัวข้อระหว่างแพลตฟอร์มช่วยให้เราเข้าใจมุมมองของลูกค้าและแนวทางในการปรับปรุงบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้การใช้ข้อมูลเหล่านี้อย่างเหมาะสมสามารถเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าได้ในระยะยาว

ผู้วิจัยได้สำรวจและรวบรวมหัวข้อการแสดงความคิดเห็นจากแพลตฟอร์มจองโรงแรมยอดนิยม แพลตฟอร์มมีการกำหนดกรอบหัวข้อให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นแสดงดัง Table 1. โดยงานวิจัย

นี้จะรวบรวมข้อมูลจากบริการ Google เป็นหลัก ซึ่งข้อมูลจาก Google นั้นมาจากรวบรวมความคิดเห็นจากหลายแพลตฟอร์ม

Table 1. Topics of comments from hotel booking service platforms

Agoda.com	Booking.com	TripAdvisor.com	Trip.com	Google.com
ทำเลที่ตั้ง	ทำเลที่ตั้ง	ทำเลที่ตั้ง	ทำเลที่ตั้ง	ทำเลที่ตั้ง
ความสะดวก	ความสะดวก	ความสะดวก	ความสะดวก	-
สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวก	-
	สะดวก	สะดวก	สะดวก	
การให้บริการของพนักงาน	พนักงาน	บรรยากาศ	การให้บริการของพนักงาน	การให้บริการ
ความสะดวกสบายและคุณภาพของห้องพัก	ความสบาย	คุณภาพของห้องพัก	-	คุณภาพของห้องพัก
คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	คุ้มค่าเงิน	ราคา	-	-

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Analysis) โดยใช้ข้อมูลรีวิวออนไลน์ของผู้เข้าพักโรงแรมที่มีอยู่แล้วใน Google Map ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้เข้าพักได้แสดงความคิดเห็นเพื่อแบ่งปันประสบการณ์การใช้บริการ ได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยดำเนินการตามกระบวนการวิทยาศาสตร์ข้อมูลดังนี้ ข้อมูลที่ได้รับการรวบรวมมาจากอินเทอร์เน็ตจะได้รับการปรับปรุงให้มีความพร้อมก่อนการนำไปประมวลผล (Data Preprocessing) ข้อมูลชุดนี้จะถูกประมวลผลเป็นข้อมูล 2 ชุด ได้แก่ แบบจำลองหัวข้อแฝงและข้อมูลการแบ่งกลุ่มระดับความคิดเห็นของผู้เข้าพัก

โรงแรม นำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของโรงแรมในมุมมองของผู้เข้าพักโรงแรม

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นผู้เข้าพักโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์เฉพาะโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนในฐานะข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (GREEN Health Hotel) เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีการรับรองและมีมาตรฐานชัดเจนจากหน่วยงานราชการ จำนวน 15 แห่ง⁹ ได้แก่ โรงแรมมณีสงฆะ ศรีประทีปรีสอร์ท โรงแรมมาลินี สุรินทร์รีสอร์ท บ้านนาพฤกษารีสอร์ท สวนปารีสอร์ท โรงแรมทองเพกา วันฟูไฮเทล

โรงแรมมาติน่า โรงแรมสวนปาล์มรีสอร์ท โรงแรม
อารีนา โรงแรมมณีโรจน์ โรงแรมสุรินทร์มาเจสติค
โรงแรมโซริณูปิ๊ค และโรงแรมทองธารินทร์ อย่างไรก็ตาม การจำกัดขอบเขตนี้อาจทำให้ผลการวิจัย
ไม่สามารถขยายผลไปยังโรงแรมประเภทอื่น
ได้อย่างครบถ้วน

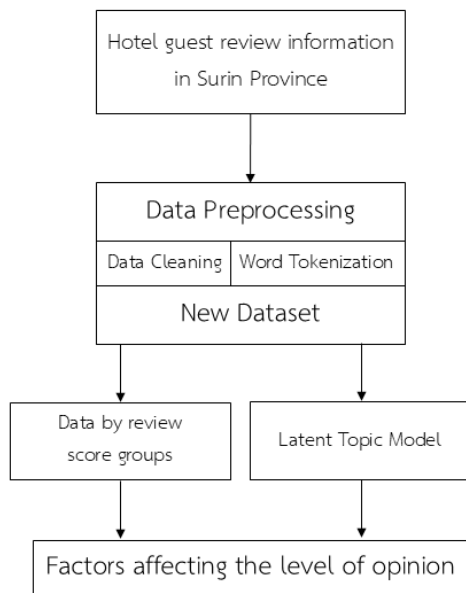


Figure 1. Research conceptual framework

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. Google Maps Platform Web service เป็นบริการของ Google สำหรับเรียกใช้ข้อมูลของ Google ได้เช่น ข้อมูลรายละเอียดของสถานที่จาก Google Map เป็นต้น

2. โปรแกรม Postman สำหรับเรียกใช้เว็บไซต์ (Web Service) รวบรวมข้อมูลจากบริการของ Google

3. โปรแกรม Google Colab ใช้สำหรับการพัฒนาแบบจำลองด้วยภาษาไพธอน (Python)

4. ชุดคำสั่งภาษาไพธอนที่สำคัญ ได้แก่ ชุดคำสั่ง NLTK สำหรับการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล ชุดคำสั่ง sklearn สำหรับเรียกประมวลผล และ ชุดคำสั่ง gensim สำหรับการสร้างและประเมินแบบจำลอง

การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นผู้เข้าพักโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์จำนวน 15 แห่ง ที่ปรากฏอยู่บน Google Map ซึ่ง Google Map นั้นได้รวบรวมมาจากความคิดเห็นของผู้เข้าพักที่ใช้บริการจองผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Google.com TripAdvisor Booking.com Agoda.com เป็นต้น ผู้วิจัยทำการรวบรวมระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2556 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2567 โดยการใช้บริการจาก Google Maps Platform¹⁰ ทำงานร่วมกับโปรแกรม Postman จึงสามารถดึงความคิดเห็นผู้เข้าพักโรงแรมตามที่เงื่อนไขที่กำหนดได้ ดัง Figure 2 แสดงตัวอย่างวิธีผู้เข้าพักโรงแรมบน Google Map ได้ให้ข้อมูลความคิดเห็นและคะแนนต่อโรงแรม และใช้เครื่องมือ Google Translator ในการแปลความคิดเห็นจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้นข้อมูลที่รวบรวมจึงประกอบด้วย ข้อมูลความคิดเห็นภาษาต้นฉบับ ความคิดเห็นแบบแปลภาษาอังกฤษ คะแนนความคิดเห็น และชื่อโรงแรม รวบรวมข้อมูลได้จำนวน 4,980 รายการ

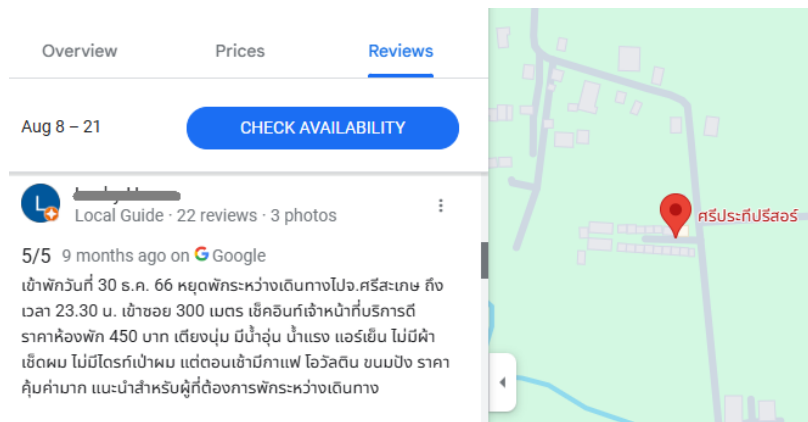


Figure 2. Examples of hotel guest reviews on Google Map

การเตรียมข้อมูลก่อนประมวลผล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จำนวน 4,980 รายการข้อความทั้งหมดจะได้รับการตรวจสอบและปรับแต่งให้เหมาะสมก่อนนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม Google Colab โดยมีดำเนินการที่สำคัญดังนี้ (1) เลือกเฉพาะรายการที่มีข้อความแสดงความคิดเห็น (2) ตัดเครื่องหมายวรรคตอน (Punctuation) และ คำ เชื่ อ ม (Stop words)

ด้วยชุดคำสั่ง NLTK (3) ตัดอักขระพิเศษออก (4) ตัดตัวเลขออก (5) แปลงข้อความให้อยู่ในรูปแบบข้อความเป็นกลุ่มของโทเค็น (Tokens) ที่ค้นด้วยเครื่องหมายคอมม่า ภายหลังการจัดเตรียมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะมีข้อมูลพร้อมใช้จำนวน 2,042 รายการ คิดเป็นร้อยละ 41 ของจำนวนข้อมูลทั้งหมด

Table 2. Examples of comment data preparation

ความคิดเห็น	ความคิดเห็นภาษาอังกฤษ	กลุ่มโทเค็น
สะอาด สงบ เดินทางสะดวก มีที่จอดรถ แต่แอร์เสียงดังเกินไปนอนไม่หลับ	Clean, quiet, convenient to travel, has parking, but the air conditioner is too loud and can't sleep well.	clean,quiet,convenient,travel,parking,air,conditioner,loud,sleep,well
สถานที่สงบ ห้องพักระดับปานกลาง จอดรถหน้าห้อง พื้นห้องยังดูไม่ค่อยสะอาดเท่าที่ควร	Calm location, average rooms Parking in front of the room The floor of the room was not mopped as clean as it should have been.	calm,location,average,rooms,parking,front,room,floor,room,mopped,clean
สะดวกสบายสะอาด	Fresh comfortable clean	fresh,comfortable,clean,
บรรยากาศดีเงียบสงบเขตเมืองใกล้ห้างสรรพสินค้า	Good atmosphere, quiet in the city area, near shopping malls.	good,atmosphere,quiet,city,area,near,shopping,malls

การสร้างชุดข้อมูลกลุ่มระดับความคิดเห็น

การให้คะแนนของผู้เข้าพักโรงแรมมีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 จะถูกนำมาสร้างเป็น 3 กลุ่ม (Classes)

ได้แก่ ความคิดเห็นเชิงบวก ความคิดเห็นเชิงลบ และความคิดเห็นปกติ ข้อมูลความคิดเห็นทุกรายการ จะได้รับการจัดกลุ่มใหม่มีเงื่อนไขดังนี้

Table 3. Conditions for review score grouping

Review score	Review score group	Description
1 to 2	Negative group	Low satisfaction
3	Neutral group	Moderate satisfaction
4 to 5	Positive group	High satisfaction

การสร้างแบบจำลองหัวข้อแฝง

ข้อมูลความคิดเห็นจำนวน 2,042 รายการ จะถูกแปลงให้เป็นข้อมูลแบบพจนานุกรม หรือ Dictionary และแต่ละรายการความคิดเห็นถูกแปลงให้เป็นคลังข้อความ หรือ Corpus ด้วยชุดคำสั่ง corpora ของ genism ข้อมูลชุดพจนานุกรม และคลังข้อความนี้จะได้รับการนำมาค้นหาหัวข้อแฝง ด้วยชุดคำสั่ง LdaModel ของ genism ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1) การทดลองแบ่งหัวข้อจากข้อมูลความคิดเห็นเป็นจำนวน 3 ถึง 15 หัวข้อ โดยกำหนด

ค่าพารามิเตอร์ที่ใช้สร้างแบบจำลองใช้ค่าแบบปริยาย (Default Value) ได้แก่ ค่า random_state เท่ากับ 42

2) การคัดเลือกหาจำนวนหัวข้อที่เหมาะสมกับการแปลความหมายและมีค่าคะแนนความสอดคล้อง (Coherence score) อยู่ในระดับสูง

3) การตั้งชื่อหัวข้อจากการแปลความหมายของคำที่มีอิทธิพล (Weight) ต่อหัวข้อแฝงจำนวน 10 คำ

4) การหาความน่าจะเป็นของรายการความคิดเห็นเทียบกับหัวข้อ

5) การแปลผลสรุปรายการความคิดเห็นที่มีค่าความน่าจะเป็นตามหัวข้อแฝงอันดับสูงที่สุด

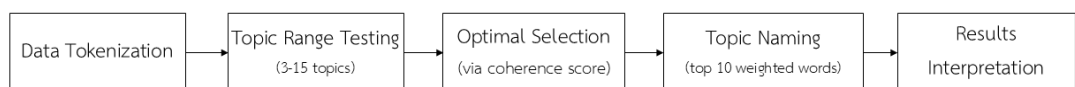


Figure 3. Steps in creating latent topic models

Table 4. Examples of comment interpretation according to the model

Review no	Topic 1	Topic 2	...	Topic n	แปลผล
1	0.11	0.22	...	0.33	Topic n
2	0.66	0.55	...	0.44	Topic 1
3	0.77	0.88	...	0.99	Topic n
...	...	...	...	...	...
2042	0.22	0.66	...	0.33	Topic 2

การหาความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อแฝงกับระดับความคิดเห็น

ในขั้นตอนนี้จะมีข้อมูล 2 ชุดที่มีจำนวน 2,042 รายการที่นำมาประมวลผล ได้แก่ ชุดข้อมูลรีวิวที่แบ่งตามกลุ่มระดับความคิดเห็น และชุดข้อมูลที่แบ่งตามหัวข้อแฝง การหาความสัมพันธ์ระหว่างชุดข้อมูลจะนำเสนอเชิงสถิติและแบบทัศนภาพ (Visualization) เพื่อการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อกัน

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

1. ผลวิเคราะห์หัวข้อแฝงของความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรม

การเลือกจำนวนหัวข้อที่เหมาะสมผู้วิจัยได้ทดสอบจำนวนหัวข้อระหว่าง 3 ถึง 15 หัวข้อ

เพื่อพิจารณาการเปรียบเทียบค่าคะแนนความสอดคล้องกับจำนวนหัวข้อจาก Figure 4 พบว่า 3 อันดับแรกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องสูงที่สุด ได้แก่ 1) กรณีแบ่ง 7 หัวข้อ มีคะแนน 0.449 2) กรณีแบ่ง 12 หัวข้อ มีคะแนน 0.473 3) กรณีแบ่ง 15 หัวข้อ มีคะแนน 0.467 ถึงแม้การแบ่งจำนวนหัวข้อ 12 และ 15 หัวข้อ จะให้คะแนนความสอดคล้องสูง แต่การแบ่งจำนวนหัวข้อที่มากเกินไปจะเกิดจำนวนคำซ้ำในแต่ละหัวข้อในปริมาณมีมากและเกิดความยากในการตั้งชื่อแต่ละหัวข้อ¹¹ ดังนั้นการแบ่งจำนวน 7 หัวข้อจึงเป็นจำนวนหัวข้อที่เหมาะสมมากที่สุด

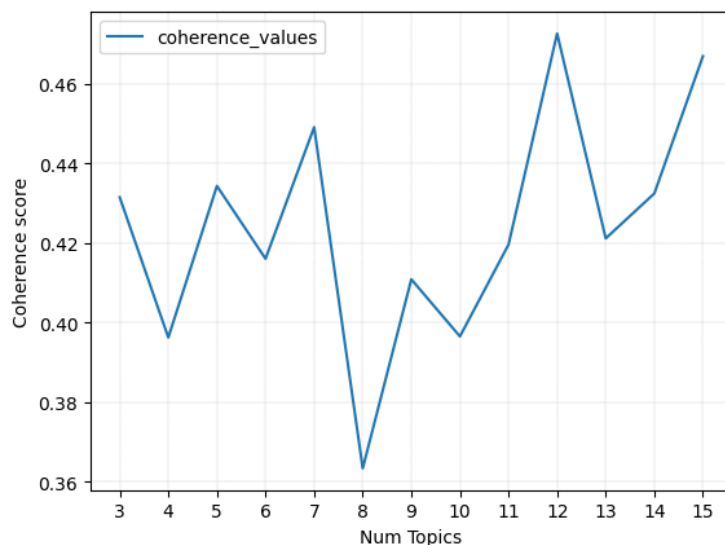


Figure 4. Comparison of coherence scores

ผลลัพธ์การจัดหัวข้อและคำ 10 อันดับแรกที่มีค่าถ่วงน้ำหนักมากที่สุดและพิจารณาความหมายโดยรวมของแต่ละหัวข้อกำหนดเป็นชื่อหัวข้อใหม่ในแต่ละกลุ่ม แสดงดัง Table 5 และ 6 ตามลำดับ

Table 5. Words used in each topic

ลำดับหัวข้อ	กลุ่มคำ
1	pool, good, simply, silent, program, voice, service, luckily, without, relaxing
2	good, service, rooms, clean, meeting, atmosphere, tourists, food, training, accommodation
3	water, luxurious, probably, considering, best, jasmine, city, near, deliciousness, mini
4	hotel, room, renovated, service, rooms, good, clean, charm, like, city
5	clean, good, service, best, quiet, atmosphere, rooms, suitable, hotels, relaxation
6	hotel, old, good, room, needs, entertainment, large, rooms, venues, bathroom
7	room, price, service, good, use, easy, girls, storage, usable, little

Table 6. Assigning new topic names

ลำดับหัวข้อ	ชื่อหัวข้อภาษาอังกฤษ	ชื่อหัวข้อภาษาไทย
1	Leisure & Environment	การพักผ่อนและสภาพแวดล้อม
2	Service Quality & Cleanliness	คุณภาพบริการและความสะอาด
3	Luxurious Experience	ประสบการณ์ความหรูหรา
4	Hotel Renovation Charm	เสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม
5	Peaceful and Suitable	ความเงียบสงบและความลงตัว
6	Hotel Character & Venues	เอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม
7	Affordable and Practical	ความคุ้มค่าและตอบโจทย์การใช้งาน

ภายหลังจากการได้ชื่อหัวข้อแล้วสามารถนำมาแสดงความน่าจะเป็นของแต่ละความคิดเห็นแล้วคัดเลือกความน่าจะเป็นที่สูงที่สุดเพื่อกำหนดหัวข้อในแต่ละความคิดเห็นได้ เช่น ความคิดเห็นลำดับที่ 4 “สะดวกสบายห้องสะอาด” จัดอยู่ในกลุ่มหัวข้อคุณภาพบริการและความสะอาด หรือความคิดเห็นลำดับที่ 2041 “โรงแรมระดับ 3-4 ดาวในสุรินทร์มีห้องประชุมเยอะ” จัดอยู่ในกลุ่มหัวข้อเอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน

โรงแรม เป็นต้น และในกระบวนการวิเคราะห์หัวข้อแฝงด้วย LDA อาจพบค่า NaN (Not a Number) ในบางหัวข้อของบางความคิดเห็น ซึ่งเกิดจากความเห็นนั้นไม่มีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อดังกล่าวภายหลังการประมวลผลข้อความ ในการวิเคราะห์นี้ ค่า NaN จะถูกจัดการโดยไม่นำมาคำนวณในสถิติเฉลี่ย และไม่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการหัวข้อหลักของแต่ละวิธี ดังแสดงใน Table 7

Table 7. Probability of each comment

	Topic 1	Topic 2	Topic 3	Topic 4	Topic 5	Topic 6	Topic 7	
ลำดับ รีวิว	Leisure & Environment	Service Quality & Cleanliness	Luxurious Experience	Hotel Renovation Charm	Peaceful and Suitable	Hotel Character & Venues	Affordable and Practical	Dominant Topic
1	0.011935	0.011944	0.011927	0.666237	0.274046	0.011951	0.011960	Topic 4
2	NaN	0.284114	NaN	0.023153	NaN	NaN	0.685962	Topic 7
3	0.047688	0.047699	0.047803	0.047696	0.047741	0.047768	0.713604	Topic 7
4	0.028739	0.528680	0.028655	0.028820	0.028756	0.028635	0.327715	Topic 2
...	...	...	...	...	...	...	...	...
2041	0.020413	0.020466	0.020416	0.020544	0.020466	0.877295	0.020420	Topic 6
2042	0.282393	NaN	NaN	0.649419	NaN	NaN	0.032422	Topic 4

ในการจัดกลุ่มตามหัวข้อพบว่าผู้เข้าพักโรงแรมมีการให้ความคิดเห็นมากเป็นอันดับ 1 ต่อคุณภาพบริการและความสะอาด จำนวน 434 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.50 อันดับ 2 ความคิดเห็นต่อเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม จำนวน 424 รายการ คิดเป็นร้อยละ 20.76 อันดับ 3 ความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าและตอบใจภัยการใช้งาน จำนวน 398 รายการ คิดเป็นร้อยละ 19.49 และอันดับสุดท้าย ความคิดเห็นต่อประสบการณ์ความหรูหรา จำนวน 74 รายการ คิดเป็นร้อยละ 3.62 แสดงดัง Figure 5 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยกลุ่มค่าความน่าจะเป็นในแต่ละความคิดเห็นที่ถูกบัยกำกับโดย

หัวข้อ (Dominant Topic) เช่น ค่าเฉลี่ยกลุ่มค่าความน่าจะเป็นใน Topic 7 มาจากความคิดเห็นที่ 2 เท่ากับ 0.685962 และความคิดเห็นที่ 3 เท่ากับ 0.713604 และความคิดเห็นลำดับอื่นที่ถูกบัยกำกับเป็น Topic 7 พบว่าความน่าจะเป็นของความคิดเห็นในแต่ละหัวข้อเป็นไปในทางเดียวกันกับจำนวนการให้ความคิดเห็นในแต่ละหัวข้อ โดยหัวข้อที่มีจำนวนความคิดเห็นมาก จะมีค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นสูงด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวิเคราะห์หัวข้อแฝงทำงานได้อย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ แสดงดัง Figure 6

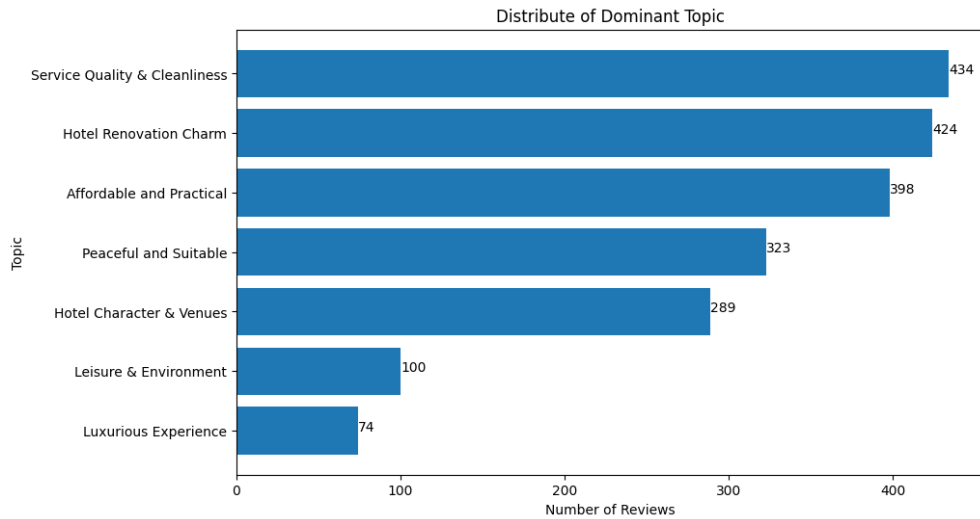


Figure 5. Comparison of comment counts for each topic

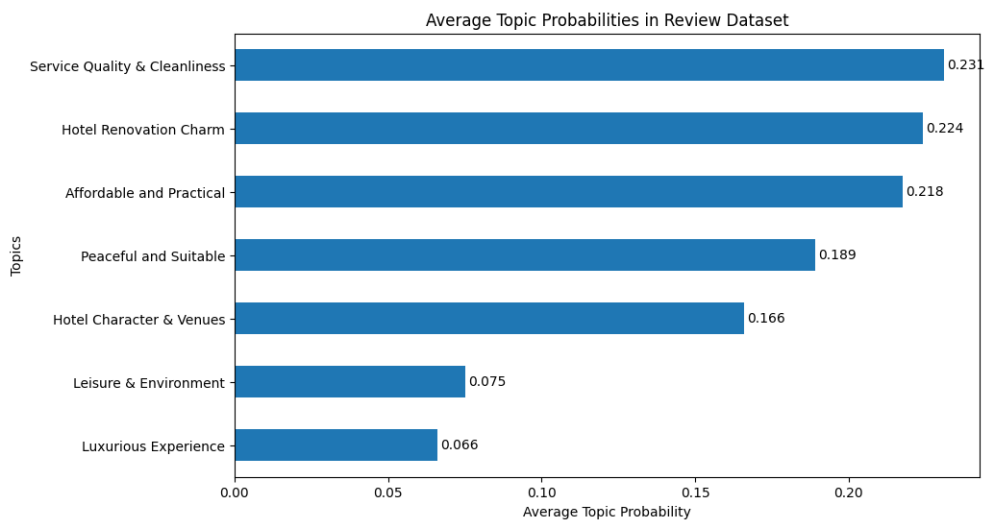


Figure 6 Comparison of average probability for each topic

การจัดกลุ่มจากการให้คะแนนของผู้เข้าพักโรงแรมมีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 จำแนกตามระดับคะแนนออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ เชิงบวก เชิงลบ และปกติ แสดงข้อมูลเชิงสถิติดัง Table 8

Table 8. Percentage values of review score groups

Review Score Group	Number of reviews	Percentage
Negative	123	6.01
Neutral	360	17.63
Positive	1559	76.36

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อ แฟงกับกลุ่มระดับความคิดเห็น

ชุดข้อมูลจากการวิเคราะห์หัวข้อแฟงและชุดข้อมูลจากการจัดกลุ่มระดับความคิดเห็น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อความคิดเห็น จำแนกตามกลุ่มระดับความคิดเห็น ตาม Table 9 พบว่า 1) ผู้เข้าพักโรงแรมมีระดับความคิดเห็นเชิงบวกมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ด้านคุณภาพบริการและความสะอาด ร้อยละ 23.60 อันดับ 2 ด้านความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน ร้อยละ 20.33 อันดับ 3 ด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม ร้อยละ 19.76 อันดับสุดท้ายได้แก่ ด้านประสบการณ์ความหรูหรา ร้อยละ 2.82 2) ผู้เข้าพักโรงแรมมีระดับความคิดเห็นปกติมากที่สุด ได้แก่

ด้านเอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมและด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม ร้อยละ 21.67 มีอันดับเท่ากัน อันดับ 3 ด้านความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน ร้อยละ 16.39 อันดับสุดท้ายได้แก่ ด้านประสบการณ์ความหรูหรา ร้อยละ 6.67 3) ผู้เข้าพักโรงแรมมีระดับความคิดเห็นเชิงลบมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม ร้อยละ 30.89 อันดับ 2 ด้านเอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ร้อยละ 22.76 อันดับ 3 ด้านความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน ร้อยละ 17.89 อันดับสุดท้ายได้แก่ ด้านประสบการณ์ความหรูหรา ร้อยละ 4.88

Table 9. Statistics of comment topics by category, classified by review score groups

ลำดับ	หัวข้อความคิดเห็น	กลุ่มระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)			ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น (คะแนนเต็ม 5)
		เชิงบวก	ปกติ	เชิงลบ	
1	การพักผ่อนและสภาพแวดล้อม	4.23%	6.94%	7.32%	3.91
2	คุณภาพบริการและความสะอาด	23.60%	15.28%	8.94%	4.36
3	ประสบการณ์ความหรูหรา	2.82%	6.67%	4.88%	3.86
4	เสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม	19.76%	21.67%	30.89%	4.03
5	ความเงียบสงบและความลงตัว	17.51%	11.39%	7.32%	4.35
6	เอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน โรงแรม	11.74%	21.67%	22.76%	3.90
7	ความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน	20.33%	16.39%	17.89%	4.22
	ภาพรวม	100%	100%	100%	4.16

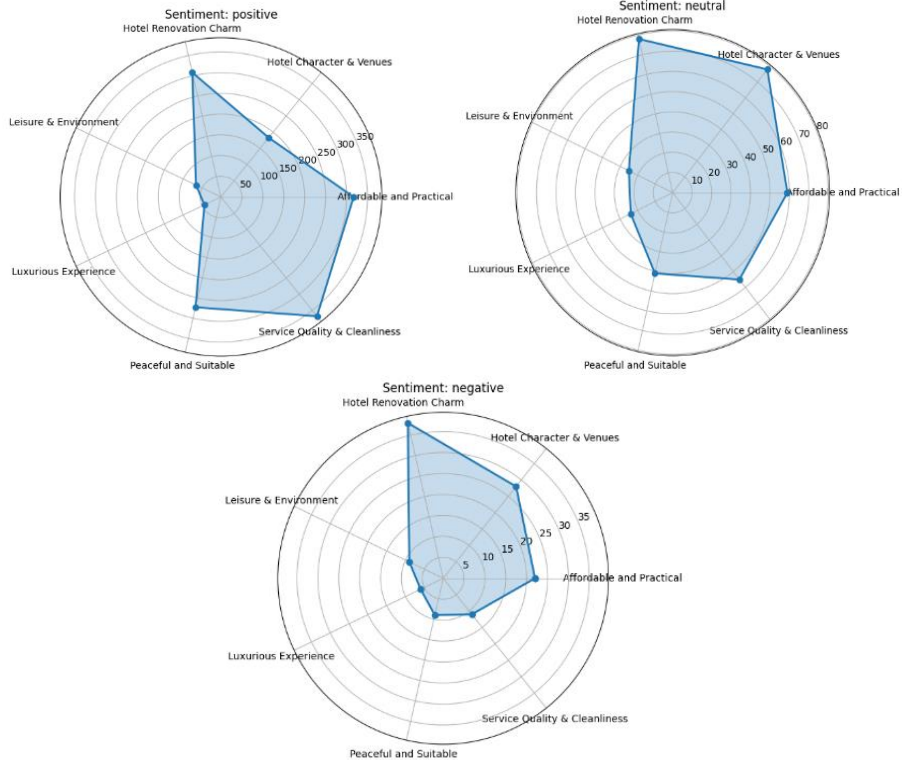


Figure 7. Number of comments for each aspect classified by review score groups

สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรม งานวิจัยนี้นำเสนอแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรมควรพิจารณาให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น ใน 3 หัวข้อแรก ได้แก่ ด้านคุณภาพบริการและความสะอาด ด้านความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน และด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม และควรพิจารณาปรับปรุงคุณภาพตามความคิดเห็นเชิงลบ ใน 3 หัวข้อแรก ได้แก่ ด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม ด้านเอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และด้านความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน แสดงดัง Table 10 แสดงลำดับความสำคัญ

ในการส่งเสริมคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จัดเรียงตามหัวข้อที่ได้รับความความคิดเห็นเชิงบวกสูงสุด (จาก Table 9) โดยหลักการคือ หัวข้อที่ผู้เข้าพักให้ความคิดเห็นเชิงบวกมาก แสดงว่าเป็นจุดแข็งที่ควรส่งเสริมและรักษาไว้ให้คงความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง และ Table 11 แสดงลำดับความสำคัญในการปรับปรุงเร่งด่วน จัดเรียงตามหัวข้อที่ได้รับความความคิดเห็นเชิงลบสูงสุด (จาก Table 9) โดยหลักการคือ หัวข้อที่ผู้เข้าพักให้ความคิดเห็นเชิงลบมาก แสดงว่าเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้เข้าพัก

Table 10. Priority order for continuous quality improvement promotion

ลำดับ	หัวข้อ
1	คุณภาพบริการและความสะอาด
2	ความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน
3	เส้นของการตกแต่งโรงแรม
4	ความเรียบง่ายและความลงตัว
5	เอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม
6	การพักผ่อนและสภาพแวดล้อม
7	ประสบการณ์ความหรูหรา

Table 11. Priority order for quality improvement

ลำดับ	หัวข้อ
1	เส้นของการตกแต่งโรงแรม
2	เอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม
3	ความคุ้มค่าและตอบโต้ภัยการใช้งาน
4	คุณภาพบริการและความสะอาด
5	ความเรียบง่ายและความลงตัว
6	การพักผ่อนและสภาพแวดล้อม
7	ประสบการณ์ความหรูหรา

3. การเปรียบเทียบหัวข้อแฟงกับมิติ SERVQUAL

การศึกษาผลความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นที่พบกับระดับความคิดเห็นของผู้เข้าพักสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องและแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ในหลายประการที่น่าสนใจ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ⁴ ที่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือในการบริการ 2) การสร้างความมั่นใจให้ผู้รับบริการ 3) การตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการ 4) ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ และ 5) การบริการที่เป็นรูปธรรม โดยหัวข้อ “คุณภาพบริการและความสะอาด” ที่ได้รับความรู้สึกเชิงบวกสูงสุด (ร้อยละ 23.60) สอดรับกับมิติการบริการที่เป็นรูปธรรมและมีติความน่าเชื่อถือในการบริการของ SERVQUAL ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของสิ่งที่มีมองเห็นได้และความเชื่อถือได้ในการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml และคณะ¹² ที่เน้นความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้า



อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้พบประเด็นใหม่ ที่แตกต่างจากกรอบ SERVQUAL เดิม โดยเฉพาะ หัวข้อ “เสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม” ที่มีความรู้สึกเชิงลบสูงสุด (ร้อยละ 30.89) ซึ่งเป็นมิติใหม่ที่อธิบายถึงเสน่ห์และปรับปรุงตกแต่งสถานที่ที่ไม่ปรากฏในกรอบ SERVQUAL เดิมที่มุ่งเน้นเพียงสภาพปัจจุบัน การค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ลิขิตา เฉลิมพลโยธิน⁵ และ Nunkoo และคณะ¹³ ที่ชี้ให้เห็นว่าสภาพทางกายภาพ ความทันสมัย และความพร้อมใช้งานของสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีอิทธิพลอย่างมากต่อประสบการณ์ของผู้เข้าพัก

นอกจากนี้ การศึกษายังพบหัวข้อเฉพาะบริบทที่สะท้อนถึงความต้องการใหม่ในการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เช่น หัวข้อ “ความเงียบสงบและเหมาะสมของโรงแรม” ที่เชื่อมโยงกับมิติการสร้างคามันใจให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกปลอดภัย และ “การพักผ่อนและสิ่งแวดล้อม” ที่สะท้อนมิติความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ขณะที่หัวข้อ “ประสบการณ์หรูหรา” ที่มีสัดส่วนความรู้สึกเชิงบวกต่ำสุด (ร้อยละ 2.82) ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาประสบการณ์พิเศษและเพิ่มมูลค่าการบริการ ซึ่งเป็นหัวข้อที่เพิ่มเติมจากกรอบ SERVQUAL

ดังนั้นในมุมมองของผู้ประกอบการโรงแรม ควรพิจารณาการลงทุนเพิ่มเติมในด้านการตกแต่งสถานที่ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าพัก ในหัวข้อที่ได้รับความเห็นเชิงลบ การเน้นการพัฒนาหรือแก้ไขในหัวข้อที่พบปัญหาอาจช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้เข้าพักได้ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมจึงประกอบด้วย 1) พัฒนาคุณภาพการบริการ

อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นความสะอาดและการดูแลเอาใจใส่ 2) ให้ความสำคัญกับการบำรุงรักษาและการตกแต่งอาคารสถานที่ 3) สร้างบรรยากาศที่เงียบสงบและเหมาะสมสำหรับการพักผ่อน 4) พัฒนาประสบการณ์พิเศษเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพัก

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าพักโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อแฝงและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นที่พบกับระดับความคิดเห็นของผู้เข้าพัก จากข้อมูลที่มีการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์โดยเก็บรวบรวมเฉพาะที่ปรากฏในฐานข้อมูลโรงแรม GREEN Health Hotel จำนวน 15 แห่ง ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2567 รวบรวมความคิดเห็นจาก Google Map จำนวน 2,042 รายการ มีการวิเคราะห์ใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ข้อมูล ประกอบด้วย Google Colab และชุดคำสั่งภาษาไพธอน อาทิ NLTK, scikit-learn และ gensim เพื่อประมวลผลและสกัดข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นทั้งหมดสามารถจำแนกหัวข้อแฝงเป็น 7 หัวข้อ มีความเหมาะสมที่สุด โดยมีค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 0.449 ประกอบด้วยหัวข้อหลัก ได้แก่ 1) การพักผ่อนและสิ่งแวดล้อม 2) คุณภาพบริการและความสะอาด 3) ประสบการณ์หรูหรา 4) เสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม 5) ความเงียบสงบและเหมาะสมของโรงแรม 6) ลักษณะของโรงแรมและสถานที่จัดงาน และ 7) ความคุ้มค่าและใช้งานได้จริง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อแฝงกับระดับความคิดเห็นพบว่า ผู้เข้าพักส่วนใหญ่มีความรู้สึกเชิงบวกถึงร้อยละ 23.60 โดยเฉพาะในด้านคุณภาพบริการและความสะอาด และส่วนใหญ่มีความรู้สึกเชิงลบร้อยละ 30.89 ในด้านเสน่ห์ของการตกแต่งโรงแรม

เทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อแฝงจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้เห็นถึงสิ่งที่ซ่อนในมุมมองของลูกค้าซึ่งจะช่วยให้สามารถค้นพบข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดที่ควรพิจารณา ได้แก่

- 1) การเก็บข้อมูลเฉพาะโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนในฐานข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังโรงแรมประเภทอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมมากขึ้นของอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดสุรินทร์ และ
- 2) งานวิจัยอาจมีข้อจำกัดในการตัดคำภาษาไทยที่มีความซับซ้อน และการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในการประมวลผลอาจทำให้เกิดการสูญเสียความหมายเฉพาะ ดังนั้นการพัฒนาแบบจำลองร่วมกับเทคนิคอื่น เช่น การตัดคำลักษณะกลุ่มคำเพื่อให้สามารถรักษาความหมายของกลุ่มคำนั้น อาจจะทำให้ผลการวิเคราะห์มีความละเอียดและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำหรับการสนับสนุนสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์และทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายงานประจำปี 2566 [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 12 ก.ค. 2567], เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/news/category/705>
2. Sultana S, Rahman MM, Rahman MA, Islam MM, Sultana S, Rahman MM, et al. A Latent Dirichlet Allocation Technique for Opinion Mining of Online Reviews of Global Chain Hotels. 2022 International Conference on Innovation and Intelligence for Informatics, Computing, and Technologies (3ICT). 2022.
3. Valdez D, Pickett AC, Goodson P. Topic modeling: latent semantic analysis for the social sciences. Soc Sci Q 2018;99:1665-79
4. Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. J Retailing 1988;64:12-40.

5. ลิขिता เฉลิมพลโยธิน. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในอำเภอหัวหิน. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. 2566;9:106-21.
6. Chauhan U, Shah A. Topic modeling using latent dirichlet allocation: a survey. ACM Comput Surv 2021;54:1-35.
7. Alghamdi R, Alfalqi K. A survey of topic modeling in text mining. Int J Adv Comput Sci Appl 2015;6:147-153.
8. Pedregosa F, Varoquaux G, Gramfort A, Michel V, Thirion B, Grisel O, et al. Scikit-learn: machine learning in Python. J Mach Learn Res 2011. [cited 2024 Jul 20]. Available from: <https://scikit-learn.org/0.16/about.html#citing-scikit-learn>
9. สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. รายชื่อโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม [อินเทอร์เน็ต]. 2567 [เข้าถึงเมื่อ 12 ก.ค. 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://ghh.anamai.moph.go.th/>
10. Google Maps Platform. Google place API [Internet]. 2024 [cited 2024 Jul 20]. Available from: <https://developers.google.com/maps/documentation/places/web-service/details#PlaceReview>
11. Kumar K. Evaluation of topic modeling: topic coherence [Internet]. 2018 [cited 2024 Jul 25]. Available from: <https://datascienceplus.com/-evaluation-of-topic-modeling-topic-coherence>
12. Zeithaml VA, Bitner MJ, Gremler DD. Services marketing: integrating customer focus across the firm. 5th ed. Singapore: McGraw-Hill and Irwin; 2009.
13. Nunkoo R, Teeroovengadum V, Ringle CM, Sunnassee V. Service quality and customer satisfaction: the moderating effects of hotel star rating. Int J Hosp Manag 2020;91:102414.