

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลก เป็นกิจกรรมที่ผู้คนใช้ในการพักผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานหรือแม้แต่เป็นการออกไปเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยได้สัมผัส การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของแทบทุกประเทศในโลก มีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่จะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศ รวมถึงพัฒนาเสถียรภาพทางการเมืองและสังคม การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนำไปสู่การเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นมีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ ด้วยเหตุที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีความโดดเด่นในเรื่องการผสมผสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาความเป็นไทย ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งในปี 2566 ที่ผ่านมาพบว่า ภาคการท่องเที่ยวไทยมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้เปิดเผยสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2566 มีจำนวนกว่า 28 ล้านคน สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 1.2 ล้านล้านบาท โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2566 เติบโตขึ้นร้อยละ 154 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเติบโตขึ้นร้อยละ 22 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567: เว็บไซต์) ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศกำลังจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่นำพาประเทศไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกด้วย

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ถือเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับภาคส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรายได้หลักของประเทศ สามารถดึงดูดเงินมหาศาลเข้าสู่ประเทศได้ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ทางภาครัฐและเอกชนร่วมกันผลักดันการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยได้มีการออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ทางรัฐบาลได้มีการดำเนินการออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น เพราะประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีมาก ไม่ใช่แค่ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน หรือกรุงเทพฯ เพียงอย่างเดียว ยังมี

เมืองรองที่รัฐบาลต้องการจะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวกระจายตัวไปท่องเที่ยวตามเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น โดยได้ดำเนินการผ่านโครงการซอฟต์แวร์ ให้จัดเทศกาล นิทรรศการต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ไม่ใช่แค่เฉพาะช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) เพียงอย่างเดียว และจากข้อมูลการค้นหาที่พักที่ท่องเที่ยวช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่า 2566 ต้อนรับปีใหม่ 2567 จากแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า 5 เมืองรอง จาก 5 ภูมิภาค ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว มีผู้เข้าค้นหาที่พักเพิ่มขึ้นมากที่สุด ประกอบด้วย นครนายก อุบลราชธานี สุพรรณบุรี เพชรบุรี และตรัง ถึงแม้จังหวัดเหล่านี้จะเป็นเมืองรอง แต่เป็นเมืองที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลในปี 2565 และปี 2566 พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมียอดค้นหาเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 29 (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี, 2567:เว็บไซต์) ด้วยเหตุนี้ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท จึงจำเป็นต้องตระหนักในการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน โดยการให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพการบริการ การดูแลความสะอาดของห้องพัก ความสดใหม่ของอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง เพื่อส่งมอบความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ เมื่อผู้มาใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดจะนำมาสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการ

อุบลราชธานี เป็นหนึ่งในจังหวัดเมืองรองที่รัฐบาลได้ประกาศมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงสุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีความโดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมริมฝั่งโขงที่เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเสน่ห์เฉพาะตัว ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาหารการกิน อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความพิเศษของที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดแรกที่ได้เห็นดวงอาทิตย์ขึ้นก่อนพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย จากข้อมูลสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยว จากตารางที่ 1.1 พบว่า ในช่วงเดือนมกราคม-กันยายนของปี 2565 เทียบกับปี 2566 มีผู้มาเยี่ยมเยือนในจังหวัดอุบลราชธานีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 43.73 และมีรายได้จากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 80.07 และในส่วนการท่องเที่ยวทางจังหวัดได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยมีการรวมตัวกันจัดตั้งสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีขึ้น เพื่อส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหาร บริษัททัวร์ และร้านขายของที่ระลึก สร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดได้ ด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นกับกิจการ เพราะความภักดีที่มีต่อตราสินค้าและบริการนั้น ๆ เป็นสิ่งที่มีค่าต่อธุรกิจมาก หากธุรกิจนั้นต้องการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว เนื่องจากลูกค้ากลุ่มที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและบริการของบริษัทนั้น จะสามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้ในระยะยาว (สมฤทัย สีนเรืองสุข, 2552) ยิ่งถ้าหากเป็นธุรกิจบริการ การบริการที่มีคุณภาพจะสามารถ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นำไปสู่ความภักดีซึ่งจะบ่งบอกถึงความรู้สึกทางบวกที่ลูกค้ามีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ จนทำให้ลูกค้าสามารถมองข้ามข้อบกพร่องของสินค้าหรือบริการที่ตนมีความภักดีด้วยได้ โดยไม่ให้ความสำคัญต่อสินค้าของคู่แข่งแม้จะมีข้อดีมากกว่า ซึ่งถ้าหากธุรกิจที่ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีด้วยได้ จะเป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะจะสามารถสร้างผลประโยชน์และเพิ่มยอดขายได้เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวได้ตลอดจนธุรกิจมีความมั่นคง

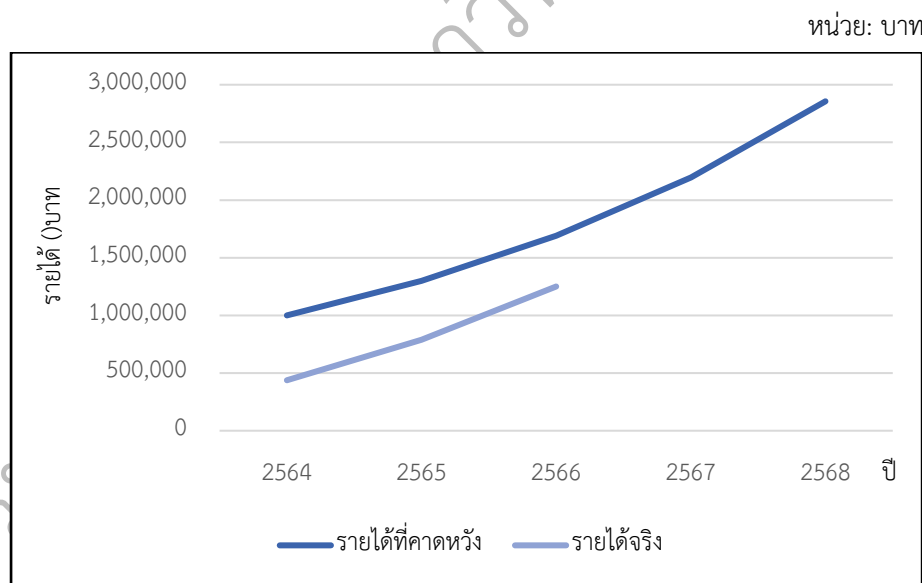
ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากผู้ที่มาเยี่ยมเยือนจังหวัดอุบลราชธานี ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2566 เทียบปี 2565

ข้อมูล	ปี 2566	ปี 2565	% การเปลี่ยนแปลง
อัตราการเข้าพัก	48.02	38.64	+9.38
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	789,883	692,820	+14.01
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด (คน)	2,255,239	1,569,084	+43.73
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)	2,241,696	1,564,728	+43.26
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	13,543	4,356	+210.90
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด (ล้านบาท)	3,836	2,130	+80.07
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)	3,805	2,120	+79.53
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท)	31	11	+187.80

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2567: เว็บไซต์)

โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา เป็นอีกหนึ่งโรงแรมในจังหวัดอุบลราชธานีที่ได้มีการพัฒนาคุณภาพบริการอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเมืองรอง โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2561 เป็นโรงแรมขนาดเล็ก มีห้องพักจำนวน 17 ห้อง ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี มีบริการประกอบไปด้วยห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ร้านคาเฟ่สำหรับพักผ่อนและมีบริการจำหน่ายสินค้าของฝากขึ้นชื่อของจังหวัดอุบลราชธานี ราคาห้องพักเริ่มต้นที่ 550-1,890 บาทต่อคืน ซึ่งเป็นห้องพักราคาประหยัด มีจุดเด่นในเรื่องความสะอาดของห้องพัก สถานที่ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 226 กันทรามย์-อุบลราชธานี ไม่ไกลจากตัวเมืองอุบลราชธานี สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย บรรยากาศมีความร่มรื่นใกล้ชิดธรรมชาติ และการให้บริการของพนักงานมีความใส่ใจในบริการอย่างเต็มที่ จากการสอบถามข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงแรม ได้ข้อมูลตามภาพที่ 1.1 การเปรียบเทียบรายได้ที่

คาดหวังและรายได้จริงของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ปี 2564-2568 พบว่า ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน โรงแรมมีรายได้จริงตามผลประกอบการต่ำกว่ารายได้ที่คาดหวังไว้ และมีอัตราการเติบโตต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางโรงแรมตั้งเป้าหมายการเติบโตขึ้นในแต่ละปีของธุรกิจไว้ร้อยละ 30 ต่อปี แต่ด้วยในปี 2564 เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 อย่างรุนแรง ทำให้ลูกค้าลดการรับรู้และความสนใจในการหาห้องพัก อีกทั้งลูกค้าที่เคยใช้บริการห้องพักกับโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา กลับมาใช้บริการไม่เท่าที่ควร และยังคงประสบปัญหานี้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดอุบลราชธานีมีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมและที่พักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักต้องปรับกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเข้าพัก รวมถึงการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งถือเป็นภาวะการแข่งขันของธุรกิจที่ค่อนข้างรุนแรง ทั้งด้านปัจจัยที่ตั้ง ราคาของห้องพัก และความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคได้รับรู้ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงแรม ผู้ประกอบการโรงแรมจึงต้องการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความคาดหวังกับเงินที่จ่ายออกไป



ภาพที่ 1.1 การเปรียบเทียบรายได้ที่คาดหวังและรายได้จริง โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ปี 2564-2568

ที่มา: วิชิตย์ เสนอสิริยะ (2567: สัมภาษณ์)

งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า คุณภาพบริการของโรงแรมและที่พักส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดี อย่างไรก็ตาม โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา มีบริบทที่ต่างออกไป เพื่อประโยชน์สูงสุดในการนำผลการวิจัยไป

ประยุกต์ใช้ จึงจำเป็นต้องศึกษาที่นี้โดยเฉพาะ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของคุณภาพบริการ 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพบริการข้อใดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาบ้าง เพื่อที่จะได้นำผลที่ได้จากการศึกษานั้น ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานของโรงแรม และนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาบริการด้านต่าง ๆ ให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และสามารถสร้างกำไรให้กับโรงแรมได้ในระยะยาว รวมถึงเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อและความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

1.3.2 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้ากรณีศึกษา: โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี การศึกษาในครั้งนี้ จะทำการศึกษาตัวแปรต้นในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการเข้าใจลูกค้า และทำการศึกษาตัวแปรตามในด้านความภักดีของลูกค้าในเชิงทัศนคติ และเชิงพฤติกรรม

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่พักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 255 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา จะทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ผู้บริหารโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขในด้านการให้บริการลูกค้า เพื่อให้สามารถเพิ่มยอดขายและสร้างกำไร นำธุรกิจไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

1.5.2 ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทโรงแรม รีสอร์ท สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรให้กับธุรกิจ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้บริโภคที่มาใช้บริการห้องพักและห้องอาหารของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.2 คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการกับลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดในคุณภาพการบริการของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี หลังจากลูกค้าได้รับบริการไปแล้ว โดยอาศัยเครื่องมือวัดคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และการเข้าใจลูกค้า (Empathy)

1.6.3 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นได้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ตั้ง ความสะอาดของห้องพักและอาหาร วัสดุอุปกรณ์ ช่องทางการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งสภาพแวดล้อมของโรงแรม ที่ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกว่าการดูแลอย่างเต็มที่จากพนักงานของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.4 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การให้บริการที่ตรงตามที่ได้สื่อสารออกไปหรือความสามารถที่จะปฏิบัติงานบริการได้ตามสัญญาอย่างถูกต้อง อย่างเช่น การที่พนักงานแต่งการเรียบร้อยตามยูนิฟอร์มของโรงแรม การชำระเงินตามราคาที่ได้ตกลงกันไว้ การได้รับบริการตามที่ได้บอกไว้ ซึ่งเป็นการสะท้อนความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโรงแรมและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี อยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

1.6.5 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การให้บริการของพนักงานที่ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที เพื่อให้ลูกค้าได้รับการอย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงพัฒนาการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด

1.6.6 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง การให้บริการของพนักงานที่มีความเป็นมืออาชีพ มีทักษะในการทำงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงการมีระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าได้รับการบริการที่ดีจากโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.7 การเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง การให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ด้วยความเอาใจใส่ ให้ความสนใจกับผู้มาใช้บริการ เช่น การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยการรับฝากกระเป๋า ก่อนเวลาเช็คอิน การบริการโทรปลุก การบริการส่งอาหาร บริการเรียกแท็กซี่ให้ลูกค้า อำนวยความสะดวกในการจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม เป็นต้น

1.6.8 ความภักดีของลูกค้า (Service Loyalty) หมายถึง การที่ผู้เข้ามาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี มีการตอบสนองต่อสินค้าหรือบริการของโรงแรมที่เป็นความรู้สึกทางบวกจนทำให้ผู้มาใช้บริการสามารถมองข้ามข้อบกพร่องของสินค้าหรือบริการที่ตนมีความภักดีด้วยได้ โดยไม่สนใจว่าสินค้าของคู่แข่งจะดีกว่ามากเพียงใด ซึ่งสามารถเกิดได้ทั้งในเชิงของทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจ และในเชิงพฤติกรรมที่แสดงออกมา

1.6.9 ความภักดีเชิงทัศนคติ หมายถึง การตอบสนองของลูกค้าต่อบริการของฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ในด้านความรู้สึกผูกพัน มีทัศนคติที่ดีต่อการมาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการที่นึกถึงโรงแรมนี้เป็นอันดับแรกเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวหรือทำธุระในบริเวณใกล้เคียง ยึดมั่นในโรงแรม โดยไม่คิดเปลี่ยนใจไปใช้บริการโรงแรมอื่น รู้สึกมีความสุขและอบอุ่นเหมือนได้กลับบ้านตัวเองทุกครั้งที่ได้มาพักที่ฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.10 ความภักดีเชิงพฤติกรรม หมายถึง การตอบสนองของลูกค้าต่อบริการของฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านการแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำให้เพื่อนหรือคนใกล้ชิดมาใช้บริการ การกล่าวถึงสิ่งดี ๆ ที่ได้รับเมื่อมาพักที่โรงแรมนี้ต่อสาธารณะ