

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการ ในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว
ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บุญทาพิกา มาลีแก้ว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2564

**EXPECTATIONS AND SATISFACTIONS OF THAI TOURISTS
TOWARDS THE SERVICE QUALITY OF 3-STAR HOTELS
IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE**

BOONTHARIKA MALEEKAEW



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**




ใบรับรองวิทยานิพนธ์

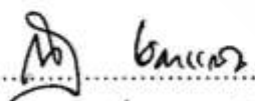
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัด
ชลบุรี
เสนอ โดย นางสาวบุญจาพิกา มาลีแก้ว
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อัครวิณ แสงพิกุล

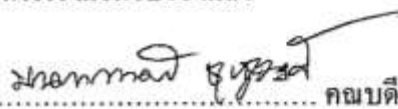
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัครวิณ แสงพิกุล)


..... กรรมการ
(ดร.ณัฐกฤษฏี เอกวรรณัง)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์)
วันที่ 24 เดือน พ.ค พ.ศ. 2565

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้เขียน	บุญฑาพิกา มาลีแก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งหมด 400 คน ใช้การเลือกตัวอย่างวิธีอาศัยความสะดวก เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บข้อมูล และเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการวัดความเชื่อมั่น ไม่ต่ำกว่า 0.7 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับสูงต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับสามดาวในพัทยา อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าที่คาดหวังไว้กับการบริการ ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าบริการของโรงแรมอาจมีประสิทธิภาพต่ำและไม่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น โรงแรมควรให้บริการที่เป็นมิตรและสุภาพแก่ลูกค้า พนักงานโรงแรมควรมีบุคลิกภาพที่ดีและสามารถตอบคำถามของผู้มาเยี่ยม ได้ถูกต้อง

Thesis Title	EXPECTATIONS AND SATISFACTIONS OF THAI TOURISTS TOWARDS THE SERVICE QUALITY OF 3-STAR HOTELS IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE
Author	Boontharika Maleekaew
Thesis Advisor	Assoc.Prof. Dr. Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic Year	2021

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the expectations of Thai tourists on the service quality of 3-star hotels in Pattaya, Chonburi Province, 2) to study the satisfactions of Thai tourists on the service quality of 3-star hotels in Pattaya, 3) to compare the level of expectations and satisfaction towards the components of service quality of 3-star hotels in Pattaya.

The samples in this research were Thai tourists who had used the services of 3-star hotels in Pattaya with a total of 400 people. A convenient sampling was employed as it was a quantitative research through the questionnaire surveys. A questionnaire was measured with its reliability test by obtaining a value of more than 0.7. Inferential statistics were used to analyze the main findings, namely, t-test, One-Way Analysis of Variance or F-test.

Based on the study, it was found that most respondents had high level of expectations and satisfactions towards the service quality of 3-star hotels in Pattaya. However, it seemed that the respondents had lower satisfactions than the expectations; suggesting service differences. The findings implied that the hotel services may have poor performance and did not meet customers' expectations. Therefore, the hotels should provide customers with the friendly and courteous services. Hotel staff should always have good personality and should be able to answer the questions of visitors correctly.

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร. อัครวิณ แสงพิบูล ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ความดูแล ให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างใกล้ชิด ให้ข้อคิดข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ เพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยอยู่ข้าง ๆ กัน คอยเป็นกำลังใจให้แก่กันและกันเสมอทุกเวลาไม่ว่าจะสุขหรือทุกข์ ทุกสิ่งที่ทำให้กัน ไม่ว่าจะเรื่องอะไร หรือเวลาไหน ๆ ที่คอยดูแลช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านตลอดมา ตั้งแต่เริ่มงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ในที่สุด

สุดท้ายนี้คนสำคัญที่ขาดไม่ได้ขอกราบขอบพระคุณมารดา ผู้เป็นที่รัก ซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย ความหวังดี กำลังใจ การสนับสนุน การสั่งสอน การผลักดัน ให้ผ่านพ้นอุปสรรค ช่วงเวลาที่เหนื่อยยาก ให้ผ่านความท้อแท้และมีวันที่น่าภูมิใจ อย่างยิ่งนี้ และขอบคุณตนเองที่ไม่เคยยอมแพ้และกล้าที่จะฝ่าฟันกับอุปสรรคต่าง ๆ ด้วยตนเองจนลุล่วงเสมอมา

ข้าพเจ้าหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์และแนวทางแก่องค์กรต่าง ๆ ตลอดจนผู้ที่ต้องการศึกษาต่อยอดด้าน ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว หากมีข้อผิดพลาดประการใดข้าพเจ้าใคร่ขออภัยและรับความผิดไว้แต่เพียงผู้เดียว

บุญฑาพิกา มาลีแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ตัวแปรในการวิจัย.....	3
1.5 สมมุติฐาน.....	4
1.6 ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
1.7 นิยามศัพท์.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	61
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	62
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
3.3 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ.....	66
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	67

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้และวัตถุประสงค์	70
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ บริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ..	72
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ บริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ..	83
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	94
5. สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	98
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	98
5.2 อภิปรายผล.....	100
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	103
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	104
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก	110
แบบสอบถาม.....	111
ประวัติผู้เขียน.....	116

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	70
4.2 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว.....	73
4.3 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว จำแนกแต่ละประเด็น.....	74
4.4 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการ.....	76
4.5 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ใน การบริการ.....	77
4.6 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการ.....	78
4.7 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการสร้างความมั่นใจในการ บริการ.....	79
4.8 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการเข้าใจและรับรู้ความ ต้องการของผู้มาใช้บริการ.....	80
4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจ โรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะ ประชากรศาสตร์.....	81
4.10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว.....	84
4.11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว จำแนกแต่ละประเด็น.....	85

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	87
4.13 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ในการบริการ.....	88
4.14 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	89
4.15 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ.....	90
4.16 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ.....	91
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	92
4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคาดหวังที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	84
4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	96

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom	41
2.2 การแบ่งความต้องการตามลำดับชั้นในทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs).....	49



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมในทุกวันนี้ มีการแข่งขันกันสูง การบริการจากพนักงานในโรงแรมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และทำให้เกิดการบอกต่อและมาใช้บริการซ้ำ ถ้าพนักงานไม่ใส่ใจดูแลลูกค้า หรือดูแลได้ไม่ดีพอ ก็จะไม่เกิดความประทับใจ ซึ่งส่งผลให้มีการกล่าวถึงในด้านการบริการที่ไม่ดีและเป็นผลเสียต่อธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นการให้บริการของพนักงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก การบริการสุดประทับใจมักเป็นคุณสมบัติเฉพาะของโรงแรมหรูหรือโรงแรมบูติก ในอนาคตโรงแรมทั่วไปก็ควรมีคุณสมบัตินี้ได้ โดยโรงแรมที่ต้องการสร้างความรักในแบรนด์ ต้องสามารถมอบคุณค่าผ่านประสบการณ์ที่น่าประทับใจและไม่เหมือนใคร ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 73% มองว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพัก โรงแรมจำเป็นต้องมีความเข้าใจภาพรวมประสบการณ์การเข้าพักของแต่ละคนในแต่ละทริป ตั้งแต่อารมณ์ ความรู้สึก งานอดิเรก ตลอดจนความต้องการในแต่ละช่วงเวลา และต้องสามารถมอบบริการที่พิเศษเหนือความคาดหมาย หากผู้ประกอบการ โรงแรมต้องการจะสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับแขกผู้เข้าพักอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทุกส่วนของธุรกิจ สิ่งที่เขาไม่ได้เลยคือเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนโดยข้อมูล เพราะข้อมูลเป็นหัวใจหลักที่จะช่วยให้โรงแรมสามารถหาวิธีที่ดีที่สุดในการทำให้แขกแต่ละคนรู้สึกพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นการมอบสิทธิประโยชน์ ประสบการณ์แปลกใหม่ หรือรางวัลต่าง ๆ และหน้าที่หลักของพนักงานบริการคือต้องมีข้อมูลในการให้บริการอย่างครบถ้วนและแม่นยำ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแขกผู้เข้าพักให้ตรงใจและความต้องการของผู้เข้าพัก เพื่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจอย่างถึงที่สุด

การท่องเที่ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าสู่ประเทศโดยจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลและหน่วยงานของกลุ่มประเทศนั้นๆต่างพากันจัดตั้งองค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อหวังที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงานสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้นักในท้องถิ่นมีงานทำก่อนเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวางเกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายการพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณสุข ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจ โรงแรม การขนส่ง ภัตตาคาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหาร และ เครื่องดื่ม เป็นต้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคมและปัญหาเศรษฐกิจ ตลอดจนการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน ได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวางทำให้ประเทศ มี รายได้เพิ่มขึ้น โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศมีอยู่ ขึ้นอยู่กับว่า แต่ละประเทศ จะรู้จักใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ตนมีอยู่นั้นให้เกิดประโยชน์มากที่สุดยิ่ง การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นเพียงใดก็ยิ่งจะเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของประเทศให้คนทั้ง โลกได้รู้จักมากขึ้น การท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์มากขึ้น เมื่อมีประชากรที่ เพิ่มขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม เศรษฐกิจเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ความต้องการที่จะพักผ่อนจึงมีมากขึ้นตาม ไปด้วย การท่องเที่ยวจึงเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ที่นักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตที่ซ้ำซากจำเจหลังจากการทำงาน หลัง จากการใช้ชีวิตที่เร่ง รีบ กดดันของสังคม การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อส่งเสริม คุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกันในหมู่เพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ปัจจุบัน รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนัก ถึงความสำคัญ ของการท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยเห็นว่าการ ท่องเที่ยว ภายในประเทศมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและรายได้ที่มากจากการท่องเที่ยว นั้น จะ กระจายไปสู่ประชาชนทุกระดับ รวมทั้งกระจายไปสู่ภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และรายได้ ที่เกิด จากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยก็คิดเป็นมูลค่ามหาศาล

ดังนั้น ธุรกิจ โรงแรมจะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ โรงแรมนั้น ต้องมีคุณภาพการบริการที่ดีและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการใช้บริการ เพื่อเป็นที่จดจำ บอกต่อ แนะนำ ในด้านคุณภาพการบริการ จึงสำคัญเป็น อย่างมาก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและคุณภาพบริการถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้าน อุปสงค์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อศึกษากลุ่มลูกค้าที่เป็น นักท่องเที่ยว ชาวไทยให้เดินทางกลับมาเยือนพัทยาซ้ำอีกเป็นครั้งที่สอง โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาใช้ศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ช่วยในการ ปรับปรุง คุณภาพของพนักงานบริการ และการบริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้สามารถตอบสนอง ความต้องการ สามารถสร้างความพึงพอใจ และเพื่อให้เมืองพัทยายังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ ประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษาครั้งนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรม 3 ดาว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากร (Population) ได้แก่ ลูกค้าที่เคยเข้าพักหรือใช้บริการโรงแรม อย่างน้อย 1 คืน ในเขตเมืองพัทยา

2. อายุ (Age) ได้แก่ ลูกค้าที่เคยเข้าพักหรือใช้บริการโรงแรม

โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยจะทำการศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมคุณภาพการบริการ ส่วนผสมการตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดลักษณะของตัวแปรที่จะศึกษา

1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่ สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ โรงแรมระดับ 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึง เดือนตุลาคม 2564

1.4 ตัวแปรในการวิจัย

1.4.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.4.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ 1) ความคาดหวังในคุณภาพการบริการ
2) ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ

1.5 สมมุติฐาน

1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาวแตกต่างกัน

1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาวแตกต่างกัน

1.5.3 นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของพนักงานโรงแรมในระดับ 3 ดาวแตกต่างกัน

1.6 ประโยชน์ของการวิจัย

1.6.1 ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนักธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมหรือที่พักในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงธุรกิจโรงแรมของตนให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้า

1.6.2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปกำหนดกลยุทธ์ของโรงแรม เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม และเพื่อก้าวขึ้นเป็นผู้นำในธุรกิจประเภทนี้ได้

1.6.3 ผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้สนใจศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

1.6.4 ผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการปัจจัยพฤติกรรมผู้ใช้บริการโรงแรม และปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการ ในการดำเนินธุรกิจ

1.7 นิยามศัพท์

นิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่

1.7.1 คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำผู้รับบริการจะพอใจ ถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

1.7.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับ ผู้รับบริการ บริการทุกครั้งต้องมีความสม่ำเสมอสามารถให้ความไว้วางใจได้ ในการวิจัยครั้งนี้ความน่าเชื่อถือ ยังหมายรวมถึงการที่โรงแรมมีการบริการจัดการที่ดี สามารถให้บริการตรง

ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของ โรงแรมเมื่อนำโรงแรมสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้าทาง โรงแรมก็สามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ พนักงานโรงแรมมีความชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องรวมถึงระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

1.7.3 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและเต็มใจ ยินดีที่จะให้บริการในทันทีที่ได้รับการร้องขอ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ในการวิจัยครั้งนี้ ความน่าเชื่อถือ ยังหมายถึง การที่พนักงานมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึงและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการด้วยความเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็วรวมถึงพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว

1.7.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถเป็นอย่างดีในการให้บริการ ผู้ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยน มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ใช้การติดต่อสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ในการวิจัยครั้งนี้ การให้ความมั่นใจ ยังหมายถึง การที่โรงแรมอยู่ในเครือ โรงแรมที่มีชื่อเสียง ซึ่งทางโรงแรมให้ความสำคัญกับข้อติชม และปัญหาของลูกค้า และสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้พนักงานโรงแรมมีความรู้สามารถ ให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่าน ได้เป็นอย่างดี รวมถึงพนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ อย่างถูกต้องและชัดเจน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากเอกสาร ตำรา บทความ วิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการโรงแรมสถานที่พักแรม
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานบริการ
- 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภท ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบ 5 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพิจารณาองค์ประกอบแต่ละส่วน จะทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

นักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) ได้ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้ ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามที่มีชีพไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือนจึงหมายถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่ น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2. นักทัศนจาร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

สำหรับประเทศไทยได้กำหนดว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นิยามศัพท์ทางนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในงานสถิติ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มีพำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบ ภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้ถิ่นที่อยู่ประจำเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้น ๆ จากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายปลายทาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีอยู่ไม่ได้ โดยแบ่งออกเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนที่เป็นธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกภาคของประเทศ การอนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความยั่งยืน (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

1. ส่วนที่เป็นธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นธรรมชาติ แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1) อุทยานแห่งชาติ (National park) 2) วนอุทยาน (Forest park) 3) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า (Wildlife sanctuary) 4) เขตห้ามล่าสัตว์ป่า (Non hunting area) 5) สวนพฤกษศาสตร์ (Botanical garden) 6) สวนรุกชาติ (Arboretum)

2. ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นมีทั้งที่เป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โบราณสถาน กำแพงเมือง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าและหัตถกรรมพื้นเมือง เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุข ซึ่งเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทุกคน สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญประกอบด้วย พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

1. ที่พักแรม (Accommodation) หรือที่พักสำหรับคนเดินทาง หรือเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง ได้แก่ บังกะโล/กระท่อม (Bungalow, Cottage) เรือนพักตากอากาศ (Resort) พื้นที่ตั้งแคมป์หรือที่จอดรถ (Camping Ground, Parking) เรือพักแรม (House boat) บ้านพักรับรอง (Vacation Home) หอพัก (Hostel, Dormitory) อพาร์ทเมนต์ / คอนโดมิเนียม (Apartment Condominium) เพนชั่น/เกสต์เฮาส์ (Pension, Guesthouse) บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay, Farm Stay or Farmhouse) โมเต็ล (Motel) และโรงแรม (Hotel)

2. อาหารและสถานบันเทิง (Food and Entertainment) การบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การบริการในยานพาหนะระหว่างการเดินทาง 2) การบริการในที่พักแรมหรือโรงแรม 3) การบริการอื่นๆ ดังนี้ ร้านอาหารไทยและอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ ร้านอาหารและสวนอาหารทั่วไป ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food) สถานบันเทิงนับเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจะมีสถานบันเทิงหลากหลายสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาจให้บริการควบคู่ไปกับการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

3. การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว คือ การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ธุรกิจนำเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งประเภทของการบริการนำเที่ยวได้ ดังนี้ 1) การนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound Tour) 2) การนำเที่ยวคนในประเทศไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Domestic Tour) ส่วนมัคคุเทศก์ (Tourist Guide) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการนำเที่ยวในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน แบ่งออกได้ดังนี้ 1) มัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour 2) มัคคุเทศก์นำเที่ยวคนในประเทศไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจ นำเที่ยวประเภท Outbound Tour

3) มัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour

4. สินค้าที่ระลึก เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ระลึก เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือในชุมชน ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ โดยอาศัยแรงงาน ศิลปะและความประณีต และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ การเพิ่มมูลค่าแก่ทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปหัตถกรรม และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย สินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา และสร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น

5. ระเบียบพิธีการเข้า - ออกประเทศ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะต้องปฏิบัติตามระเบียบพิธีการเข้า - ออกประเทศนั้น ๆ เพื่อการควบคุมและตรวจตราการเดินทางเข้า - ออกประเทศ การจัดเก็บภาษีศุลกากร และอำนวยความสะดวกให้กับชาวต่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาเพื่อการท่องเที่ยวหรือธุรกิจ

6. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ปัจจัยพื้นฐานที่ให้บริการแก่ประชาชนในประเทศ และถือเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศใดก็ตามจะใช้บริการสาธารณูปโภคในประเทศนั้นด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีมาตรฐานทัดเทียมอารยประเทศ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อประชากรในพื้นที่ยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

หากประเทศใดอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังเป็นที่ประทับใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้ประเทศมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นไปอีก

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการโรงแรมสถานที่พักแรม

ประวัติความเป็นมาของโรงแรม ความหมายของโรงแรม

โรงแรม (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) หมายถึง ที่พักคนเดินทางซึ่งต้องเสีค่าพักแรมด้วย

โรงแรม (กฎกระทรวง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551) หมายถึง สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว

จุดเริ่มต้นของโรงแรม

เกิดจากศาสนา เพราะเรื่องความเชื่อทางศาสนา นักบวชก็จะต้องเดินทางไปในที่ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ศาสนาให้บุคคลทั่วไปได้รู้ ไม่ว่าจะเป็นคริสต์, พุทธ, อิสลาม, ฮินดู จากเรื่องการเดินทาง

ไปแสวงบุญของศาสนา และนักบวช ดังนั้น โบสถ์ และวัด จึงเป็นที่พักพิงของผู้เดินทาง (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

เกิดจากการเมือง ในยุคของการล่าอาณานิคมก็จะมีการเดินทางของพวกกองทัพ และทหาร เพื่อจะขยายดินแดนไปยังประเทศอื่น ๆ พวกที่ตกเป็นอาณานิคมก็จะต้องมีการเดินทาง เพื่อไป ติดต่อกับประเทศที่มีอำนาจที่ครอบครองอยู่ ทำให้ความจำเป็นในการเดินทางเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

เกิดจากการค้า พวกพ่อค้าของประเทศต่าง ๆ ก็จะต้องมีการเดินทางเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าแปลกใหม่ที่ไม่เคยมีในประเทศของตน การเดินทางส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนำอาหารเครื่องดื่ม พร้อมทั้งพวกเดินที่สำหรับพักไปด้วย ต่อมา เมื่อการค้าขายขยายวงกว้างออกไป ก็มีผู้จัดเตรียมเรื่องที่พัก อาหาร และเครื่องดื่มไว้บริการพวกพ่อค้าเหล่านี้ (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

เกิดจากเรื่องสุขภาพ และอนามัย การรักษาโรคด้วยยายังไม่แพร่หลาย จึงมักจะมีผู้นิยมเดินทางไปยังบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ เพื่อรักษาสุขภาพอนามัยให้ดียิ่งขึ้น เป็นเหตุผลให้คนจำนวนมากออกเดินทาง และต้องการที่พักแรมรวมถึงอาหาร และเครื่องดื่ม (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

เกิดจากเรื่องการผจญภัย และความสนุกสนานเพลิดเพลิน มนุษย์ชอบแสวงหาสิ่งแปลกใหม่โดยธรรมชาติ และชอบการผจญภัย ผู้คนเหล่านี้เดินทางไปยังที่ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลิน ทำให้เกิดความนิยมที่จะไปเที่ยวชมสถานที่ที่งดงาม และมีชื่อเสียงตามที่ต่าง ๆ (นาฏชนก อยู่จำรัส 2559)

วิวัฒนาการของโรงแรม

เริ่มจากผู้คนเดินทางระหว่างเมืองไปมาหาสู่กัน แต่ผู้เดินทางจะนอนตามถนน หรือนอนตามบ้านเรือนของประชาชนทั่วไป หรือตามโบสถ์ โดยแต่เดิมเป็นการให้ที่พักพิง มีอาหารให้ตามอัธยาศัย ไม่มีค่าบริการ จนกระทั่งมีคนหัวใส ได้เปลี่ยนแนวคิดนี้ให้กลายเป็นธุรกิจขึ้นมา เปลี่ยนแนวคิดจากไม่ตรีจิต มาเป็นธุรกิจ และเริ่มขายไวน์ อาหารง่ายๆ มีการใช้ระบบ ลงทะเบียน ผู้เข้าพักขึ้นจนธุรกิจนี้แพร่หลาย และทำกำไร โดยเริ่มต้นจาก ประเทศอิตาลี และเริ่มแพร่หลายไปยังประเทศเยอรมนี ฝรั่งเศส จนถึง สหราชอาณาจักร จากที่มีห้องพักอย่างเดียว ต่อมาจึงพัฒนาให้มีความหรูหรา สะดวกสบาย มีการบริการที่ดี (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

นาฏชนก อยู่จำรัส (2559) ได้กล่าวอีกว่า โรงแรมไม่มีการพัฒนาไปไกลกว่านั้น จนกระทั่งนายเซซาร์ ริทซ์ (Ce'Sar Ritz) ชาว สวิตเซอร์แลนด์ ผู้เป็นบิดาของการ โรงแรมได้นำวิทยาการใหม่ๆ มาใช้นั่นเอง และยังเป็นเจ้าของประโยคอมตะ “The customer is always right” อีกด้วย ทั้งหมดนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการก่อกำเนิดธุรกิจที่เรียกว่า โรงแรมขึ้นมานั่นเอง

ประเภทของโรงแรม

การแบ่งประเภทของโรงแรมสามารถแบ่งได้หลากหลายรูปแบบ แต่ต่อไปนี้จะแบ่งตามจุดประสงค์ของโรงแรม (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555)

โรงแรมธุรกิจ โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่กลางใจเมือง ในเขตธุรกิจ มีจุดประสงค์ให้บริการนักธุรกิจเป็นหลัก และนอกจากนั้นมักจะนิยมใช้เป็นที่จัดงานประชุม หรืองานเลี้ยง จะมีการบริการที่หรูหรา แต่ช่วงเวลาที่แขกจะเข้าพักมักจะสั้นๆ

โรงแรมท่าอากาศยาน โรงแรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้ ๆ กับสนามบิน แขกที่เข้าพักจะเป็นพวกนักทัศนาจรที่มารอต่อเครื่องบิน การเข้าพักมักจะเป็นช่วงสั้น ๆ ไม่ค้างคืนเกิน 1 วัน หรือในบางกรณีก็จะเป็นนักธุรกิจที่มาเข้าพักแบบโรงแรมธุรกิจก็เป็นได้

โรงแรมพักอาศัย โรงแรมประเภทนี้ มักจะเป็นโรงแรมที่เปิดให้เข้าพักเป็นระยะเวลานาน ๆ 1 เดือนขึ้นไป มีลักษณะคล้ายคอนโดมิเนียมที่มีบริการแบบโรงแรม เพียงแต่ความหรูหราอาจไม่เทียบเท่า

โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (รีสอร์ท) โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ต่างจังหวัด ในภูมิภาคที่ดี ห้องพักมักจะแยกเป็นส่วน ๆ เป็นบ้านหรือหลังคาเรือนแยกต่างหาก ในโรงแรมจะมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น การปั่นจักรยาน เล่นกอล์ฟ ซิม้า เดินป่า สปา เพราะจุดประสงค์ของแขก ที่เข้าพักโรงแรมประเภทนี้คือ การพักผ่อนเป็นหลัก ระยะเวลาเข้าพักจึงมีระยะเวลาในช่วง 5 - 7 วัน การบริการจะเป็นแบบสบาย ๆ เป็นกันเอง

โรงแรมคาสิโน โรงแรมประเภทนี้จะมีบริการที่หลูหลวมมาก ห้องพักสวยงาม มีราคาแพง แขกที่เข้าพักจะเข้ามาเล่นการพนันเป็นส่วนใหญ่ โรงแรมประเภทนี้จะดึงดูดลูกค้าด้วยการ พนัน ความบันเทิง โรงแรมชนิดนี้ไม่มีในประเทศไทยเนื่องด้วยกฎหมายการพนันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่แม่แบบที่ชัดเจน คือ ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา

โรงแรมประเภทที่พักและอาหาร (เกสต์เฮาส์) โรงแรมชนิดนี้จะเป็นโรงแรมที่มีเพียงห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น ไม่มีการบริการอะไรมากนัก เหมาะกับนักเดินทางที่มีงบที่จำกัด ราคาห้องพักย่อมเยา แขกส่วนหนึ่งก็ชอบเพราะมีความเป็นกันเองดี

โรงแรมบังกะโล โรงแรมชนิดนี้จะมีเพียงที่พักให้เช่าในราคาประหยัดมาก แต่ไม่มีอาหารบริการให้นักท่องเที่ยวต้องเตรียมมาเอง ในบางโรงแรมประเภทนี้จะมีพื้นที่เตรียมให้ทำอาหารไว้ให้

อุตสาหกรรมโรงแรม

อุตสาหกรรมโรงแรม คือ ธุรกิจประเภทที่พักแรม คำว่า Hotel มาจากภาษาฝรั่งเศส ดังนั้นแบบแผนการดำเนินงานการโรงแรมมาตรฐานสากลส่วนใหญ่ ล้วนมีต้นแบบมาจากประเทศ

ในยุโรปและอเมริกา กลุ่มโรงแรมที่สำคัญ ได้แก่ Intercontinental, Holiday Inn, Marriot, Sofitel, Hilton, Conrad, Sheraton, Hyatt, Le Meridien เป็นต้น (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

นาฏชนก อยู่จำรัส (2559) ได้ให้ความหมายที่พักแรมว่าเป็นสถานที่ที่นักเดินทางใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งสามารถจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. โรงแรม คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ และแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
2. เกสต์เฮาส์ คือ บ้านที่ดัดแปลง หรือสร้างขึ้น และแบ่งห้องเป็นที่พักแรม โดยการเก็บ ค่าเช่า
3. บังกะโล คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคล หรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยว โดยการเก็บค่าเช่า
4. รีสอร์ท คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ
5. โมเต็ล คือ ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักแต่ละห้อง หรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะ และการใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม
6. บ้านรับรอง คือ ที่พักหน่วยงานราชการ บริษัท หรือเอกชน จัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อนโดยไม่เก็บค่าเช่า
7. บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน คือ บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรมโดยไม่เก็บค่าเช่า

อุตสาหกรรมโรงแรม (Hotel Industry) ยังเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ทั้งสองอย่างนี้ มีลักษณะคล้ายกัน แต่ก็มีส่วนที่แตกต่างกัน สิ่งที่อุตสาหกรรมโรงแรมแตกต่างจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีดังนี้ (นาฏชนก อยู่จำรัส, 2559)

1. เป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ ลูกค้าจะต้องเป็นผู้เข้ามาซื้อสินค้าและบริการ
2. ลักษณะการขายบริการจะต้องขาย ณ จุดที่ทำการผลิต และให้บริการ ต้องเป็นเวลาที่ลูกค้าต้องการ และเป็นสินค้าบริการที่จับต้องไม่ได้
3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้ จัดเป็นสินค้าที่เสียได้ง่ายเพราะห้อง ที่ว่างในแต่ละคืน หมายถึง รายได้ที่สูญหายไป
4. ต้องอาศัยแรงงานมนุษย์ในการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ งานบริการส่วนหน้างานแม่บ้าน เป็นต้น
5. เป็นสถานที่พักที่เปิดบริการให้แก่ลูกค้าทุกคนที่ต้องการที่พักอาศัย ไม่มีข้อห้าม (ยกเว้นเด็กที่ไม่มีผู้ปกครองมาด้วย)

6. เป็นการผลิตสินค้าด้านการบริการที่สรรหาการบริการด้านอื่น ๆ มาเสริม เพื่อให้บริการแก่แขกผู้มาพักอย่างครบถ้วน เช่น โรงแรมชายทะเล ก็จะมีการบริการครบทุกอย่าง ทั้งห้องพัก อาหาร ความบันเทิง เพื่อความสะดวกไม่ต้องเดินทางเข้าเมือง

7. มีการลงทุนเป็นจำนวนมาก ทั้งที่ดิน และค่าก่อสร้างตกแต่ง มีราคาแพงมาก ดังนั้นการประกอบกิจการโรงแรมจะต้องมีกระบวนการจัดการที่ดีเป็นระบบ

แผนกที่ให้บริการของโรงแรม

1. แผนกต้อนรับ (Reception) เป็นแผนกที่ทุกโรงแรมต้องมี เมื่อมีแขกเข้ามาในโรงแรม ก็จะต้องเดินมาที่เคาเตอร์แผนกต้อนรับก่อนเสมอ เพราะอยู่ภายในโรงแรมและใกล้ประตูทางเข้า นั่นเอง พนักงานต้อนรับมีหน้าที่ต้อนรับแขก ตรวจสอบข้อมูลการจองห้องพัก และขอให้แขก ลงทะเบียนแล้วจึงจ่ายห้อง โดยมีคนเคยกล่าวไว้ว่าการต้อนรับดีภารกิจของโรงแรมก็เหมือนกับเรียบร้อยไปแล้วครึ่งหนึ่ง แต่ถ้าการต้อนรับไม่ดีก็เป็นการยากมากที่จะแก้ไขให้ความรู้สึกของแขก ได้สำหรับวิธีทักทายที่สำคัญที่สุดคือรอยยิ้มที่แสดงการต้อนรับจากน้ำใสใจจริง ที่ประจวบกับใบหน้าของพนักงานต้อนรับ ตามด้วยบริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและเป็นกันเองโดยตลอด แผนกต้อนรับ หรือสำนักงานส่วนหน้านั้นอาจเปรียบได้กับศูนย์รวมเส้นประสาท (Nerve Center) หรือศูนย์ประสานงานของโรงแรม และมีบทบาทสำคัญในการติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ในโรงแรมเพื่อช่วยเหลือเรื่องต่างๆ เมื่อแขกเรียกรုံး (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, 2555)

ตำแหน่งในแผนกต้อนรับโดยทั่วไปมีดังนี้

1. ผู้จัดการสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Manager) มีหน้าที่ดูแลควบคุมให้การดำเนินงาน ของแผนกต้อนรับเป็นไปโดยราบรื่น และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในฐานะที่เป็นหัวหน้าแผนก ต้องเกี่ยวข้องกับคัดเลือกคนเข้าทำงานและให้การฝึกอบรม วางงบประมาณของแผนก และควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามนั้น และคาดคะเนระดับอัตราการเข้าพักในอนาคต

2. พนักงานต้อนรับ (Reception) เมื่อแขกเดินเข้ามาในโรงแรมพนักงานต้อนรับจะเป็นบุคคลแรกที่แขกพูดคุย โดยพนักงานต้อนรับจะต้องทักทายและให้การต้อนรับแขก ลงทะเบียนแขกและจ่ายห้อง จ่ายกุญแจ รวมการตอบข้อซักถามและจัดการเกี่ยวกับเรื่องที่แขกไม่พอใจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มจากห้องอาหารและ บาร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการซักридเป็นต้น และนอกจากนี้อาจจะต้องติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแขกด้วย

3. พนักงานสัมภาระ (Hall Porter) พนักงานสัมภาระจะคอยต้อนรับแขกที่ เข้ามาในโรงแรม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมทั้งบอกทางไปยังจุดต่าง ๆ ในโรงแรม หากแขกเข้าพักห้องก็ต้องช่วยแขกขนสัมภาระต่าง ๆ ไปที่ห้องพัก และเมื่อแขกจะกลับก็ต้องขนของลงมาจากห้องพักเช่นกัน

นอกจากนี้ยังมีงานอื่น ๆ ที่ต้องทำอีก เช่น การจดข้อความที่มีผู้ส่งความถึงแขกไว้ ดูเลขกุญแจห้องพักแขก ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ วิธีการเดินทางและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ช่วยแขกเรียกรถแท็กซี่ ช่วยจองตั๋วรถ/เรือ/เครื่องบิน ช่วยจัดห้องประชุมด้วยการช่วยขนย้ายโต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น

หัวหน้าพนักงานสัมภาระในภาษาอังกฤษเรียกว่า Bell Captain ซึ่งงานทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ถ้าตามโรงแรมใหญ่ ๆ แล้วก็จะแยกออกเป็นหลายตำแหน่ง เช่น

3.1 พนักงานเปิดประตู (Doorman) มีหน้าที่หลักคือ ช่วยแขกเปิดประตูรถยนต์ขณะนำรถเข้ามาจอดที่ประตูใหญ่ของโรงแรม ซึ่งอาจจะรวมถึงการเปิดประตูโรงแรมขณะแขกกำลังจะเดินเข้ามาก็ได้

3.2 เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก (Concierge) มีหน้าที่ช่วยเหลือแขกตั้งแต่เรื่องสัมภาระ การเรียกรถ จองตั๋วเครื่องบิน จองทัวร์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แนะนำร้านค้าที่แขกต้องการจะไปซื้อ

3.3 เจ้าหน้าที่ดูแลแขกพิเศษ (Quest Relations Officer) มีหน้าที่บางส่วนที่ เหมือนกันเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก แต่จะมุ่งเน้นแบบเป็นการบริการส่วนตัวจริง ๆ ดังนั้น บทบาทสำคัญอย่างหนึ่งก็คือ การแก้ปัญหาเรื่องที่แขกไม่พอใจ ซึ่งถ้าหากพนักงานมีความสามารถ และทำงานเป็น ก็จะช่วยลดปัญหาที่จะไปถึงผู้จัดการใหญ่หรือผู้บริหารระดับสูงได้มาก อีกทั้งยังจะแปรความไม่พอใจหรือคำติ กลายเป็นคำชมแทน

4. พนักงานสัมภาระภาคกลางคืน (Night Porter) ในช่วงกลางคืนตามโรงแรมต่าง ๆ ก็จะมีผู้มาติดต่อกับโรงแรมน้อย โดยโรงแรมส่วนใหญ่จึงจะมีพนักงานอยู่เวรเท่าที่จำเป็นเพียงไม่กี่คน แต่ละคนจึงต้องทำหน้าที่หลายอย่าง เพราะต้องทำแทนตำแหน่งอื่นที่ไม่มีคนอยู่เวรด้วย โดย Night Porter จะรับช่วงงานต่าง ๆ ของแผนกต้อนรับตั้งแต่ประมาณ 23.00 น. หรือ 24.00 น. ไปถึง เช้าของอีกวัน สำหรับเรื่องที่ต้องจัดการดูแลบางส่วนที่บังเอิญเข้ามาพักตอนดึก และบางส่วนของ เช็คเอาท์ตอนเช้ามืดด้วย ดูแลการรับโทรศัพท์ ดูแลตรวจตราด้านการรักษาความปลอดภัยทั่วไป จัดหาเครื่องดื่มและอาหารว่างให้แขกที่อาจจะขอมาดอนกลางคืน และทำหน้าที่อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยจัดเตรียมห้องจัดงานหากมีการประชุมหรืองานเลี้ยงในตอนเช้า

5. พนักงานรับโทรศัพท์ (Telephone หรือ Telephone Operator) มีหน้าที่รับโทรศัพท์ที่เรียกเข้ามา แล้วโดนไปตามบุคคลและแผนกต่าง ๆ จดข้อความเมื่อมีคนโทรศัพท์ถึงแขกที่บังเอิญไม่อยู่ในโรงแรมในขณะนั้น โทรศัพท์ปลุกแขกตามเวลาที่แขกสั่งไว้

6. เจ้าหน้าที่สำรองห้องพัก (Reservations Clerk) มีหน้าที่ดูแลเรื่องการจองห้องพักของลูกค้า โดยจะต้องยืนยันการจองทางจดหมายหรือแฟกซ์

7. พนักงานแคชเชียร์ (Cashier) รับผิดชอบในการออกไปเสิร์ฟและเก็บเงินจากแขก รวมถึงการบริการที่ให้แขกและเปลี่ยนเงินตราด้วย

ตำแหน่งในแผนกบริการทั่วไปมีดังนี้

1. แผนกบัญชี (Accounting) เป็นแผนกที่บริษัทไหนก็ต้องมี และต้องเน้นหรือเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ ก็จะทำให้ความสำคัญต่อการควบคุมด้านบัญชีและการเงิน พนักงานบัญชีจะต้องมีความเข้าใจในลักษณะงานต่าง ๆ ของระบบบัญชี และทำความเข้าใจกับลักษณะการดำเนินงานของโรงแรมอีกด้วย เช่น การควบคุมด้านอาหารและเครื่องดื่ม หรือระบบการเก็บเงินของแผนกต้อนรับส่วนหน้า พนักงานบัญชีที่ดีนั้นไม่ควรจำกัดความสามารถ หรือหน้าที่เพียงการรวบรวมตัวเลขทางการเงินอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องทำความเข้าใจและตีความได้ว่าตัวเลขแบบใดเป็นตัวชี้ว่าเกิดปัญหาอะไรขึ้นตรงไหน และสามารถเข้าจัดการแก้ไขได้ แต่ในบางโรงแรมเวลาผู้จัดการใหญ่ไม่อยู่ผู้จัดการฝ่ายการเงินมักจะเป็นผู้รักษาการแทน

2. แผนกรักษาความปลอดภัย (Security) หน้าที่หลัก ๆ ของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะเป็น ดังนี้

1. คอยเฝ้าติดตาม และระมัดระวังบุคคลที่มีพฤติกรรมที่น่าสงสัยว่าจะขโมย ทรัพย์สินของโรงแรม หรือทำอันตรายบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม

2. ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่แผนกอื่น ๆ เกี่ยวกับเรื่องรักษาความปลอดภัย และทรัพย์สินที่สูญหายไป

3. ดูแลควบคุมเรื่องต่าง ๆ และรักษาความปลอดภัยเมื่อมีการเคลื่อนย้ายเงินสดหรือของมีค่าจำนวนมาก

4. ช่วยจัดการฝึกอบรมเทคนิควิธีการดับเพลิงแก่พนักงาน รวมถึงการจัดให้มีการซ้อมดับเพลิงด้วย และในบางโรงแรมจะมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาเวลา (Time Keeper) ซึ่งจะประจำอยู่ที่ประตูหลังของโรงแรมที่เป็นทางเข้าออกของพนักงาน โรงแรม จะคอยดูเวลาเข้าออกของพนักงาน รวมถึงการตรวจสอบสิ่งของของคนที่เข้าออกโรงแรมด้วย

3. แผนกขายและการตลาด (Marketing/Sales) จริงๆ แล้วพนักงานทุกคนก็มีหน้าที่ในโรงแรมที่เป็นบทบาทในการขายทั้งสิ้น แต่บางคนก็มีหน้าที่ขายโดยตรง เช่น ในกรณีของพนักงานด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม แต่บางกลุ่มก็ขายโดยทางอ้อม เช่น แผนกช่วยทำความสะอาด ซึ่งจะช่วยให้โรงแรมขายได้โดยการทำงานที่มีคุณภาพ

ตามโรงแรมใหญ่ ๆ มักจะมีเจ้าหน้าที่ชำนาญการเป็นผู้ดูแลการขายและการตลาด โดยเฉพาะ ได้แก่ ผู้จัดการแผนกขาย/การตลาด และทีมงาน ซึ่งมีงานหลัก ๆ ดังนี้

3.1 ติดต่อกับลูกค้าที่จองเป็นกลุ่ม หรือที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Group Bookings หรือที่ติดต่อมาเพื่อจัดประชุมหรือจัดงานเลี้ยงที่โรงแรม

3.2 ติดต่อกับบริษัททัวร์และบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว

3.3 ติดต่อกับบุคคลที่มีโอกาสเป็นลูกค้าของโรงแรม โดยไปหาด้วยตนเอง หรือติดต่อทางโทรศัพท์หรือทางจดหมาย

3.4 ขายด้วยวิธีส่งเอกสารถึงลูกค้าทางไปรษณีย์ (Direct mail selling) เช่น ส่งแผ่นพับโฆษณา และเอกสารส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า ทั้งนี้รวมถึงงานโฆษณาด้วย

4. แผนกแม่บ้าน (House-Keeping หรือ Accommodation Service) มีการแบ่งตำแหน่งโดยทั่วไปดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555)

1. หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (Executive Housekeeper) ในบางโรงแรมแผนกแม่บ้านทั้งหมดจะขึ้นตรงกับผู้จัดการใหญ่ (General Manager) แต่บางโรงแรมหัวหน้าแม่บ้านก็ขึ้นตรงกับผู้จัดการส่วนหน้า (Front of House Manager) โดยงานหลักๆ ของหัวหน้าแผนกแม่บ้าน ได้แก่ การตรวจสอบงานส่วนต่างๆ ของแผนกว่าได้มาตรฐานที่วางไว้หรือไม่ ควบคุมงบประมาณ ค่าใช้จ่าย จัดตารางเวลาการทำงานของพนักงาน และการฝึกอบรม อีกทั้งต้องรับผิดชอบเรื่องกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะแจกจ่ายไปให้พนักงานในโรงแรม และดูแลควบคุมห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดเอง แต่บางโรงแรมก็จะมอบหมายให้หัวหน้าแม่บ้านอาวุโสคนใดคนหนึ่ง ในการทำงานเป็นหัวหน้า แผนกแม่บ้านต้องทำงานประสานอย่างใกล้ชิดกับแผนกต้อนรับส่วนหน้าที่เกี่ยวกับห้องพักที่พร้อมจะขาย (ให้เช่า) ได้ อีกทั้งต้องประสานงานกับแผนกซ่อมบำรุงเพื่อช่วยซ่อมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะชำรุดเสียหายทั้งภายในห้องพักและ บริเวณอื่นในโรงแรม

2. หัวหน้าแม่บ้าน (Head Housekeeper) หัวหน้าแม่บ้านจะคอยดูแลตรวจตราการทำงานของผู้ช่วยแม่บ้าน หรือแม่บ้านประจำฟลอร์ 3 คนขึ้นไป ในกรณีเป็นโรงแรมขนาดเล็ก หัวหน้าแม่บ้านก็จะดูแลรับผิดชอบงานแผนกแม่บ้านทั้งหมด

3. แม่บ้านประจำฟลอร์หรือผู้ช่วยแม่บ้าน (Floor Housekeeper หรือ Assistant Housekeeper) แม่บ้านประจำฟลอร์จะเป็นผู้ตรวจตราของพนักงานทำความสะอาด หรือพนักงานดูแลห้องพัก (Cleaning Staff Room Attendants) เฉพาะที่ทำงานอยู่ที่ฟลอร์ใดฟลอร์หนึ่งหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของโรงแรม ซึ่งรวมถึงห้องพักแขกทั้งแบบห้องมาตรฐานและห้องชุด ห้องพักพนักงาน ทางเดิน บันได ห้องน้ำใช้ร่วมในบริเวณโรงแรม และห้องนั่งเล่น เป็นต้น

4. พนักงานดูแลห้องพัก (Room Attendant) มีหน้าที่ทำความสะอาดและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพักของแขก เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาบน้ำ และห้องส้วม รวมถึงทางเดินหน้าห้องพักด้วย

5. พนักงานยกของ/ ทำความสะอาด (Housekeeper) มีหน้าที่ยกหรือขนย้ายพวกเฟอร์นิเจอร์หนัก ๆ หรือนำขยะไปทิ้ง บางครั้งก็อาจรับผิดชอบด้านทำความสะอาดบริเวณใช้ร่วมภายในโรงแรมด้วย ในเมืองไทยชื่อตำแหน่งนี้จะไม่ค่อยได้พบ ชื่อตำแหน่งที่นิยมใช้กันคือ Cleaner

6. หัวหน้าห้องผ้า (Linen Room Supervisor) ต้องรับผิดชอบผ้าทุกชนิดที่ใช้ในห้องพักแขก (เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าห่ม เป็นต้น) ผ้าของห้องอาหารและแผนกจัดเลี้ยง (ได้แก่ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปาก ผ้ารองถาด) และเครื่องแบบพนักงาน โดยการจ่ายผ้าที่ซักสะอาดแล้ว เก็บรวบรวมผ้าที่ใช้แล้ว ประชุมผ้าที่ขาดและดูแลควบคุมการส่งผ้าไปซักที่แผนกซักรีดและการรับคืน ผ้าที่ซักแล้ว

ระดับมาตรฐานการให้ดาวโรงแรม

มาตรฐานการให้ดาวของโรงแรมไทยนั้น มีตั้งแต่ระดับ 1 - 5 ดาว โดยมาตรฐานในการให้ดาวกับแต่ละโรงแรมนั้นต้องผ่านเกณฑ์ในการวัด ที่ไม่นับรวมถึงความสะอาดและความปลอดภัยของแต่ละโรงแรม เพราะโรงแรมทุกระดับต้องให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องมีอยู่แล้ว ดังนั้นจึงสามารถแบ่งมาตรฐานตามระดับดาวได้ ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว เป็นโรงแรมที่เน้นการมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป อาทิ ห้องพัก ที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้าต่างขยับ โຕ้ะ เก้าอี้ และภายในห้องน้ำมีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระไว้บริการ

มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปเพื่อบริการ เช่น ห้องพักต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว มีโซ่ไว้คล้องประตู พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้าต่างขยับ โຕ้ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป โทรศัพทติดต่อภายใน ห้องน้ำแบบชักโครก และมีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระ เป็นต้น

มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลาง เช่น ห้องพักต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร มีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ มีระบบน้ำร้อน น้ำเย็น สบู่ หมวกอาบน้ำ แก้วผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถุงใส่ผ้าอนามัย บริการอื่นๆ ที่มี เช่น รัมเซอร์วิส Coffee Shop ห้องประชุม และอุปกรณ์ที่จำเป็น Business Center ห้องน้ำสาธารณะ และห้องน้ำคนพิการ เป็นต้น

มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงาม พร้อมทั้งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ที่มีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ กาต้มน้ำร้อนพร้อมกาแฟและชา ชุดชักรองเท้า ถุงซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพทที่สามารถโทรทางไกล ต่างประเทศได้โดยตรง ห้องน้ำมีเครื่องใช้ครบถ้วน อุปกรณ์ในห้องน้ำที่

เพิ่มเติมจาก ระดับ 3 ดาว ได้แก่ Foam bath แชมพู ผ้าเช็ดมือ Sewing Kit ไม้เป่าผม ปลั๊กไฟสำหรับ โคนหมวด มีห้องชุดให้บริการ 2 แบบ นอกจากนี้มีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์ มากกว่า 5 ชนิด ห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ Business Center ห้องประชุมใหญ่ และห้อง ประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง และมีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

มาตรฐาน โรงแรมระดับ 5 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่ดี อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแล รักษาให้อยู่ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตร พร้อมเตียงสะอาดขนาด ไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป และมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ผู้เขียน มินิบาร์ และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขภัณฑ์มีความสะอาดและ สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน พร้อมเครื่องชงน้ำหนักร และโทรศัพท์ที่ฟองอยู่ภายใน นอกจากนี้มี ห้องชุดให้ เลือกรับ 3 แบบ มีห้องอาหารไทย และนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่และมีอุปกรณ์ครบ พร้อม ห้อง ประชุมเล็กไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า โรงแรมเกิดจากความต้องการที่พักแรมของมนุษย์ในการ เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความสะดวก ความสะอาด และความปลอดภัย ในการเดินทาง จนกระทั่งปัจจุบัน โรงแรมจึงเป็นที่นิยมในการเดินทางค้างคืนที่มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ทั้ง ยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่นกัน

การจัดมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม

มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว (Hotel Standard) จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2542 โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็น ผู้รับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย โดยมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม มี 1-5 ดาว ดังนี้

(1) โรงแรมระดับ 1 ดาว

โรงแรมระดับ 1 ดาว หมายถึง โรงแรมซึ่งมีขนาดเล็ก นอกจากเรื่องความสะดวกและ ความปลอดภัยที่โรงแรมทุกระดับให้ความปลอดภัยแล้ว โรงแรมจะเน้นสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานทั่วไป เช่น ห้องพักที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจก แต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ และภายในห้องน้ำ มีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระไว้บริการ โรงแรมกลุ่ม นี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเอง และส่วนมากเจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารงานเอง

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท โรงแรมระดับ 1 ดาว ประกอบด้วย 8 หมวด 28 เกณฑ์ 154 ตัวชี้วัด ดังนี้

- หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ
- หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร
- หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ)
- หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว
- หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ
- หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป
- หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อม
- หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน

(2) โรงแรมระดับ 2 ดาว

โรงแรมระดับ 2 ดาว หมายถึง โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่ากลุ่ม 1 ดาว ห้องพักจะมีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายใน โรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปไว้บริการ เช่น ห้องพักที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว โชคห้องประตู พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจก แต่งหน้า ถึงขยะ โตะ เก้าอี้ โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และโทรศัพท์ติดต่อภายใน และห้องน้ำจะเป็นแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระ เป็นต้น

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท โรงแรมระดับ 2 ดาว ประกอบด้วย 8 หมวด 29 เกณฑ์ 168 ตัวชี้วัด ดังนี้

- หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ
- หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำ สาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร
- หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ)
- หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว
- หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ
- หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป
- หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อม
- หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน

(3) โรงแรมระดับ 3 ดาว

โรงแรมระดับ 3 ดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งดี ห้องพักกว้างขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับปานกลาง เช่น ห้องพักขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน และในห้องน้ำ จะมีอ่างอาบน้ำ ระบบ

น้ำร้อน-น้ำเย็น สบู่ หมวกอาบน้ำ แก้ว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า และถุงใส่ผ้าอนามัย และบริการอื่น ๆ ที่มี เช่น รัมเชอร์วิส คอฟฟี่ช็อป ห้องประชุม และอุปกรณ์ที่จำเป็น ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ และห้องน้ำ คนพิการ เป็นต้น

มาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมระดับ 3 ดาว ประกอบด้วย 9 หมวด 33 เกณฑ์ 232 ตัวชี้วัด ดังนี้

- หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ
 - หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร
 - หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ)
 - หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว
 - หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ
 - หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป
 - หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อม
 - หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน
 - หมวดที่ 12 คุณลักษณะเสริมอื่น
- (4) โรงแรมระดับ 4 ดาว

โรงแรมระดับ 4 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ที่ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีความสวยงามพร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง เช่น มีห้องพักมาตรฐานขนาดกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ซึ่งมีรายการชมมากกว่า 8 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ กระติกต้มน้ำร้อน ไฟฟ้าพร้อมชา กาแฟ ชุด پذیرแขก ถังซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทรทางไกลและต่างประเทศได้โดยตรงภายในห้องน้ำ มีเครื่องใช้ครบครัน นอกจากนี้ยังมีห้องอาหาร ห้องออกกาลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิดห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ ห้องประชุมใหญ่ และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

มาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมระดับ 4 ดาว ประกอบด้วย 12 หมวด 45 เกณฑ์ 365 ตัวชี้วัด ดังนี้

- หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ
- หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำ สาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร
- หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ)
- หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite
- หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว

หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสันตนาการ (สระว่ายน้ำ)

หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ

หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป

หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อม

หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน

หมวดที่ 12 คุณลักษณะเสริมอื่นๆ

(5) โรงแรมระดับ 5 ดาว

โรงแรมระดับ 5 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูมีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายในและภายนอก มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุกด้านทั้งห้องพัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดี มีห้องพักขนาดมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตร พร้อมเตียงสะอาดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ซึ่งมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำ มีขนาดใหญ่ สุขภัณฑ์สะอาดสวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน พร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก และโทรศัพท์ฟองอยู่ภายใน มีห้องชุดให้เลือกใช้บริการ 3 แบบ และห้องอาหารซึ่งให้บริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุชชี ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท โรงแรมระดับ 5 ดาว ประกอบด้วย 12 หมวด 45 เกณฑ์ 499 ตัวชี้วัด ดังนี้

หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ

หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำ สาธารณะ ลิฟท์และทางสัญจรภายในอาคาร

หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ)

หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite และ Executive Floor

หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว

หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสันตนาการ และสระว่ายน้ำ

หมวดที่ 7 ส่วนบริการด้านธุรกิจ : ห้องประชุม และ Business Center

หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ

หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป

หมวดที่ 10 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อมและส่วนสนับสนุนการบริการ

หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน

หมวดที่ 12 คุณลักษณะและเสริมอื่นๆ

6. การแบ่งประเภทโดยใช้ระดับมาตรฐาน โดยใช้สัญลักษณ์รูปดาวแสดงระดับมาตรฐานกิจการเช่นเดียวกับระบบในประเทศอังกฤษ ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลระดับมาตรฐานนี้คือ สมาคมโรงแรมไทย โดยสามารถแบ่งระดับมาตรฐานได้ 5 ประเภท คือ

6.1 โรงแรมหนึ่งดาว (1 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ มีห้องน้ำในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพัก บรรยากาศเป็นกันเอง

6.2 โรงแรมระดับสองดาว (2 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับหนึ่งดาว ห้องพักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครันไม่บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับแขกภายนอก

6.3 โรงแรมระดับสามดาว (3 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

6.4 โรงแรมระดับสี่ดาว (4 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะอาดสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

6.5 โรงแรมระดับห้าดาว (5 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือ ทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจพิจารณามาตรฐานดาวในระดับต่าง

มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว นอกจากเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยแล้ว โรงแรมจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปเช่น ห้องพักที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถึงขยะ โต้ะ เก้าอี้ ห้องน้ำต้องมีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระไว้บริการ

มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว ภายในโรงแรมมีการตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ ห้องพักต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว โชคส่องประตู เตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถึงขยะ โต้ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และโทรศัพท์ติดต่อกายใน ห้องน้ำเป็นแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระ เป็นต้น

มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว ภายในโรงแรมควรประกอบด้วยรูมเซอร์วิส คอฟฟี่ช็อป ห้องประชุมจัดเลี้ยงพร้อมอุปกรณ์ที่จำเป็น ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำคนพิการ ในส่วน

ห้องพักควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ขนาดห้องพักไม่เล็กกว่า 18 ตารางเมตร โทรทัศน์ 14 นิ้วพร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน ห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อน-เย็น สบู่ หมวกอาบน้ำ แก้ว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า และถุงใส่ผ้าอนามัย เป็นต้น

มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แล้วสิ่งที่จะต้องเพิ่มเข้ามา คือ การตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ห้องพักมาตรฐานซึ่งกว้างกว่า 24 ตารางเมตร เพียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ช่องรายการมากกว่า 8 ช่อง ตู้เย็น มินิบาร์ กระจกต้มน้ำร้อนไฟฟ้า พร้อมชา กาแฟ ชุดซักรองเท้า ถุงซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทรใน/ต่างประเทศได้โดยตรง ภายในห้องน้ำมีอุปกรณ์เครื่องใช้ครบถ้วน ประกอบด้วย โฟมอาบน้ำ แชมพู ผ้าเช็ดมือ ชุดSewing kit(อุปกรณ์เย็บผ้าพกพา) ไดรเป้าผม ปลั๊กไฟสำหรับโถกนหวด ห้องชุดมีบริการให้เลือก 2 แบบ ห้องStandard ห้อง Delux นอกจากนี้ยังมีห้องอาหาร ห้องฟิตเนสมีเครื่องออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 5 ชนิด ห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ ห้องประชุมใหญ่ และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยครบถ้วน

มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายในและภายนอกใน เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ ห้องพักมาตรฐานกว้าง 30 ตารางเมตร เพียงขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ 20 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล รายการต้องมีมากกว่า 12 ช่อง ตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์ ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์สะอาดสวยงาม พร้อมเครื่องชงน้ำหนักรุ่นดี อุปกรณ์ของใช้ในห้องพักครบถ้วน ห้องฟิตเนสมีอุปกรณ์ออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุชชี ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน และห้องประชุมย่อยไม่ต่ำกว่า 4 ห้อง มีระบบความปลอดภัยที่ทันสมัย

มาตรฐานโรงแรมที่สูงกว่า 5 ดาว จุดสูงสุดของ มาตรฐานดาว อยู่ที่ระดับ 5 ดาว แต่เนื่องจากโรงแรมหลายแห่งต้องการสร้างความแตกต่างจึงประกาศว่าตนเป็นโรงแรมระดับ 6 ดาว หรือ 7 ดาว แต่ยังไม่มีการมาตรฐานโรงแรมรับรองระดับ 6 ดาว เพียงประกาศกันเอง ราคาจะสูงกว่าโรงแรม 5 ดาว 20-30% สิ่งที่แตกต่างจากโรงแรมระดับ 5 ดาวคือ มีห้องพักขนาดใหญ่กว่า อุปกรณ์ของใช้ในห้องพักที่ดีกว่า และยังมีคณบดีหรือเรียกว่า บัตเลอร์ (Butler) ที่จะเข้าไปดูแลความต้องการของลูกค้า และช่วยทำอาหารให้ สร้างความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าเป็นอย่างมาก ประเทศฝรั่งเศสขึ้นชื่อเรื่องเมืองน่าเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลก และให้ความสำคัญกับรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ได้ประกาศมาตรฐานความหรูหราของโรงแรมมากกว่ามาตรฐานดาวที่ใช้กันอยู่ โดยใช้ชื่อว่า “มาตรฐานระดับพระราชวังหรือ พาเลซ” เกณฑ์การตัดสินไม่ได้วัดเฉพาะด้านความหรูหราเท่านั้น แต่ยังให้คะแนนกับความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ที่ยาวนานเป็นประเด็นหลักด้วย

ปัจจุบันมีโรงแรมเพียง 8 แห่งเท่านั้น ในฝรั่งเศสที่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานระดับพระราชวัง และโรงแรมจะถูกตรวจสอบจากคณะกรรมการทุก ๆ 5 ปี หากพบว่ามาตรฐานบกพร่องหรือตกต่ำลง หน่วยงานผู้ออกมาตรฐานสามารถยึดเครื่องหมายสำคัญนี้คืนได้

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานบริการ

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานบริการ ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามและเสนอแนะคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานบริการที่แตกต่างกันไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้เสนอแนะคุณสมบัติเฉพาะของพนักงาน ซึ่งจำเป็นต่อธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. ความชำนาญในงาน (Skills) โดยพนักงานบริการจะได้รับจากการฝึกอบรม และประสบการณ์ในงาน
2. ภาษาต่างประเทศ (Foreign Languages) โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ซึ่งพนักงานบริการที่สามารถสื่อสารกับแขกเจ้าของภาษานั้นได้ สามารถสร้างความประทับใจ ตั้งแต่แรกพบ (First Impression)
3. เจตคติ (Attitude) ได้แก่การมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานงาน หน่วยงาน องค์กร ตลอดจนลูกค้าผู้มาใช้บริการ
4. บุคลิกภาพ (Personality) ได้แก่ กิริยามารยาท การพูด การแสดงออก
5. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ได้แก่ การให้บริการผู้อื่นแม้เป็นบุคคลแปลกหน้า และแตกต่างกันด้วยเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ภาษา อุปนิสัยใจคอ แต่บุคคลเหล่านั้นเป็นแขกของโรงแรมที่จ่ายค่าบริการ และมุ่งหวังที่จะได้รับบริการที่ดีเลิศ พนักงานบริการทุกคนจึงควรมีความสามารถในการปรับตัว มีความยืดหยุ่น (Flexibility)
6. คุณสมบัติในการเป็นคนเปิดเผย (Extrovert) และปิดตัวเอง (Introvert) การเป็นคนเปิดเผย คือ ชอบเข้าสังคมพบปะผู้อื่น เรียนรู้พฤติกรรมของเพื่อนมนุษย์ สนใจและชอบช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งเหมาะสมกับงานบริการ ในขณะที่การเป็นคนปิดตัวเอง จำเป็นในกรณีที่พนักงานต้องทำงานเกี่ยวข้องกับเอกสารที่เป็นความลับหรือทางด้านการเงิน
7. คุณสมบัติในการพูด (Speech) ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ โดยการพูดจาต้องมีความชัดเจนชัดคำ ไม่ช้าหรือเร็วเกินไป ใช้คำศัพท์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีน้ำเสียงที่อ่อนหวาน และสุภาพในการติดต่อสื่อสารกับแขก เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน
8. การเป็นผู้มีสุขภาพดี (Good Health) เป็นองค์ประกอบที่ทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความร่าเริง และพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ

9. ความจำดี (Good Memory) เช่น การจำชื่อลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวก อัตราค่าบริการต่าง ๆ ของสินค้า เป็นต้น

10. ความรู้ (Knowledge) พนักงานบริการควรเป็นผู้มีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับงานอาชีพ และความรู้รอบตัวเพื่อให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

11. ความฉลาดและไหวพริบ (Intelligence and Tact) การเป็นผู้รู้จักกาลเทศะ รู้ว่าอะไรควรทำหรือไม่ กับใคร เมื่อไร และอย่างไร และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

12. ความอดทน (Patience) คือ อดทนต่อบรรยากาศการทำงานที่กดดันเนื่องมาจากปริมาณงาน และอดทนกับอารมณ์ของลูกค้า เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งต้องอดทนต่อชั่วโมงการทำงานที่บางครั้งอาจนานถึง 12 ชั่วโมง

13. สุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) ร่างกายที่สะอาดเป็นสิ่งสำคัญต่องานบริการ โดยพนักงานบริการควรเอาใจใส่ตนเองตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า รวมถึงความสะอาดของเครื่องแต่งกายด้วย

14. การแต่งกาย (Grooming) แต่งกายถูกต้องเป็นระเบียบตามที่องค์กรจัดเครื่องแบบให้

15. ยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling) ด้วยการให้บริการแขกด้วยรอยยิ้มที่อบอุ่น จริงใจ Brown (1989) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ให้บริการไว้ 3 ด้าน ได้แก่

1. มีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นลักษณะของผู้ให้บริการที่มีความตั้งใจแน่วแน่ มีเป้าหมาย และมีบุคลิกท่าทางที่เต็มไปด้วยความมั่นใจไม่ย่อท้อ เปิดเผยและกล้าแสดงออก

2. มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น โดยเป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่นในการมีปฏิสัมพันธ์ มีความกระตือรือร้นในการบริการ และสามารถใช้ไหวพริบในการแก้ปัญหาได้

3. มีความเห็นใจผู้อื่น กล่าวคือ ผู้ให้บริการต้องมีลักษณะของความเป็นมิตร มีอัธยาศัยร่าเริง และพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

สมิต สัจฉกร (2543) ได้สรุปถึง คุณลักษณะที่ดีของพนักงานบริการที่ควรมี ดังต่อไปนี้

1. มีจิตใจรักงานบริการ

2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ

3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ

4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน

5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่

6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

7. มีทัศนคติต่องานบริการดี

8. มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล

9. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
10. มีความช่างสังเกต
11. มีวิจรรย์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ
12. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา

William Joseph (1983) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังที่ผู้รับบริการมีต่อผู้ให้บริการ และสรุปได้เป็น 5 คุณลักษณะพื้นฐานที่ผู้ให้บริการควรมี ได้แก่

1. การมีทัศนคติที่ดี (Pleasant Attitude) 2. มีการตอบสนองและให้คำตอบที่ถูกต้อง (Responsive and Correct Answer) 3. มีความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่องาน (Well Equipped)
4. ความมีทักษะและฝึกฝนจนชำนาญ (Skill and Training) 5. ความตรงต่อเวลา (Punctuality)

ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาชีวศึกษา 2 หน่วยศึกษานิเทศก์ (2544) ได้เสนอแนะคุณลักษณะอาชีพสาขาวิชาธุรกิจโรงแรมไว้ว่า เป็นพนักงานโรงแรมที่สามารถควบคุมดูแลและปฏิบัติงานในแผนกบริการส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่มและแผนกครัวได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และสามารถวางแผนจัดการงานต่าง ๆ ได้ ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในโรงแรมได้ดี ควรมีสมรรถนะ (Competency) ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge)
 - 1.1 ขั้นตอนในการปฏิบัติงานล่วงหน้าโรงแรมในการรับจองห้องพัก การต้อนรับ และลงทะเบียนการรับโทรศัพท์ การบริการบริเวณส่วนหน้า การให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการธุรกิจ
 - 1.2 ขั้นตอนในการปฏิบัติงานแม่บ้านโรงแรมในด้านการทำความสะอาดห้องพัก การทำความสะอาดทั่วไป การทำรายงาน เอกสารการติดต่อประสานงานกับแผนกต่าง ๆ การดูแลช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่แขกผู้มาพัก
 - 1.3 ขั้นตอนในการปฏิบัติงานบริการอาหารและเครื่องดื่มในด้านการเตรียมการเปิดห้องอาหาร การจัดเครื่องมือของใช้ในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารและเครื่องดื่ม การจัดโต๊ะ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเก็บโต๊ะ การเก็บเงิน
 - 1.4 สุขอนามัยในการประกอบอาหาร มาตรฐานโภชนาการ หลักและวิธีการ เตรียมวัสดุอุปกรณ์ครุภัณฑ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารตามตำรับอาหาร ตลอดจนมาตรฐาน ความปลอดภัยในการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือแต่ละชนิด
 - 1.5 ความรู้เกี่ยวกับศัพท์เทคนิคในโรงแรม
 - 1.6 ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการ
 - 1.7 ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือสื่อสารต่างๆ

2. ทักษะ (Skill)

- 2.1 ปฏิบัติงานส่วนหน้าได้ถูกต้องทุกขั้นตอนทุกส่วนงาน
- 2.2 ปฏิบัติงานแม่บ้านได้ถูกต้องทุกส่วนงาน
- 2.3 ปฏิบัติงานบริการอาหารและเครื่องดื่มได้รวดเร็วและถูกต้อง
- 2.4 ปฏิบัติงานในครัวได้อย่างถูกต้องและถูกสุขอนามัย
- 2.5 ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
- 2.6 ความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ

3. กิจนิสัย (Working Habit)

- 3.1 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานเป็นทีมได้
- 3.2 มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีความพร้อมในการให้บริการ
- 3.3 มีบุคลิกภาพดี สุขภาพแข็งแรง พร้อมที่จะทำงานได้ทุกสถานการณ์
- 3.4 มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ต่องานและหน้าที่
- 3.5 มีลักษณะความเป็นผู้นำ
- 3.6 มีความคิดริเริ่มและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
- 3.7 มีความอดทน อดกลั้น
- 3.8 ตรงต่อเวลา หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม

“หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม” (ม.ป.ป.) กล่าวว่า พนักงานจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมที่ตนทำงานอยู่ ดังนี้

1. ต้องจำชื่อโรงแรมอย่างถูกต้อง ชื่อที่เรียกกันทั่วไปกับชื่อทางการของโรงแรมมักจะต่างกัน พนักงานจึงจำเป็นต้องจำชื่อโรงแรมทั้งสองชื่อให้แม่นยำ
2. ต้องจำชื่อบุคคลสำคัญของโรงแรม ต้องจำชื่อผู้จัดการและหัวหน้าแผนกของสถานภาพของโรงแรมโดยสังเขป และที่อยู่ของโรงแรมอย่างละเอียด
3. ต้องศึกษาประวัติของโรงแรม จะต้องจำประวัติของโรงแรมโดยสังเขป การเข้าใจแนวความคิดในการสร้างโรงแรมของผู้ก่อตั้ง และการพัฒนาของโรงแรมในเวลาต่อมาก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้พนักงานมีความภาคภูมิใจในโรงแรมของตน อันจะมีส่วนช่วยในการสร้างความกระตือรือร้นในการทำงาน โรงแรมขนาดใหญ่ที่มีสาขามากมายในปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะเริ่มจากโรงแรมเด็วก่อน
4. ต้องศึกษาสภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม โรงแรมถือเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง ส่วนประกอบอื่น ๆ ของโรงแรมไม่ว่าจะเป็นส่วนห้องพัก ห้องอาหาร หรือ ล็อบบี้ของโรงแรม ก็เป็นสินค้าเช่นกัน ดังนั้นจะต้องจำให้ได้ว่าห้องอาหารนั้นอยู่ชั้นใด เปิดบริหารตั้งแต่ที่โรงถึงกี่โมง

ห้องจัดเลี้ยงมีกี่ห้อง สามารถจูนได้เท่าไร ร้านค้าในโรงแรมมีสินค้าประเภทใดบ้าง ตั้งอยู่ที่ใด เปิดบริการตั้งแต่กี่โมงถึงกี่โมง เหล่านี้เป็นต้น

5. ต้องรักษาภาวะเบียบของโรงแรมอย่างเคร่งครัด ปกติคนเรามักจะไม่ชอบการบังคับ แต่งานต่าง ๆ ของโรงแรมจะดำเนินไปได้ด้วยดีได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือของพนักงานทุกคน ดังนั้นพนักงานจึงต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงแรม เช่น ตอกลับตรงเวลาทำงาน รักษาเวลา เปลี่ยนกะอย่างเคร่งครัด ไม่สูบบุหรี่ในบริเวณที่งดสูบบุหรี่ ไม่ใช้โทรศัพท์ติดต่อเรื่องส่วนตัว เป็นต้น โดยทั่วไปการปฏิบัติคนให้อยู่ในขอบเขตที่กำหนดคนนั้นถ้าหากทำงานเคยชินแล้วก็ไม่ใช้เรื่องลำบากแต่อย่างใด และคนส่วนใหญ่มักจะยินดีปฏิบัติตาม

“หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม” (ม.ป.ป.) ยังได้กล่าวอีกว่า การดำเนินงานที่ดีที่สุดของโรงแรมก็คือ การทำให้แขกที่มาพักได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรมให้มากที่สุด การที่จะทำเช่นนั้น ได้ก็ต้องอาศัยพนักงานทุกคนร่วมมือร่วมใจกันทำงาน ในหน้าที่รับผิดชอบให้ดีที่สุด การปฏิบัติคนของพนักงาน โรงแรม

ข้อควรสนใจทั่วไปสำหรับพนักงาน

“หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม” (ม.ป.ป.) ที่กล่าวมาแล้วเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรักษาภาพลักษณ์ภายนอก ต่อไปนี้จะพูดถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งภายใน เช่น สีน้หน้าท่าทาง ซึ่งเป็นสิ่งที่บอกรับรู้ถึงภูมิความรู้ ความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงานและมีผลต่อการทำงาน บริหารเป็นอย่างมาก ดังนี้

1. สุภาพอ่อนน้อม เมื่อพูดถึงการทำตัวให้สุภาพแล้วดูเหมือนว่าจะเป็นเรื่องที่ไม่เข้าใจง่าย แต่การทำตัวให้สุภาพอ่อนน้อมอย่างแท้จริง ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายนักเริ่มต้นจากสามสิ่ง อันได้แก่ การโค้งคำนับให้ถูกต้อง การกล่าวคำทักทาย และการแสดงความขอบคุณต่อแขก โดยการพูด ทักทายที่ถูกต้องควรจะทำพร้อมกับการมองตาแขกและยิ้มเล็กน้อย (ต่อผู้บังคับบัญชาและ เจ้าหน้าที่ของโรงแรมอื่นก็เช่นเดียวกัน)

2. ยิ้มแย้มแจ่มใส เรามักจะพูดกันเสมอว่า “ดวงตาเป็นหน้าต่างของดวงใจ” คำพูดนี้หมายความว่าอย่างไรทุกคนคงจะเข้าใจดี พนักงานหนุ่มสาวบางคนเมื่อไม่พอใจแขกที่มาพักก็จะแสดงออกมาทางสีหน้าอย่างเห็นได้ชัด เมื่อคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่แล้วในการยิ้มแย้มอยู่เสมอแม้ว่าบางครั้งแขกจะปฏิบัติต่อตนไม่ดี ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความประทับใจต่อโรงแรม

3. บริการให้ดีที่สุด ควรจะศึกษาเอาแบบอย่างจากพนักงานที่ต้องรับแขกอย่างขยันขันแข็งและมีประสิทธิภาพในการทำงาน คนเราทุกคนไม่ชอบให้ใครมาเหยียดหยาม การเลือกปฏิบัติต่อแขกจึงเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง พนักงานบริการไม่ควรเลือกเอาใจใส่เฉพาะแขกสาวสวย แต่ละเลขคนแก่ หรือเอาใจใส่แต่ฝรั่งไม่สนใจคนเอเชีย พนักงานต้องยึดหลักการในการ

ทำงานที่ว่า “ผู้ที่มาก่อนได้รับการบริการก่อน” (FIRST COME FIRST SERVICED BASIS) สำหรับพนักงาน ซึ่งต้องทำงาน

บริการคนจำนวนมาก จะต้องคิดเสมอว่าแขกต้องการการบริการเช่นไร ต้องเรียนรู้จิตวิทยาของแขก ขณะเดียวกันยังต้องรู้จักใช้หัวคิด มีไหวพริบและคล่องแคล่วว่องไว การถามเข้าชี้ อาจทำให้แขกรำคาญและยังไม่ถูกต้องถ้าการบริการไม่ทันและขาดตกบกพร่อง สำหรับแขกที่มีฐานะค่อนข้างดีพนักงานบริการจะต้องให้บริการอย่างฉับไว และยืดหยุ่นให้สอดคล้องกับความต้องการแขก นี่เป็นสิ่งที่สำคัญมาก

4. ให้บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ พนักงานบริการจำเป็นต้องรู้ว่าแขกสั่งอาหารอะไร และต้องการอะไรเพิ่ม พยายามบริการอย่างรวดเร็ว ถ้ามีเหตุจำเป็นที่จะทำให้แขกต้องรอก็ควรจะอธิบายให้แขกเข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง ชัดเจน เช่น บอกว่า “อาจจะต้องใช้เวลามากกว่า...นาที่” ถ้าหากไม่สามารถเสิร์ฟอาหารได้ทันทีก็ต้องขอโทษ

5. รักษาทรัพย์สินของโรงแรมกิจการ โรงแรมมีลักษณะพิเศษที่เงินทุนส่วนใหญ่จะใช้ในเรื่องที่ดิน สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ประจำวัน การรักษาทรัพย์สินเหล่านี้ไม่ใช่เพียงเพื่อโรงแรมเท่านั้นยังหมายถึงผลประโยชน์ของพนักงานทุกคนด้วย

6. อื่นๆ เช่น ความรู้ทั่วไปที่พนักงานโรงแรมทุกคนจะต้องยึดถือ ได้แก่

6.1 เวลาทำงานและเลิกงานต้องเข้าออกทางประตูเฉพาะที่จัดไว้สำหรับพนักงาน

6.2 ไม่ควรใช้ลิฟท์หรือห้องน้ำที่จัดไว้ให้แขกที่มาพัก โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประจำแผนกต้อนรับอาจใช้ลิฟท์ที่จัดไว้สำหรับแขกได้ แต่จะใช้ห้องน้ำร่วมกับแขกไม่ได้เป็นอันขาด

6.3 ไม่ควรเดินผ่านลิบบบี้เมื่อไม่มีกิจจำเป็น

6.4 เมื่อพบแขกไม่ว่าจะเป็นที่ทางเดินหรือที่อื่นจะต้องทักทายแขกเสมอ

6.5 ห้ามเอามือล้วงกระเป๋า

6.6 ไม่พูดกระซิบกระซาบหรือซุบซิบ นุ้ยไปต่อหน้าผู้อื่น

6.7 ต้องล้างมือก่อนรับประทานอาหารและก่อนทำงาน

6.8 ไม่พูดคุยเรื่องส่วนตัว ไม่ควรจ้องผู้อื่นจนตาไม่กระพริบ

6.9 ควรรอรับคำสั่งด้วยท่วงท่าที่ถูกต้อง เวลาเดินต้องชิดขอบขวา ตามองตรง และก้าวเดินอย่างมีจังหวะ พนักงานชายต้องไม่เดินขาโก่ง ควรหัดเดินให้ถูกวิธี

6.10 ห้ามวิ่งในห้องอาหาร ห้องประชุม ลิบบบี้ และตามทางเดิน

6.11 ขณะที่กำลังต้อนรับแขกอยู่ ห้ามเกาศีรษะ ถูบผม คาง ฯลฯ หากจะแต่งหน้า แต่งตัวก็ควรทำเฉพาะเมื่ออยู่ในห้องน้ำหรือห้องพักเท่านั้น และควรฝึกให้เป็นนิสัย

6.12 การนั่งกระดิกขา ยืนพิงโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ เป็นนิสัยที่ไม่ดี ต้องพยายามแก้ไข

6.13 ผู้ชายต้องมีลักษณะท่าทางแบบผู้ชาย ผู้หญิงต้องมีลักษณะท่าทางแบบผู้หญิง จุดนี้สำคัญมาก แต่ไม่ได้หมายความว่าหากบริการแบบผู้ชายก็ต้องหยาบกระด้าง แต่หมายถึงการ บริการที่ฉับไวและมีมารยาท

จิตใจในการบริการของพนักงาน

“หลักการพื้นฐานของงานบริการโรงแรม” (ม.ป.ป.) กล่าวอีกว่า ในการอบรมด้านการบริการให้แก่พนักงานนั้น โรงแรมที่มีระดับจะเน้นในเรื่องของ “จิตใจในการบริการ” เป็นพิเศษ โรงแรมบางแห่งจะอบรมจิตใจในการบริการ โดยการให้พนักงานอยู่ร่วมกันในห้องพัก หากจะทำงาน บริการมีความสำคัญยิ่งกว่าเทคนิคในการบริการเสียอีก น้ำใจไมตรีเล็ก ๆ น้อย ๆ จากคนแปลกหน้าที่ ได้รับในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างถิ่นต่างแดนเป็นสิ่งที่น่าประทับใจยิ่ง ฉะนั้น การอบรมให้ พนักงานมีจิตใจในการบริการจึงควรมีความสำคัญเป็นอย่างมาก หากมักจะพูดกับพนักงานที่ยก ของให้ว่า “เหนื่อยหน่อยนะ” แทนที่จะกล่าวกับพนักงานบริการด้านธุรการ ทั้งนี้เพราะการทำงาน ของพนักงานยกของจะทำให้เกิดความรู้สึกว่ามีความจริงใจ ทำให้รู้สึกประทับใจมากกว่า ฟังระลึกลี เสมอว่าตราบใดที่จะทำงานอยู่จะละทิ้งจิตใจในการบริการไม่ได้เป็นอันขาด

การบริการที่ดีเยี่ยมเกิดจากจิตใจในการบริการร่วมกับการฝึกฝนเทคนิคในการบริการ ที่ว่าจิตใจในการบริการหมายถึง (“หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม,” ม.ป.ป.)

1. ทำตนให้สนุกกับงานบริการ ไม่ว่าจะเข้ามาทำงานใน โรงแรมหรือภัตตาคารด้วยความบังเอิญหรือตั้งใจก็ตาม เมื่อคิดจะยึดอาชีพนี้ตลอดไปก็ต้องทำตนให้สนุกกับงานดังกล่าว

2. แยก คือ พระราชา พนักงานคือคนรับใช้ พนักงานบริการในโรงแรมจะต้องจดจำไว้เสมอว่า “แยกคือพระราชา” ความคิดที่ว่าแยกก็คือคนเราเองก็เป็นคนเป็นความคิดที่ไม่ถูกต้องทำให้เกิดความสับสนระหว่างการเป็นแยกกับพนักงานบริการ “แยกจะต้องถูกต้องเสมอ” เป็นความคิดที่ถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน โรงแรม ในแต่ละวันจะต้องพบแยกจากทั่วทุกสารทิศ บางครั้งก็ยากที่จะเลี่ยงปัญหาความวุ่นวาย สับสนที่น่าปวดหัว แต่ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตามต้องไม่ลืม กฎที่ว่า “แยกจะต้องถูกต้องเสมอ”

3. ชื่อสัตย์มีน้ำใสใจจริง การทำธุรกิจใด ๆ ก็ตามถ้าหากไม่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าแล้ว ถึงแม้ว่าธุรกิจนั้น จะไปได้ดีในระยะแรกแต่ก็ไม่อาจยืนยาวไปได้ตลอด เพราะในที่สุดก็จะเสียลูกค้าไป ยกตัวอย่างเช่น กิจการขายสินค้าพื้นเมืองตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ถ้าหากสินค้านั้น น้ำหนักไม่ครบถ้วนหรือคุณภาพไม่ดี แม้ว่าจะขายดีในระยะแรกแต่สุดท้ายก็ต้องปิดร้านเพราะลูกค้าหายหมด แต่กิจการที่ใช้ความมูมานะเป็นเวลาหลายปี โดยยึดหลักที่ว่า “ลูกค้าสำคัญที่สุด” บวกกับการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง หรือทำอาหารที่มีรสชาติดีเยี่ยมขอมเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นไปเรื่อย ๆ “งานบริการของโรงแรมหรือภัตตาคารก็เช่นเดียวกัน ถ้าหากเป็นกิจการที่เพียบพร้อมและ

สอดคล้อง กับความต้องการของลูกค้าย่อมประสบความสำเร็จ ยกตัวอย่างเรื่องเงินค่าทิปพนักงานบริการที่ยก กระเป๋าเดินทางจนเหงื่อไหล ไคลย้อย หรือวิ่งฝ่าสายฝนเพื่อเรียกรถแท็กซี่ให้แขกย่อมจะทำให้แขก เกิดความรู้สึกอยากจะทำให้สินน้ำใจเป็นการตอบแทน ตรงกันข้ามถ้าพนักงานบริการทำงานอย่างขอไปที ซ้ำยัง โยนเหรียญในมือไปมาเป็นการเตือนให้แขกจ่ายค่าทิปแขกย่อมไม่ยอมทิปให้เลย บางคนไม่ว่าจะเป็นเจ้าของกิจการหรือพนักงานก็ตามคิดว่าแขกเป็นพวกโง่เง่า ความจริงแล้วแขกไม่ได้ โง่อย่างที่คิดหรอก ถ้าหากใครก็ตามคิดว่าแขกเป็นคน โง่สักวันหนึ่งจะต้อง ได้รับผลตอบแทนอย่าง แน่นนอน

4. จดจำชื่อและหน้าตาของแขกไว้ให้ดี การจดจำชื่อและหน้าตาของแขกเป็นวิธีที่ดีที่สุดอีกวิธีหนึ่งในการบริการเพราะจะช่วยให้ทำงาน ได้สะดวกขึ้น ทำให้แขกรู้สึกเป็นกันเองและยังเป็นการแสดงน้ำใจต่อแขกด้วย นอกจากนี้การจำชื่อและใบหน้าของแขกก็เหมือนกับการบอกแขกว่า “โปรดระลึกถึงชื่อและใบหน้าของเราด้วย” นับว่าเป็นวิธีที่ได้ผลยิ่ง

การทักทาย

1. กัมภีระพร้อมกับยิ้ม ผู้ที่ทำงานในโรงแรมและภัตตาคารตั้งแต่ระดับผู้จัดการใหญ่ ไปจนถึงพนักงานบริการ จำเป็นต้องทักทายแขก แต่สภาพที่ทุกอย่างต้องดำเนินไปด้วยความรวดเร็วอย่างนี้ทุกวัน การทักทายจึงรวบรัดเป็นเพียงการกัมภีระเท่านั้น ในที่นี้จะพูดถึงการกล่าวคำทักทาย และการตอบรับที่ถูกต้อง ในการรับส่งแขกนั้น โดยทั่วไปจะต้องกล่าวคำที่เหมาะสม กระตือรือร้น ให้ความรู้สึกอบอุ่น คำพูดเหล่านี้ควรจดจำไว้ใช้ ตัวอย่างเช่น “ยินดีต้อนรับค่ะ” (ใช้เวลาต้อนรับแขก) “ขอบคุณที่ใช้บริการของเรา ขอให้เดินทางโดยสวัสดิภาพนะค่ะ (ครับ)” (ใช้เวลาส่งแขก) เวลาพูดหากกัมภีระพร้อมกับยิ้มด้วยจะน่าประทับใจกว่าพูดอย่างขอไปที (หลักการพื้นฐานของงานบริการโรงแรม, ม.ป.ป.)

2. มารยาทที่ควรปฏิบัติ พนักงานโรงแรมมักจะต้องเดินสวนทางกับแขกตามทางเดินในล็อบบี้ และในลิฟท์อยู่เสมอ สภาพเช่นนี้ควรจะกล่าวคำทักทายแขก เวลาเดินทางควรจะเดินชิดซ้าย โรงแรมบางแห่งจะมีระเบียบห้ามพนักงานเดินตรง

กลางทางเดิน เมื่อแขกเดินตรงมาใกล้ควร กล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ (ครับ)” แล้วก็ไม่ต้องพูดอะไรอีก พนักงานหญิงที่กำลังทำความสะอาด ห้องพัก หรือพนักงานที่ต้องเดินผ่านไม่จำเป็นต้องหยุดทำงานเพื่อทักทายแขก แต่จะทำงานไป พร้อมกับกล่าวคำทักทายไปด้วยก็ได้ แต่ถ้าเป็นแขกคนสำคัญควรจะหยุดทำงานหรือหยุดเดินเพื่อ กล่าวคำทักทายเป็นการแสดงความเคารพเป็นพิเศษ โรงแรมที่ดีจะต้องให้ความสำคัญต่อเรื่อง มารยาทเป็นอย่างมาก โรงแรมที่ก้าวไม่ถึงระดับแนวหน้านั้น ที่สำคัญมักเป็นเพราะผู้บริหารละเลย ต่อการอบรมมารยาทให้แก่พนักงาน (หลักการพื้นฐานของงานบริการโรงแรม, ม.ป.ป.)

2.1 การทักทายสร้างความประทับใจต่อแขก เมื่อแขกผ่านประตูโรงแรมหรือ ภัตตาคาร เข้ามาก็ได้ยินคำทักทายอย่างเป็นกันเองว่า “ยินดีต้อนรับค่ะ (ครับ)” พร้อมกับเห็น พนักงานบริการ และแชนเซียร์ยืนต้อนรับทักทาย แยกจะเกิดความรู้สึกประทับใจต่างไปจากอยู่ใน โรงแรมหรือ ภัตตาคารอื่นที่ขาดส่วนนี้ การต้อนรับและทักทายแขกในเวลาอาหารเช้าซึ่งเป็นช่วงที่ แยกมีอารมณ์ ดีเป็นพิเศษ จะทำให้แขกรู้สึกว่าวันนี้ทุกอย่างคงจะผ่านไปอย่างราบรื่น ยิ่งได้ฟังเสียง ทักทายรื่นหู จากพนักงานบริการหลาย ๆ คนก็ยิ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นพิเศษ

2.2 การปฏิบัติต่อแขกทุกคนอย่างเสมอหน้า พนักงานบริการบางคนมักจะเคารพแขก ที่ ตนชอบและเอ็นชาคต่อแขกที่ตนไม่ชอบ บางคนกระตือรือร้นต่อแขกที่เป็นหญิงสาวสวยเป็นพิเศษ และเฉยเมยไม่เอาใจใส่แขกผู้ชาย หรือคนแก่บางคนยังเลือกนอบน้อมต่อแขกที่เป็นชาวตะวันตก แต่แจ้งกร้าวต่อแขกที่เป็นนิโกร หรือชาวเอเชีย สภาพที่พนักงานบริการปฏิบัติต่อแขกอย่างไม่เสมอ หน้าเช่นนี้ มักจะพบเห็นบ่อย ๆ จำเป็นต้องแก้ปัญหาเหล่านี้ให้หมดสิ้นและจริงจัง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือ คุณลักษณะส่วนตัวและคุณลักษณะทางอาชีพ ผู้ที่มีคุณลักษณะส่วนตัวที่เหมาะสมกับงาน บริการควรเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดีและมีจิตสำนึกในการ

ให้บริการ (Service Mind) เป็นต้น ส่วน คุณลักษณะทางอาชีพเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นใน งาน เช่น ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และ ความสามารถ (Abilities) เป็นต้น

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ “คุณภาพ” และ “บริการ” ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ ให้ความหมายของแต่ละคำไว้ ดังนี้ คำว่า “คุณภาพ” (Quality) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการรับรู้ของ ลูกค้าในการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนคำว่า “บริการ” (Service) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยที่คน ๆ หนึ่ง หรือ องค์กรหนึ่งตอบสนองความต้องการของคนอีกคนหนึ่ง เพื่อให้ได้รับความสุข ความสบายหรือความ พึงพอใจ

ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของคำว่าคุณภาพ และคำว่าบริการไว้ที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

Dickens (1994, p. 15) กล่าวว่า คุณภาพ คือ คุณลักษณะของความเป็นเลิศที่ปราศจาก ความบกพร่อง และสามารถตอบสนองความต้องการ หรือเกิดประโยชน์กับลูกค้า

ณัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์ (2549 น. 12) กล่าวว่า คุณภาพ คือ สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้ารู้สึก พึงพอใจ และพุดถึงอยู่เสมอเมื่อ ได้ใช้สินค้าและบริการ

คณีย์ เทียนพุ่ม (2543, น. 26) กล่าวว่า คุณภาพ คือ กระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

Kotler (2000, p. 428) กล่าวว่า การบริการ คือการกระทำที่หน่วยงานหนึ่ง หรือ บุคคลหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่ง หรือบุคคลอีกคนหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551, น. 13) กล่าวว่า การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

คณีย์ เทียนพุ่ม (2543, น. 11, 73) กล่าวว่า การบริการ คือ การให้ทั้งรูปธรรม และนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน และกล่าวเพิ่มเติมไว้อีกว่า การบริการในเชิงการตลาดเป็นคุณค่าเสริมของตัวสินค้า เป็นคุณค่าสำคัญของสินค้า และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญกว่าตัวสินค้า ซึ่งคำว่า “บริการ” (Service) ประกอบด้วยตัวอักษรที่สื่อความหมายดังนี้

S = Service Mind คือ คัดคนที่มีจิตใจอยากจะให้บริการ

E = Exceed Customer Expectation คือ เข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าด้วยบริการที่เหนือกว่า

R = Reprocess คือ การปรับกระบวนการให้รวดเร็ว สั้น และดีกว่าเดิมอยู่ตลอดเวลา

V = Vision คือ วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

I = Information Technology คือ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองลูกค้า

C = Cycle Time คือ บริการที่ชนะด้วยเวลา

E = Empowerment คือ ทีมงานที่มีอำนาจในการสั่งการตนเอง

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542, น. 6) กล่าวว่า การบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม หรือการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้ หรือส่งมอบต่อให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น

สมชาติ กิจยรรยง (2545, น. 11) กล่าวว่า การบริการ คือ การช่วยเหลือ หรืออนุเคราะห์ หรือให้ความสะดวก รวมถึงกิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่น ตามหน้าที่การงาน หรือเพื่อประโยชน์ หรือความพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

และมีผู้กล่าวเกี่ยวกับความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้หลายแนวคิด ดังนี้

Gronroos (1982), Smith and Houston (1982) และ Parasuraman et al. (1988) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service

Quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (Expectation - WHAT THEY WANT) กับการรับรู้ (Perception - WHAT THEY GET)

Lewis and Bloom (1983) ได้ให้นิยามของคุณภาพการให้บริการไว้ว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ดีเพียงใด เพราะฉะนั้นการส่งมอบ

บริการ ที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Gronroos (1990, p. 17) ให้นิยามว่าคุณภาพการให้บริการนั้นสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ จากการบริการ โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

Crosby (1988, p. 15) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ “Service Quality” เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง ซึ่งตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

Buzzell and Gale (1987) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมาก และมีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่เราเรียกกันทั่วไปว่า “ลูกค้า”

Schmenner (1995) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการ หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการที่ได้รับติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการก็จะบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

Lovelock (1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

Zineldin (1996) ได้เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้นๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ

Wisher and Comey (2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีแนวการศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (Superiority of the Service)

วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543, น. 14-15) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการคือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, น. 66) ได้เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึง

พอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับ แตกต่างกันไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เป็นผลมาจากการ ประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ จากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก ซึ่งพาราซูรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับ ความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงไร และข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง

คุณภาพการบริการสามารถจำแนกคุณภาพเป็น คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) และคุณภาพที่ประทับใจ (Attractive Quality) คุณภาพที่ต้องมี คือ สิ่งที่ถูกคาดหวังหากไม่ได้รับจะเกิดความไม่พึงพอใจ ส่วนคุณภาพที่ประทับใจ

คือ สิ่งที่เกิดความคาดหวังของลูกค้าที่หากไม่ได้รับ ก็จะไม่รู้สึก แต่เมื่อได้รับแล้ว จะรู้สึกประทับใจ การพัฒนาคุณภาพจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพ ที่ต้องมีเป็นอันดับแรก และ จัดให้มีคุณภาพที่ประทับใจหากเป็นไปได้

อาจจำแนกคุณภาพบริการออกเป็นมิติต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ความรู้ความสามารถ (Competency) ของผู้ให้บริการ
2. ความเหมาะสม (Appropriateness) ของการให้บริการเป็นการปฏิบัติตามข้อบ่งชี้ หรือความสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ
3. ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของการให้บริการ ได้แก่ การที่ผู้ป่วยรอดชีวิต หายจากการเจ็บป่วย ไม่มีความพิการ
4. ประสิทธิภาพ (Efficiency) ของการให้บริการ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
5. ความปลอดภัย (Safety) ได้แก่ การที่ไม่เกิดอันตรายหรือภาวะแทรกซ้อน
6. การเข้าถึงบริการหรือมีบริการให้เมื่อจำเป็น (Accessibility)
7. ความเท่าเทียมกันในการรับบริการ (Equity)
8. ความต่อเนื่อง (Continuity)

พิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ (2541, น. 17) ได้กล่าวถึง คุณภาพการบริการไว้ว่า บริการที่ดี หรือ มีคุณภาพนั้นจะต้องไม่ทำให้ผู้รับบริการเสียเวลาในการรอคอยนาน ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการทักทายโอบาปราศรัยและเป็นกันเองกับผู้รับบริการหรือที่ว่า “หน้าไม่อโรไม่นาน วาจาไพเราะ เสนาะหู” นอกจากนี้เกณฑ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม หรือสถานที่ให้บริการที่เรียกว่า “รส” คือ แสง สี เสียง สะอาด และสะดวก ซึ่งหมายความว่าสถานที่ให้บริการจะต้องมีแสงสว่างที่เพียงพอ หรือเหมาะสม สถานที่ให้บริการจะต้องมีสิ่งที่สอดคล้องกับชนิดของบริการ

ศุมนยา อยู่โพธิ์ (2544 น. 7 - 8) กล่าวว่า การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป คือ จับต้องไม่ได้ แยกออกจากกันไม่ได้ แตกต่างกัน และเป็นความต้องการที่สูญเสียได้ง่าย และขึ้นลงมากตามฤดูกาล

อรุณทิพย์ วรชิวัน (2545, น. 11) กล่าวเพิ่มเติมว่า การบริการมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

ดังนั้น คุณภาพการให้บริการ จึงหมายถึง การตัดสินจากข้อเปรียบเทียบ ระหว่างสิ่งที่ลูกค้า หรือผู้รับบริการคาดหวัง กับสิ่งที่ได้รับว่าเป็นไปในแนวทางเดียวกันหรือไม่ ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่ ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการ” ที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากก็คือ แนวคิดของซีส์ทามล์ (Zeithaml) และคณะ ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ โดยการวิจัยทางการตลาด และสร้างรูปแบบของคุณภาพการบริการ (Service Quality Model) โดยมีมิติที่ใช้ในการประเมิน

คุณภาพการบริการนั้น วัดจากการรับรู้ต่อบริการของผู้รับบริการว่าเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เพียงใด โดยมีมิติที่ผู้รับบริการใช้ประเมินคุณภาพในการบริการประกอบไปด้วย (รัชชา กุลวานิชไชยนันท์, 2535, น. 14 - 15)

- 1) สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากรและวัสดุในการติดต่อสื่อสาร
- 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ และมีความน่าเชื่อถือ
- 3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที
- 4) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถทักษะ ในการบริการที่ให้ และสามารถแสดงออกมาให้ผู้รับบริการประจักษ์ได้
- 5) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
- 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจและเชื่อถือได้ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ
- 7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียงโดยปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
- 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ
- 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจและรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้รับบริการ
- 10) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตนเอง

ทัศนคติในการให้บริการ

ทัศนคติในการให้บริการเป็นอุปนิสัยส่วนตัวของแต่ละบุคคล และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานด้านบริการได้ด้วย สำหรับคำว่า “ทัศนคติ” มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

จอร์ช และ โจนส์ (George & Jones, 1999, p.79 - 80) กล่าวว่า “ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ความเชื่อ และความคิด ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในการทำงาน”

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, น. 109) กล่าวสรุปไว้ว่า “ทัศนคติในการให้บริการ (Service Mind) เป็นทัศนคติที่อุตสาหกรรมบริการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงาน ตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการผู้อื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การ

ต้อนรับ ด้วย ไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น และต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ หรืออาจ หมายถึง การให้ที่จริงใจโดยไม่หวังผลตอบแทน”

S = Smile ต้องมีรอยยิ้ม

E = Enthusiasm ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า

R = Responsiveness มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า

V = Value ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า

I = Impression ให้บริการอย่างประทับใจ

C = Courtesy บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน

E = Endurance ความอดทน การเก็บอารมณ์

M = Make Believe มีความเชื่อ

I = Insist การยืนยัน / มีจุดยืนที่จะบริการลูกค้า

N = Necessitate การให้ความสำคัญ

D = Devote การอุทิศตน

พงศ์ หรดาล (2548, น. 42) กล่าวว่า “ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ทำที่ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของคนงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหาร กลุ่มคน องค์กร หรือสภาพแวดล้อมอื่น ๆ โดยการแสดงออกในลักษณะของความรู้สึก หรือทำที่ในทางยอมรับหรือปฏิเสธ”

สมิต สัจฉกร (2550, น. 23) กล่าวไว้ว่า “ทัศนคติในการให้บริการ (Service Mind) เป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ให้บริการอย่างมาก เนื่องจากทัศนคติ คือ ความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบ ที่มนุษย์เรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง”

Parasuraman (1985) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) มีโมเดลการบริการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ดีในการกำหนดเป้าหมาย หรือทิศทางสร้างการบริการที่มี

คุณภาพคือ โมเดล SERVQUAL ของ Parasuraman ซึ่งระบุด้าน หรือมิติที่สำคัญ ๆ ซึ่งก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของผู้รับบริการว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพไว้ 5 ด้าน หรือที่เรียกว่า RATER

Lovelock & Wright (2002) กล่าวว่า เลิฟร็อค และไรท์ ได้ทำการวิจัยมิติคุณภาพการให้บริการซึ่งใช้องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้านในการวัดความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้า เพื่อเป็นหลักในการประเมินคุณภาพการบริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ RATER ของ Parasuraman ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

2. ความมั่นใจของผู้บริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์ หรือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ให้ผู้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

4. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร ความเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

5. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที่ที่ ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ เมื่อมีความต้องการในรูปแบบที่ต้องการ ดังนั้น จึง

ต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่างๆ เหล่านี้ ประการแรก คือ ความเชื่อถือได้ อันประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพอใจ ประการที่สอง คือ การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ และการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่องปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ประการที่สาม คือ ความสามารถ ประกอบด้วยความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ ประการที่สี่ คือ การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการเข้าใช้ หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก ประการที่ห้า คือ ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ และให้การต้อนรับที่เหมาะสม

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นความปรารถนาและความมุ่งหวังของบุคคลที่มีความเชื่อว่าหากได้ใช้ความพยายามในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเต็มที่และประสบความสำเร็จแล้ว จะได้รับผลตอบแทนตามที่เขาหวังไว้ ดังนั้นจึงมีการให้ความหมายของความคาดหวังไว้ ดังนี้

พัชรินทร์ คำภิชัย (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความเชื่อของมนุษย์ที่มีอยู่ในตัวบุคคลทุกคนที่ตั้งใจทำอะไรแล้วจะมีความคาดหวังว่าคงได้รับผลตอบแทนอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำนายไว้ ทั้งนี้เพื่อเป็นกำลังใจที่จะนำไปสู่ความภาคภูมิใจของตนเองตามความสามารถที่มีอยู่ของบุคคลนั้น ๆ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับภาระและกลยุทธ์ในการใช้สติปัญญาที่มีเป้าหมาย

เนาวรัตน์ แยมแสงสังข์ (2542) กล่าวว่า ความคาดหวังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนเป็นตัวกำหนดว่าการกระทำอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลอย่างหนึ่งที่บุคคลมุ่งหวังให้เป็นเช่นนั้น และความคาดหวังจึงเป็นเสมือนสิ่งกระตุ้นจากภายในที่เป็นส่วนหนึ่งของความรู้สำนึกของแต่ละคนอันเป็นพื้นฐานของความเชื่อและค่านิยมของตน

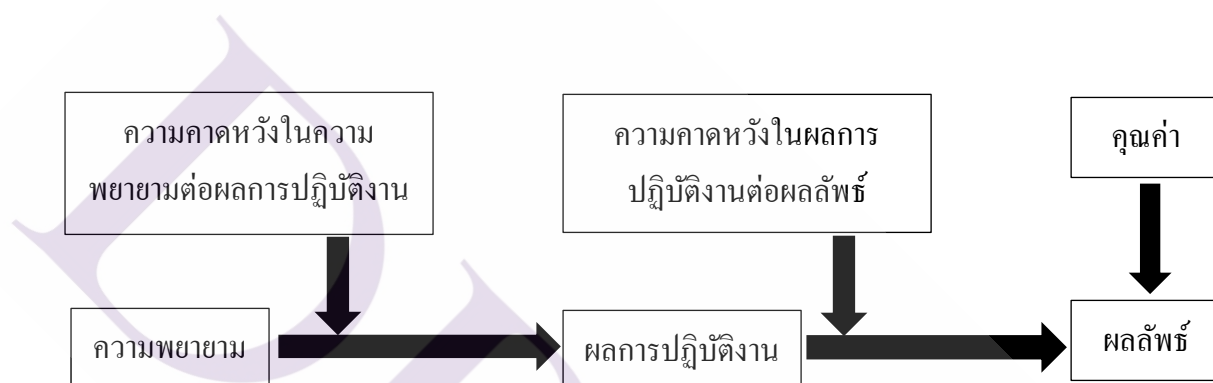
อ่ำไพ จันทร์เงิน (2544) กล่าวว่า บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังไว้นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

Vroom (1994, p. 331) ได้อธิบายทฤษฎีความคาดหวังไว้ว่า เป็นทฤษฎีที่พยายามคาดการณ์หรืออธิบายถึงระดับกำลังภายในที่บุคคลอุทิศให้กับงาน และเชื่อว่าแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลถูกกำหนดโดยความเชื่อของบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างความ

พยายามและผลการปฏิบัติงานและการเห็นความสำคัญของผลลัพธ์ต่าง ๆ ที่ได้จากความพยายามในระดับต่าง ๆ กัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

Vroom (1994) ได้กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังว่าจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความคาดหวังในความพยายามต่อผลการปฏิบัติงาน 2) ความคาดหวังในผลการปฏิบัติงานต่อผลลัพธ์ และ 3) ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ ซึ่งบุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานหรือไม่ขึ้นอยู่กับพิจารณาองค์ประกอบทั้งสามภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด ดังภาพ



ภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อผลการปฏิบัติงาน เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการไว้ล่วงหน้าว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดในการที่จะแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงาน อย่างใดอย่างหนึ่งว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ถ้าได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถของตนเองร่วมกับความพร้อมอื่นๆ ตามสถานการณ์ในขณะนั้น และถ้าคาดการณ์หรือประมาณการพบว่ามีความพร้อมเพียงพอบุคคลจะตัดสินใจแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานขึ้นนั้นด้วยความ พยายามดังกล่าว แต่ถ้าพบว่างานนั้นยากเกินไป ตนเองไม่มีความสามารถเพียงพอ ขาดทรัพยากร หรือสิ่งสนับสนุนที่สำคัญ บุคคลอาจตัดสินใจไม่แสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานขึ้นนั้น ดังนั้น งาน ความพร้อมของสิ่งแวดล้อมการทำงานและความสามารถของตนเองที่มีอยู่จึงเป็นตัวจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการทำงาน

2. ความคาดหวังในผลการปฏิบัติงานต่อผลลัพธ์ เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานว่า ถ้าได้แสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงานขึ้นนั้นแล้ว ด้วยความพยายามอย่างเต็มที่จะได้ผลลัพธ์อย่างไรกับตนเอง ผลลัพธ์ที่ได้ขึ้นก่อนให้เกิด

ผลดีและผลเสียต่อตนเองอย่างไรบ้าง คุ่มค่าหรือไม่ ผลลัพธ์หรือรางวัลที่ได้รับนี้รวมถึงรางวัลภายนอกที่เป็นรูปธรรมชัดเจน เช่น เงิน ค่าชมเชย การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น และรางวัลภายในที่เป็นนามธรรม เช่น ความรู้สึกเป็นสุข อิ่มเอิบใจในความสำเร็จของชีวิต ดังนั้นผลลัพธ์จึงเป็นตัวจูงใจสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรม

3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัลจากการทำงานชิ้นนั้นๆ เมื่อได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถของตนเองแล้วบุคคลจะมีความคาดการณ์หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์แตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล ถึงแม้ว่างานที่ทำนั้นจะมีลักษณะงานเช่นเดียวกันกับคนอื่นก็ตาม ถ้าเมื่อใดบุคคลมีความคาดการณ์หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์ไว้มากก็จะเป็นรางวัลที่มีค่าสูง แต่ถ้าน้อยก็จะเป็นรางวัลที่มีคุณค่าต่ำ ดังนั้นรางวัลที่มีคุณค่าสูงจะเป็นตัวจูงใจให้บุคคลตัดสินใจแสดงพฤติกรรมหรือลงมือทำงาน

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2542, น. 21) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้านั้นจะ เกิดขึ้นจาก 7 ข้อ ต่อไปนี้

1. ชื่อเสียงขององค์กรหรือคำร่ำลือต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กร
2. บุคคลที่คอยให้บริการหรือพนักงาน เช่น การแต่งตัว หรือการพูดจา
3. ตัวของบริการหรือสินค้า เช่น แบรินด์ของโรงแรมต่าง ๆ ที่ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ
4. ราคาของการบริการนั้น ๆ ว่าเหมาะสมหรือไม่
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้นเมื่อลูกค้าเข้าไปใช้บริการ
6. คุณภาพหรือมาตรฐานของตัวลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของบริการหรือสินค้านั้นๆ และปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความคาดหวังของผู้ใช้บริการ คือ (วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2542, หน้า 21)

1. ชื่อเสียงของบริษัท/ ภาพพจน์/ และการกล่าวถึง
2. ผู้ให้บริการ (รูปร่าง/ การแต่งกาย)
3. ตัวสินค้า/ การบริการ
4. ราคาของการบริการ/ คุณค่าของการบริการ
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐาน/ คุณภาพของผู้ให้บริการ
7. ข้อมูล/ ข่าวลือ

สมิต สัจฉกร (2546, น. 81, น. 216 - 219) กล่าวว่าความคาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการพบ/ เห็นในสิ่งที่สวยงาม ดังนั้นการให้บริการที่ดีนั้นหากผู้ให้บริการประทับใจเมื่อแรกเห็นความคาดหวังของผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจอาจมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง

ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจ และอาจมีการแสดงออกทางอาการหรือไม่แสดงออกทางอาการได้ ผู้ให้บริการต้องรับรู้ด้วยตนเองจึงมีการจำแนกความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. สิ่งที่เห็นได้ ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีความทันสมัย
2. ความรู้สึกโดยรวม ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะได้รับการต้อนรับและการดูแล รวมถึงการแสดงกิริยานอบน้อมที่ดูดีอยู่เสมอ
3. การตอบสนอง ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะมีความเต็มใจให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง เมื่อต้องการได้รับความสะดวกสบายก็คาดหวังว่าจะต้องได้รับอย่างทันท่วงทีและต้องได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด
4. การให้หลักประกัน ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะมีความรู้ในการได้รับบริการอย่างแท้จริง โดยคาดหวังว่าผู้รับเรื่องหรือปัญหานั้นจะสามารถแก้ปัญหาโดยผู้ให้บริการจะสามารถพูดอย่างเปิดเผยด้วยความจริงใจ และหวังว่าจะช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์
5. ความเชื่อถือได้ ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะปฏิบัติตามสัญญา ด้วยการให้บริการที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว ด้วยการยึดมั่นในการให้คำสัญญาที่จะให้บริการในเรื่องต่าง ๆ อย่างแท้จริง

อาจเห็นได้ว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องคำนึงว่าตนเองมีการบริการอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจที่สุด เพราะสิ่งที่ทำเหล่านี้จะเป็นการวัดถึงการบริการที่คุ้มค่า สมราคา และหากเกิดการชื่นชมก็ทำให้เกิดสิ่งดี ๆ เหนือความคาดหวังยิ่งขึ้นไปอีก

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ในความคาดหวังบางครั้งลูกค้าจะนำประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าประสบพบเจอมาปะปนมาด้วยความคาดหวัง เช่น เมื่อลูกค้าเคยมีประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ จากการได้รับบริการในอดีตมาและเมื่อได้มารับบริการที่เป็นมาตรฐานปัจจุบันก็อาจจะทำให้ความคาดหวังของลูกค้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ และอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจตามมาได้นั่นเอง

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และความพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ฉัตรชัย คงสุข (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สง่า ภูธรรงค์ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

นภารัตน์ เลืองงพुरु (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และรวบรวมไว้ดังนี้

Shelly M. W. (1975) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ตรีษทิม (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่ง บอก

ทิศทางของผลการประเมินว่าเป็น ไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา คือ
 เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น

สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541) ได้สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิด
 ความพึงพอใจ มีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่
 ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการ
 ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆที่สนองความ
 ต้องการ ของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันที่
 มิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็น
 ความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและ
 มีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ปริยากร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535) ได้สรุปว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็น เครื่องมือ
 บังคับปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่
 เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ
 เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านงาน (Factor in the Job) ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน
 ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์
 เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านการจัดการ (Factors Controllable by Management) ได้แก่ ความมั่นคงใน
 งานรายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อน
 ร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน
 เป็นต้น

ภนิตา ชัยปัญญา (2541 น. 11) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ได้รับ
 ความสำเร็จตามมุ่งหวัง และความต้องการ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่
 ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวัง หรือมี
 ความ ตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้าม อาจ

ผิดหวัง หรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย ประสิทธิภาพที่แต่ละบุคคลได้ตั้งไว้ตามเกณฑ์ (Criteria) ของตน รวมทั้ง การตัดสินใจ (Judgment) ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบการบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

มณีวรรณ ต้นไทย (2553 : 66 - 69) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้

ทำการศึกษา ค้นคว้า ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และรวบรวมไว้ ดังนี้

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่ เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะ ดึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจาก ความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำใน ช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับนิยามมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และ ทฤษฎีของซิกมันด์ فروยด์

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H. Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดย ความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือ จากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม
5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self - Actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป มาสโลว์ยังพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในเรื่อง ความต้องการตามลำดับขั้น (Pyramid of Requirements หรือ Hierarchy of Needs) ขึ้นในปี 1943 โดยมีสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้ (Maslow, 1954, p. 253 - 258)

1. มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการในระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะทำให้ความสำคัญกับความต้องการในลำดับนั้นน้อยลง แต่จะพยายามเพื่อให้ได้ความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป
2. ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน และความต้องการเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในเวลาใดเวลาหนึ่ง
3. ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะทำให้แสดงพฤติกรรมที่จะผลักดันให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น
4. มีหลายวิธีการที่จะทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจต่อความต้องการในระดับสูงมากกว่าความต้องการในระดับต่ำ

มาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ตั้งแต่ระดับต่ำสุดถึงระดับสูงสุด เป็น 5 ขั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางร่างกายขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ความ

2. ต้องการทางเพศ เป็นต้น มนุษย์จะมีความต้องการใน ลำดับถัดไปเมื่อความต้องการระดับกายภาพได้รับการตอบสนองแล้ว ดังนั้น ในขั้น

3. แรกองค์กร จะต้องตอบสนองความต้องการของพนักงาน โดยการจ่ายค่าจ้างและผลตอบแทนเพื่อให้พนักงาน สามารถนำเงินไปใช้จ่ายเพื่อแสวงหาสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของแต่ละคน

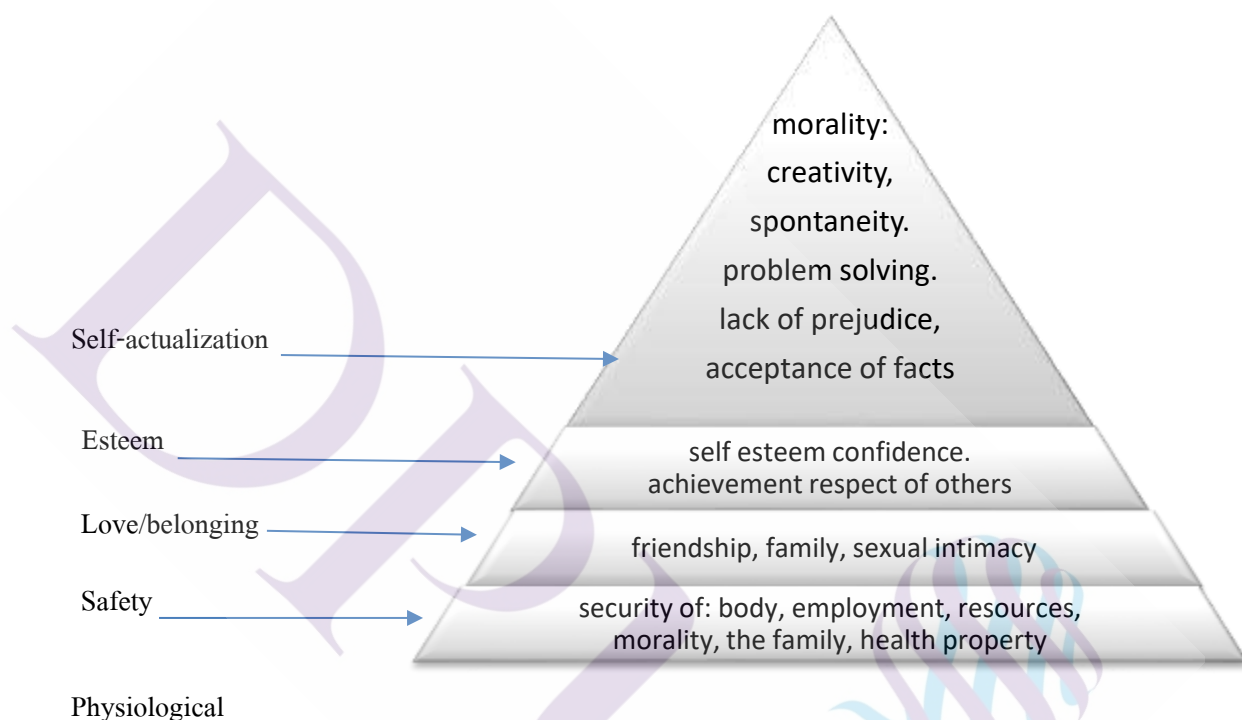
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อความต้องการด้าน ร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย และความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี เป็นต้น ส่วนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานมั่นคง การทำงานที่มีหลักประกันอย่างเพียงพอจะมีผลต่อการตัดสินใจในการทำงานต่อไปอันจะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลาออกจากงานหรือการพิจารณาเลือกงานใหม่ แต่ตราบดีที่ความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่จะได้รับความมั่นคงปลอดภัยก็ค่อนข้างน้อย

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อความต้องการทั้ง 2 ประการ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับที่สูงกว่าจะเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความต้องการการยอมรับในผลงาน ความเอื้ออาทร ความเป็นมิตรที่ดีความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้โดยการให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ให้ลูกจ้างทำงานเป็นกระบวนกลุ่ม (Group Process) และมีลักษณะเป็นการร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) ในการทำงานมากกว่าที่จะมุ่งการแข่งขัน (Competition) ตลอดจนองค์กรต้องมองเห็นคุณค่าของบุคลากรยอมรับความคิดเห็นของเขาเหล่านั้นด้วยการยกย่องชมเชยเมื่อมี โอกาสอันควร

4. ความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม (Esteem Needs) หมายถึงถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระ และ เสรีภาพในการทำงาน ตลอดจนต้องการมีฐานะเด่นและเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย การมีตำแหน่งสูงในองค์กรหรือการที่สามารถใกล้ชิดบุคคลสำคัญๆ ล้วนเป็นการส่งเสริมให้ฐานะ ของบุคคลเด่นขึ้นทั้งสิ้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้ง 4 ระดับแล้ว มนุษย์จะทำงานเพื่องาน คือ อยากรู้ว่าตนมีศักยภาพแค่ไหน และพยายามพัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การทำงานเกิดจากสนใจและรักในงานที่ทำ และทำเพราะได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนให้ถึงจุดสูงสุด ดังที่แสดงในภาพ

Pyramid of Requirements



ภาพที่ 2.2 การแบ่งความต้องการตามลำดับชั้นในทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

มาสโลว์ได้จำแนกความต้องการทั้ง 5 ชั้น ของมนุษย์เป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (Lower-order) ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความมั่นคง สำหรับความต้องการในระดับสูง (Higher - order Needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการได้รับการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ซึ่งความแตกต่างของความต้องการทั้ง 2 ระดับ คือ ความต้องการในระดับสูงเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ขณะที่ความต้องการในระดับต่ำเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากภายนอก เช่น ค่าตอบแทน

ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากกว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ซารินี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ทำให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือ ความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นทรศณะของความพึงพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทรศณะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

Michael Beer (1965 อ้างถึงใน สมศิริ นิสิตศิริ, 2548) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยคำว่า VIE

V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง

ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลนั้นก็จะได้ความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งอาจจะแสดงออกมาในรูปแบบของสมการได้ ดังภาพ



ภาพที่ 2.3 แสดงสมการของแรงจูงใจ

จากสมการ หมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติองค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหวังไว้ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่มีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกันถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่มีความรู้สึกพอใจก็จะต่ำไปด้วย

ริววรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อธิบายแนวคิดของ Kotler (1997) ไว้ว่าเป็นความรู้สึกหลังจากการใช้บริการเป็นการเปรียบเทียบว่าการบริการนั้นมีประสิทธิภาพเช่นไร ถ้าผลที่ออกมาตรงกับความต้องการของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ออกมาไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าก็จะทำให้ไม่เกิดความพึงพอใจนั่นเอง

จอห์น ดี มิลเล็ต (John D. Millett, 1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานะคนที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนควรจะได้รับบริการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับบริการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พร้อมให้แก่ผู้รับบริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม และมีผลให้เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรง เวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จอห์น ดี มิลเล็ต (John D. Millet, 1954, p. 397 - 400) ยังได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม
2. ความเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

Aday และ Andersen (1974) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน 6 ประเภท เกี่ยวกับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มารับการบริการและเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นมีบริการที่ดี หรือ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมีทั้งหมด 6 ข้อด้วยกัน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่รับจากการเมื่อไปใช้บริการ แบ่งเป็น
 - 1.1) การที่ลูกค้าใช้เวลารอคอยต่อการรับบริการในสถานที่รับบริการ
 - 1.2) การได้รับบริการเมื่อลูกค้ามีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
 - 1.3) ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับต่อสถานที่บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ
- 2) ความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารหรือประสานงานของผู้ให้บริการ แบ่งเป็น
 - 2.1) ลูกค้าสามารถขอรับบริการตามความต้องการของลูกค้า
 - 2.2) ผู้ให้บริการมีความสนใจ เอาใจใส่ในตัวลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ
 - 2.3) ผู้ให้บริการมีการติดตามผล หลังจากลูกค้ามารับบริการ
- 3) ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับจากการมาใช้บริการ
- 4) ความพึงพอใจต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ให้บริการเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ มีทัศนคติที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาสุภาพ ความห่วงใยต่อผู้มาใช้บริการ เป็นต้น
- 5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก่อนที่จะมาใช้บริการ
- 6) ความพึงพอใจต่อราคาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อลูกค้าต้องจ่ายเงินว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ต่อคุณภาพการบริการและราคาสามารถรับได้หรือไม่

วิธีการวัดความพึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2549 น. 8 - 12) อธิบายว่า วิธีวัดความพึงพอใจว่า โดยทั่วไปสามารถวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีวัดความพึงพอใจจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เกี่ยวกับบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านที่ได้รับจากผู้ให้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาเป็นระยะเวลาอันนานพอที่จะประเมินคุณภาพของบริการที่ได้รับในแต่ละด้านได้

2. วิธีวัดความพึงพอใจจากข้อมูลที่สามารถสะท้อนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นสำหรับวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อความรวดเร็วในการให้บริการฝากหรือถอนเงินจากธนาคาร เกณฑ์ที่ตั้งขึ้นในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝากหรือถอนเงิน คือ สอบถามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ให้บริการแต่ละรายได้รับ บริการเสร็จผู้บริโภคมักจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับ การตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิด การสื่อสารแบบปากต่อปาก แต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, น. 39) กล่าวถึง การวัดความพึงพอใจต่อการบริการว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอร่วมความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดค่า ให้เลือกตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัด และมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกตเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอนจึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้ถูกต้อง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจะเกิดความรู้สึกที่เป็นสุข และความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ด้านคุณลักษณะของพนักงานโรงแรม

เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการเสริมสร้างคุณภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า โรงแรม 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติต่อพนักงานบริการส่วนหน้า ศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้างานแผนกบริการส่วนหน้าต่อความมีคุณภาพของพนักงานบริการส่วนหน้า เสนอแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้างานแผนกบริการส่วนหน้า โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่เป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด แต่ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่เป็นด้านการดูแล เอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า เมื่อลักษณะประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

พิไลวรรณ ชมภูป้อ และธนิดา ลครศรี (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกศึกษา พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมอิสระ ระดับ 3 - 5 ดาวที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย พื้นที่ศึกษาในเขตจังหวัด กรุงเทพมหานครทั้งหมด 65 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมที่เป็นสมาชิกทั้งหมด

พบว่า ความเข้าใจความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชนชาติที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาเพื่อการปรับปรุงพัฒนา คุณภาพ/ ประสิทธิภาพในการทำงานคือ โรงแรมควรมีการเพิ่มความรู้อให้กับพนักงานต้อนรับส่วนหน้า ในเรื่องวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างและพฤติกรรมของลูกค้ำที่มีความหลากหลายของแต่ละชนชาติ เพื่อสร้างความเข้าใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ำที่มีความแตกต่างได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เสาวลักษณ์ นายรุ่ง (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรมเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับสมรรถนะของบุคลากรโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในภาพรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) ระดับสมรรถนะของบุคลากรธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับสมรรถนะของบุคลากรโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 และระดับสมรรถนะของบุคลากรโรงแรมเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า ควรได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานอยู่เสมอ ตลอดจนการจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความรักความสามัคคี มีการสอนงานจากหัวหน้างานอย่างต่อเนื่อง มีการประเมินการทำงานตามระยะเวลาที่กำหนด การมีสวัสดิการที่ดี เป็นต้น

พิชญญา วัฒนรังสรรค์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาว ย่านสยามสแควร์ โดยใช้แบบสอบถามกับพนักงานจำนวน 218 คน และสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 3 คน พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (1) ควรมีการมอบอำนาจการตัดสินใจ ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และวิเคราะห์สาเหตุและกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาเรื่องความผิดพลาดในการทำงานอย่างเป็นระบบ (2) ควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานให้มีความชัดเจนและถ่ายทอดเป้าหมายนั้นไปยังพนักงานทุกคนอย่างเหมาะสม และ (3) ควรปรับปรุงวิธีการทำงานให้พนักงานแต่ละตำแหน่งสามารถทำงานทดแทนกันได้ ในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมพบปัญหาอุปสรรค 4 ด้าน ได้แก่ (1) การให้บริการของพนักงานต่อความต้องการของลูกค้ำ (2) ตำแหน่งความรับผิดชอบของพนักงาน (3) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และ (4) การรับพนักงานใหม่และนักศึกษาฝึกงาน โรงแรมแก้ไข้ปัญหา

ตั้งแต่ขั้นตอนการรับพนักงานใหม่รวมถึงนักศึกษาฝึกงาน โดยเน้นการฝึกอบรมเป็นหลัก ในปี 2558 เน้นเรื่องการให้บริการ ส่วนในปี 2559 เน้นเรื่องทักษะการติดต่อสื่อสารภาษาจีน

บัณฑิต กัลยา กนกอร ศิริฐิติ สยมภู อุณะพันธ์ และเกศณีย์ สัตตรัตนขจร (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรตามความต้องการของผู้บริหาร โรงแรมในจังหวัดลำปาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดลำปาง ที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า ผู้จัดการแผนกแม่บ้าน ผู้จัดการแผนกบริการอาหาร และเครื่องดื่ม ผู้จัดการทั่วไป และผู้จัดการแผนกบุคคล จำนวน 112 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนี้คือ แบบสอบถาม ร่วมกับแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงทั้งการเก็บแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงประสงค์ต่อพนักงาน ในด้านพุทธิพิสัยคือความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ โดยรักษาระเบียบด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย ด้านจิตพิสัยคือความสามารถทำงานในสภาพสังคมที่หลากหลายได้เหมือนกันทุกแผนก ส่วนด้านทักษะพิสัยคืองานส่วนหน้ามุ่งเน้นในความสามารถในการทำงานร่วมกันระหว่างเพื่อนร่วมงานและลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารงานแม่บ้านต้องการบุคลากรที่มีความเป็นผู้มีความอดทนอดกลั้น รู้จักกาลเทศะ และผู้บริหารงานบริการอาหารและเครื่องดื่มมุ่งเน้น ความสามารถในการส่งเสริมการบริการ การขายสินค้า และการต้อนรับ และนอกจากคุณสมบัติข้างต้นแล้ว ผู้บริหารได้ให้ข้อคิดว่า พนักงานควรมีความรู้ตามตำแหน่งงาน มีภาษาดี บุคลิกภาพดี และเป็นผู้มีคุณธรรม และจริยธรรมร่วมด้วยด้านความพึงพอใจ

Teran-Arteaga & Uscanga-Medina (2011) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง Impact of Services Quality on Customer Satisfaction and Repeat Purchase Attributes in Hospitality Industry หรือ เรื่อง ผลกระทบของการบริการที่มีคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และการใช้บริการซ้ำในอุตสาหกรรมบริการ โรงแรม อุตสาหกรรมบริการโรงแรมทั่วโลกนั้นกำลังพบปัญหาที่ยากในการบริหาร การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ที่ถูกควบคุมโดยพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงแบรนด์ของลูกค้า ภายใต้สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน โรงแรมก็มีกฎพื้นฐานอยู่สองข้อคือการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนภายในอุตสาหกรรมนั้น คือ ราคาที่ต่ำ คุณภาพที่สูงและการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของลูกค้าต่อการบริการโรงแรมในประเทศเม็กซิโก ผู้วิจัยให้เหตุผลว่าความจงรักภักดีของลูกค้านั้น สามารถเกิดขึ้นได้จากการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าอย่างละเอียดการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อตอบสนองความคาดหวังเหล่านั้น และประเมินการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อยุทธศาสตร์การแข่งขันเป็นระยะ

A. George Assafa & Vincent Magnini (2012) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการวัด ประสิทธิภาพของโรงแรม: หลักฐานจากอุตสาหกรรมโรงแรมในสหรัฐอเมริกา (Accounting for Customer Satisfaction in Measuring Hotel Efficiency: Evidence from the US Hotel Industry) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญจากการให้บริการ แต่มักจะถูกกละเลยในการศึกษาประสิทธิภาพของโรงแรม การศึกษาครั้งนี้มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ไม่รวมความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจนำไปสู่ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในความหมายและการจัดอันดับของคะแนนประสิทธิภาพของโรงแรม การศึกษาครั้งนี้ได้รับผลคะแนนประสิทธิภาพของโรงแรมโดยใช้วิธีการสุ่มแบบ Stochastic Frontier ที่อยู่บนพื้นฐานของตัวอย่างที่สมดุลของกลุ่มโรงแรมชั้นนำในสหรัฐอเมริกา การศึกษาครั้งนี้มีการนำเสนอและเปรียบเทียบผลด้านประสิทธิภาพจากสองรูปแบบของการศึกษา รูปแบบแรก มีการรวมเอาคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า และรูปแบบที่สองไม่รวม คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า การศึกษามีการอภิปรายถึงความแตกต่างของคะแนน ด้านประสิทธิภาพระหว่างการศึกษารูปแบบสองรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีการอธิบายค่าคะแนนประสิทธิภาพของแต่ละกลุ่มเครือโรงแรมและให้คำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต

สมศิริ นิสิตศิริ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโรงแรม ดิอินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนรับบริการและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนลเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรก ดังต่อไปนี้ 1) ด้านการเข้าถึงลูกค้า คือ การเช็คอิน เช็คอินที่ลูกค้าไม่ต้องคอยนาน ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ การมีห้องอาหารไว้บริการแก่ลูกค้า 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการใช้คำพูดที่ไพเราะ ในขณะที่ความพึงพอใจหลังการรับบริการ คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ เช่นเดียวกัน 3) ความสามารถ คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการมีความชำนาญ ปฏิบัติงานได้ถูกต้องรวดเร็ว ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความรู้ความสามารถในการรับชำระเงินได้ถูกต้อง 4) ด้านความมีน้ำใจ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ทำที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ทำที่อ่อนโยนและเป็นมิตรเช่นเดียวกัน 5) ด้านความน่าเชื่อถือ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการมีความซื่อสัตย์ อดทนและรับผิดชอบ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้า ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมกับหน้าที่ 6) ด้านความไว้วางใจ คือ มีหลักฐานการรับที่ถูกต้องชัดเจนให้กับลูกค้า เช่น ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น ขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความซื่อสัตย์ ตรวจสอบนับ-ทอน

เงิน ได้ถูกต้องไว้วางใจได้ 7) ด้านการตอบสนองลูกค้า คือ ด้านพนักงานโรงแรมที่ให้บริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันทีทันใด ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ สามารถชำระค่าที่พักด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตได้ตามต้องการ 8) ด้านความปลอดภัย คือ ด้านโรงแรมมีความมั่นคง ปลอดภัย ในขณะที่ระดับความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตไม่มีการเรียกร้อยค่าใช้จ่าย 9) ด้านการสร้างบริการให้ลูกค้ารู้จัก คือ การใช้บริการที่พักได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพ สะดวก สะอาด ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้ ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานห้องอาหารที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และ 10) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า คือ โรงแรมพร้อมที่จะรับฟังข้อซักถามท้วงติง/ ร้องเรียนจากลูกค้า ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ โรงแรมมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงการบริการ

ภาสกร พวงผกา (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา โรงแรม ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากที่สุดช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิด เป็นร้อยละ 40.23 มีรายรับต่อเดือนน้อยกว่า 40,000 บาท มากที่สุดปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุดมีดังนี้ คือ 1. ด้านบุคลากรและการบริการของโรงแรม คือ การบริการที่จะได้รับจากโรงแรม 2. ปัจจัยความพึงพอใจภายในห้องพัก คือ ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในโรงแรม 3. ปัจจัยด้านห้องอาหาร คือ การได้รับอาหารที่มีคุณภาพและรสชาติดี 4. ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่จะได้รับความปลอดภัยสูงสุดจากการใช้บริการโรงแรม 5. ปัจจัยด้านส่วนการบริการสนทนาการฟิตเนส และสระว่ายน้ำ คือ การได้รับการบริการเสริมนอกเหนือจากการเข้าพักในโรงแรมเพียงอย่างเดียว 6. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ การรับรู้ข่าวสารโปรโมชันต่าง ๆ จากการโปรโมทผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร และจากเว็บไซต์สมาชิก

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศชายและหญิงอายุ 41-50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาสูงสุดสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 ส่วนใหญ่มีจำนวนเข้าพัก 1-3 ครั้ง/ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อติดต่อกิจการ/ ธุรกิจ จำนวน 164 คน คิดเป็น

ร้อยละ 54.7 มีผู้ร่วมเข้าพักคือ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีงบประมาณ 1,501-2,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีเหตุผลในการเลือกโรงแรม คือ ความสวยงามจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และคิดกลับไปใช้บริการ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 เพราะชอบที่บริการประทับใจ ความต้องการในด้านต่างๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา ที่จอดรถอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 สรุปว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีความสัมพันธ์กับความสวยงามของโรงแรม, มีที่จอดรถเพียงพอ, มีการให้บริการที่ประทับใจ, มีบริการซักรีด/ ซักแห้ง และมีฟิตเนส

นัทฐ์กมล หาญพาณิชย์ (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้ให้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรม พาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงลูกค้ำ (Access) ด้านความมีน้ำใจ (Courtesy) ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ด้านความปลอดภัย (Security) และด้านการตอบสนองลูกค้ำ (Responsiveness) ด้านความคาดหวัง

กัลยา สร้อยสิ่งห์ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการรับรู้แตกต่างกับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ และ 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

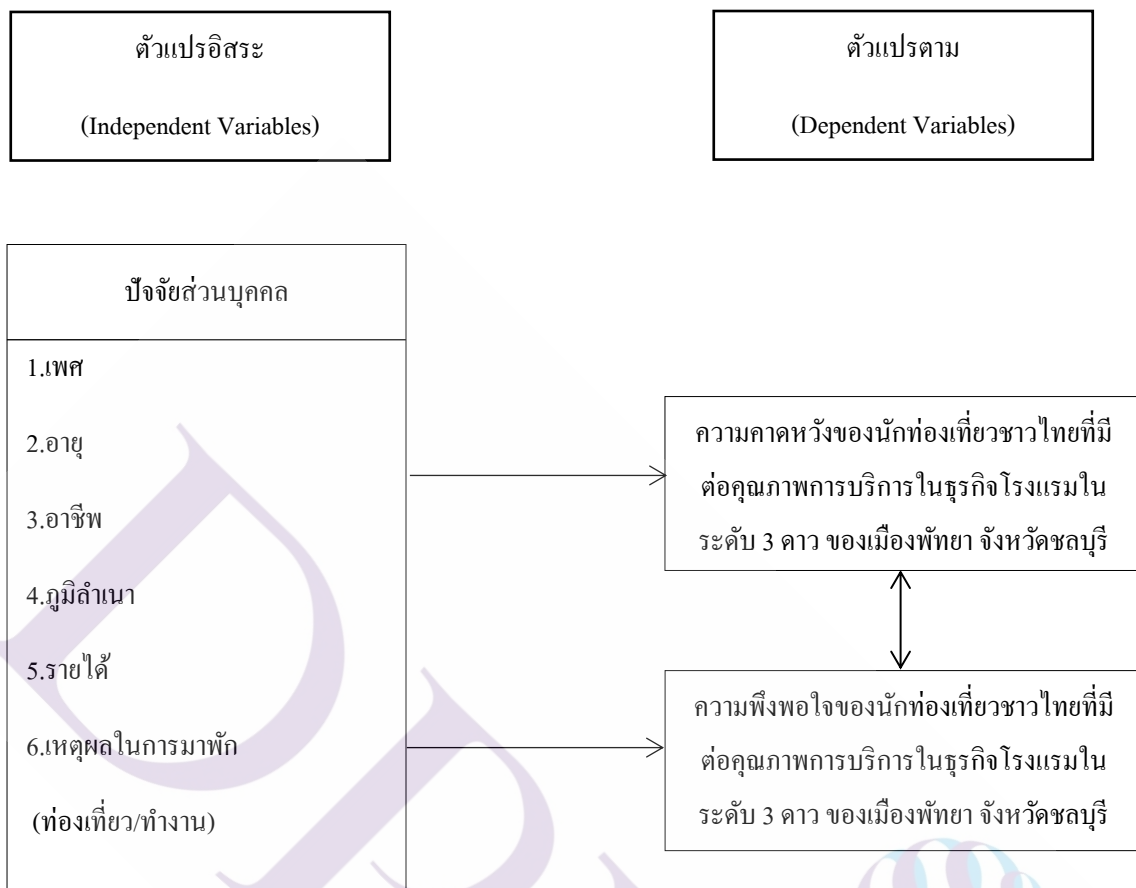
ชุตินา วุฒิสิลป์ และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้

วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้วย t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ LSD และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้วยสถิติที่ ผลการศึกษาพบว่า 1) สถานภาพสมรส วัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความคาดหวังต่อการใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์แตกต่างกัน 2) วัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ แตกต่างกัน 3) ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักโดยรวม ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และด้านการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความคาดหวัง ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาและปรับปรุงการบริการด้านที่เหลือ ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าบ้านพักหรือโฮมสเตย์ ด้านวัฒนธรรม ด้านการบริการของโฮมสเตย์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากกว่าที่คาดไว้ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความสำเร็จของการทำธุรกิจบริการจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี" จะเห็นได้ว่าส่วนมากจะเป็นงานวิจัยเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ความคาดหวัง และงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการ และรวมถึงการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทำให้พบว่า คุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆที่อาจทำให้ผู้รับบริการพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อ ๆ ไป ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญและอยากศึกษาในเรื่องนี้

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” มีรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในเชิงสำรวจ นักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาวิจัยนี้มุ่งเน้นที่ธุรกิจโรงแรม ใน ระดับ 3 ดาว รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการโรงแรม เพื่อทราบถึงความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยใน คุณลักษณะของพนักงาน รวมถึงคุณภาพการบริการของ โรงแรม ระดับ 3 ดาว ที่ได้รับซึ่งช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ช่วงระหว่าง เดือน ตุลาคม 2563 – ตุลาคม 2564 โดยใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูล ดังนั้น เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆตามสมมติฐานผู้วิจัยได้ กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ใน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549 น. 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

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

เมื่อ	n	แทนขนาดตัวอย่าง
	P	แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50
	Z	แทนระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)
	E	แทนค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{((0.5)(1-.5)(1.96)^2)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้น ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยที่มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเก็บจากสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น ภายในโรงแรมต่าง ๆ ห้องอาหารโรงแรม ห้องนันทนาการโรงแรม สวนน้ำในโรงแรม จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ภายใน 4 โรงแรม โรงแรมละ 100 ตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถาม และผู้วิจัยแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างอาศัยความสะดวก (Convenience Selection)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามโดยใช้ข้อคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อบุคคล สัญชาติ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว โดยยึดประสบการณ์เป็นหลัก ซึ่งนักวิชาการระดับชาติอ้างเหตุผลว่า การวัดสถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มุ่งให้ความสนใจไปที่ผลลัพธ์ทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การใช้ประสบการณ์ทั้งหมดในรูปแบบของสภาวะทางอารมณ์ในการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงมีความเหมาะสมมากกว่า (Rajaratnam, S.D. & Nair, V., 2015)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของพนักงานโรงแรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการชาวไทย โดยใช้เกณฑ์คุณสมบัติเฉพาะของพนักงาน จากคุณสมบัติเฉพาะของพนักงานซึ่งจำเป็นต่อธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

โดยใช้มาตรวัดแบบการประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ที่มีเกณฑ์การให้คะแนน และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล ดังนี้

ค่าคะแนนของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

ค่าคะแนน	ระดับความคาดหวัง
5	= มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
3	= มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ
1	= มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำที่สุด

และมีที่มาของเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21- 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวังมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคาดหวังมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคาดหวังปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความคาดหวังต่ำ
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความคาดหวังต่ำที่สุด

ค่าคะแนนของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ

1	=	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุด
และมีที่มาของเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้		
4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่ำ
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่ำที่สุด

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของพนักงานโรงแรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการชาวไทย

ค่าคะแนนของความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของพนักงานในด้านการบริการ

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเห็นด้วย
3	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
2	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย
1	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

และมีที่มาของเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
2.61 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยที่การกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล จากการหาค่าพิสัยของคะแนนเฉลี่ยนั้นมีวิธีคำนวณดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, น. 74)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21- 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.3 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนและวิธีการในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ งานวิจัย การทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี บทความ และสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณลักษณะของพนักงานโรงแรมในด้านคุณภาพการบริการ

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในด้านความสอดคล้อง และครอบคลุมกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

4. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้ง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre-test) จำนวน 30 คน กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียง เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.946

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถาม ณ สถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว เช่น ภายในโรงแรมต่าง ๆ ห้องอาหารโรงแรม ห้องนันทนาการโรงแรมสวนน้ำในโรงแรม ช่วงระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2563 – มกราคม 2564

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับ พร้อมทั้งลงรหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลในการส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอในเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงความสัมพันธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานการวิจัยข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยข้อมูลที่ได้จะเป็น ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)
2. แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3-4 ดาว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณลักษณะของพนักงาน โรงแรมในด้านคุณภาพการบริการ โดยผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อศวิณ แสงพิกุล, 2556 น. 181) ในการวัดระดับความสำคัญ โดยในการวัดระดับมีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้สรุปหรือบรรยายให้เห็นคุณลักษณะของตัวแปรที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้กับกลุ่มอื่น ๆ ได้ โดยอาจเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปตารางการแจกแจงความถี่ กราฟ รูปภาพ

ต่าง ๆ หรืออาจเสนอค่าวัดคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย เป็นต้น (อัศวิน แสงพิบูล, 2556 น. 181)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เพื่อนำไปสรุปเกี่ยวกับประชากร โดยการทดสอบสมมติฐานว่า การเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามนั้น เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระหรือไม่ ในงานวิจัยครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

โดยวิธีดังต่อไปนี้

1. การทดสอบสมมติฐานของผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย เมื่อสุ่มตัวอย่างจากแต่ละประชากรเป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t - test)
2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One-Way ANOVA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น 400 ชุด โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้และวัตถุประสงค์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้และวัตถุประสงค์ จำนวน 400 คน โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	188	47
หญิง	212	53
รวม	400	100
อายุ		
25 ปี หรือต่ำกว่า	33	8.25
ระหว่าง 26-30 ปี	48	12
ระหว่าง 31-40 ปี	94	23.5
ระหว่าง 41-50 ปี	142	35.5
ระหว่าง 51-60 ปี	69	17.25
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	14	3.5
รวม	400	100
สถานภาพ		
โสด	227	56.75
สมรส	131	32.75
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	42	10.5
อื่น ๆ	0	0
รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
ผู้บริหารหน่วยงาน	6	1.5
พนักงานบริษัทเอกชน	203	50.75
ครูอาจารย์/ผู้สอน	19	4.75
นักเรียน/นักศึกษา	54	13.5
อื่นๆ	118	29.5
รวม	400	100
รายได้		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	49	12.25
ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท	238	59.5
ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท	87	21.75
ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท	21	5.25
ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท	3	0.75
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100
วัตถุประสงค์ในการเข้าพื้ครั้งนี้		
ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท	352	88
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	48	12
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนมีดังนี้
เพศ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยเป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53
รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา ช่วง
อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 69 คน
คิดเป็นร้อยละ 17.25 ช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ช่วงอายุระหว่าง

ตั้งแต่ 25 ปีลงมา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ช่วงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

สถานภาพ มีสถานะโสดมากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีสถานะสมรส จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และมีสถานะหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

อาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาทำอาชีพอื่นๆ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ทำอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ทำอาชีพ ครูอาจารย์/ผู้สอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ทำอาชีพผู้บริหารหน่วยงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

รายได้ มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทมากที่สุด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 มีรายได้น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 มีรายได้ระหว่าง 45,001-60,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 มีรายได้ระหว่าง 60,001-75,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีรายได้มากกว่า 75,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเข้าพักครั้งนี้ เข้าพักเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาเข้าพักเพื่อดำเนินธุรกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามหัวข้อ ดังนี้ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นในการบริการ 5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึงมีความคาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึงมีความคาดหวังมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึงมีความคาดหวังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึงมีความคาดหวังน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึงมีความคาดหวังน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.96	0.993	มาก
2	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.14	0.916	มาก
3	ด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.01	0.995	มาก
4	ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.16	0.904	มาก
5	ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.09	0.920	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.044	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.01$) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว จำแนกแต่ละประเด็น

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อม ให้บริการ	3.92	1.000	มาก
2	พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือ แขกเต็มที่	4.04	0.969	มาก
3	โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก และแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ	3.94	1.017	มาก
4	โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถ ให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้	3.99	1.025	มาก
5	ระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความ ถูกต้อง	4.18	0.875	มาก
6	ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ	4.20	0.818	มาก
7	พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการ ลูกค้าได้ทั่วถึง	3.98	1.017	มาก
8	พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว	4.09	0.914	มาก
9	เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อ กลับอย่างรวดเร็ว	3.96	1.042	มาก
10	พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบ คำถามของท่านได้เป็นอย่างดี	4.13	0.915	มาก
11	พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องชัดเจน	4.18	0.871	มาก
12	ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา ของลูกค้า	4.16	0.929	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
13	พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	4.15	0.843	มาก
14	พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ ชอบของลูกค้าได้	3.98	1.013	มาก
15	โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใย ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.13	0.889	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.073	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังในเรื่องระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด (\bar{X} = 4.26) รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความถูกต้อง (\bar{X} = 4.18) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (\bar{X} = 4.18) ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า (\bar{X} = 4.16) พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล (\bar{X} = 4.15) พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี (\bar{X} = 4.13) โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี (\bar{X} = 4.13) พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว (\bar{X} = 4.09) พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่ (\bar{X} = 4.04) โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ (\bar{X} = 3.99) พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง (\bar{X} = 3.98) พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ (\bar{X} = 3.98) เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว (\bar{X} = 3.96) โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 3.94) และพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการ (\bar{X} = 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อม ให้บริการ	3.92	1.000	มาก
2	พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือ แขกเต็มที่	4.04	0.969	มาก
3	โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก และ แจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ	3.94	1.017	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.96	0.024	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่มากที่สุด (\bar{X} = 4.04) รองลงมา คือเรื่องโรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 3.94) พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการ (\bar{X} = 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ในการบริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถ ให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้	3.99	1.025	มาก
2	ระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความ ถูกต้อง	4.18	0.875	มาก
3	ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ	4.20	0.818	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.14	0.107	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ในการบริการ ในเรื่องระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด (\bar{X} = 4.26) รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความถูกต้อง (\bar{X} = 4.18) โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ (\bar{X} = 3.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการ ลูกค้าได้ทั่วถึง	3.98	1.017	มาก
2	พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว	4.09	0.914	มาก
3	เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อ กลับอย่างรวดเร็ว	3.96	1.042	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01	0.068	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วมากที่สุด ($\bar{X}= 4.09$) รองลงมา เรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง ($\bar{X}= 3.98$) และเรื่องเมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}= 3.96$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบ คำถามของท่านได้เป็นอย่างดี	4.13	0.915	มาก
2	พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องชัดเจน	4.18	0.871	มาก
3	ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา ของลูกค้า	4.16	0.929	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.16	0.030	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในเรื่อง พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจนมากที่สุด ($\bar{X}= 4.18$) รองลงมาเรื่องทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า ($\bar{X}= 4.16$) และเรื่องมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี ($\bar{X}= 4.13$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	4.15	0.843	มาก
2	พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ ชอบของลูกค้าได้	3.98	1.013	มาก
3	โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี	4.13	0.889	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01	0.068	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ เรื่อง พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากที่สุด ($\bar{X}=4.15$) รองลงมาเรื่องโรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.13$) และเรื่องพนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ

สมมุติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Sample t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) แทนคือ

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่ แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจ โรงแรมในระดับ 3 ดาว				ผลทดสอบ
	\bar{X}	S.D	t	sig	
เพศ					
ชาย	3.94	0.330	2.783	0.004	แตกต่าง
หญิง	3.86	0.274	2.798		
อายุ					
25 ปี หรือต่ำกว่า	3.29	0.182	1.425	0.230	ไม่แตกต่าง
ระหว่าง 26-30 ปี	3.89	0.343			
ระหว่าง 31-40 ปี	4.43	0.218			
ระหว่าง 41-50 ปี	4.56	0.196			
ระหว่าง 51-60 ปี	4.14	0.220			
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.12	0.146			
สถานภาพ					
โสด	3.92	0.296	16.654	0.268	ไม่แตกต่าง
สมรส	4.02	0.251			
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.72	0.330			
อาชีพ					
ผู้บริหารหน่วยงาน	3.96	0.383	1.384	0.288	ไม่แตกต่าง
พนักงานบริษัทเอกชน	4.34	0.291			
ครูอาจารย์/ผู้สอน	3.87	0.336			
นักเรียน/นักศึกษา	4.41	0.312			
อื่นๆ	4.13	0.274			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจ โรงแรมในระดับ 3 ดาว				ผลทดสอบ
	\bar{X}	S.D	t	sig	
รายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.98	0.355			แตกต่าง
ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท	3.88	0.343			
ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท	4.01	0.223			
ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท	4.00	0.185	18.114	0.002	
ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท	4.12	0.197			
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	3.82	0.389			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ(Sig.)มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ค่า sig ของตัวแปรปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ และอาชีพ มีค่าเท่ากับ 0.230, 0.268, 0.288 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ เพศและรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ ที่เพศและรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามหัวข้อ ดังนี้ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ 4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจในการบริการ 5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึงมีความคาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึงมีความคาดหวังมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึงมีความคาดหวังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึงมีความคาดหวังน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึงมีความคาดหวังน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.03	0.997	มาก
2	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.01	0.911	มาก
3	ด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.14	0.998	มาก
4	ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.26	0.943	มากที่สุด
5	ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.25	0.926	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.13	0.048	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.25$) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.14$) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.03$) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว จำแนกแต่ละประเด็น

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อม ให้บริการ	4.01	0.888	มาก
2	พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือ แขกเต็มที่	4.08	1.023	มาก
3	โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก และแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ	3.99	1.125	มาก
4	โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถ ให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้	4.04	0.877	มาก
5	ระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความ ถูกต้อง	4.20	1.000	มาก
6	ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ	4.19	0.997	มาก
7	พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการ ลูกค้าได้ทั่วถึง	3.82	1.003	มาก
8	พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว	3.90	0.989	มาก
9	เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อ กลับอย่างรวดเร็ว	3.94	0.875	มาก
10	พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบ คำถามของท่านได้เป็นอย่างดี	4.10	0.925	มาก
11	พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องชัดเจน	4.08	0.995	มาก
12	ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา ของลูกค้า	3.92	0.887	มาก

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
13	พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.88	1.002	มาก
14	พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ ชอบของลูกค้าได้	4.02	0.957	มาก
15	โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใย ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.12	0.966	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	0.081	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในเรื่องระบบการจองห้องพัก และการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ($\bar{X}=4.20$) รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพัก และการชำระเงินมีความถูกต้อง ($\bar{X}=4.19$) โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใย ลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.12$) พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.10$) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน ($\bar{X}=4.08$) พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่ ($\bar{X}=4.08$) โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ ($\bar{X}=4.04$) พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ ($\bar{X}=4.02$) พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการ ($\bar{X}=4.01$) โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=3.99$) เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=3.94$) ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า ($\bar{X}=3.92$) พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=3.90$) พนักงานให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล ($\bar{X}=3.88$) และพนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อม ให้บริการ	4.01	0.999	มาก
2	พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือ แขกเต็มที่	4.08	1.023	มาก
3	โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก และ แจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ	3.99	1.025	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.03	0.022	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่มากที่สุด ($\bar{X}= 4.08$) รองลงมา คือเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการ ($\bar{X}= 4.01$) โรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}= 3.99$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ในการบริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	โรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถ ให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้	4.04	0.877	มาก
2	ระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความ ถูกต้อง	4.20	1.000	มาก
3	ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมี ความน่าเชื่อถือ	4.19	0.997	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.14	0.107	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ในการบริการ ในเรื่องระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความถูกต้องมากที่สุด ($\bar{X}=4.20$) รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.19$) และเรื่องโรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ ($\bar{X}=4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการ ลูกค้าได้ทั่วถึง	3.82	1.003	มาก
2	พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว	3.90	0.989	มาก
3	เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อ กลับอย่างรวดเร็ว	3.94	0.875	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.89	0.075	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องเมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว มากที่สุด (\bar{X} = 3.94) รองลงมาเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหายังรวดเร็ว (\bar{X} = 3.90) และเรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง (\bar{X} = 3.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบ คำถามของท่านได้เป็นอย่างดี	4.10	0.925	มาก
2	พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องชัดเจน	4.08	0.995	มาก
3	ทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา ของลูกค้า	3.92	0.887	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.03	0.021	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในเรื่องมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี มากที่สุด (\bar{X} = 4.10) รองลงมา เรื่องพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (\bar{X} = 4.08) และเรื่องทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า (\bar{X} = 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในธุรกิจโรงแรม ในระดับ 3 ดาว ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.88	1.002	มาก
2	พนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้	4.02	0.957	มาก
3	โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแลและห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี	4.12	0.966	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01	0.068	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ เรื่องโรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี มากที่สุด (\bar{X} = 4.12) รองลงมา เรื่องพนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ (\bar{X} = 4.02) และเรื่องพนักงานให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล (\bar{X} = 3.88) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Sample t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่ แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว				ผลทดสอบ
	\bar{X}	S.D	t	sig	
เพศ					
ชาย	3.92	0.324	2.793	0.004	แตกต่าง
หญิง	3.88	0.285	2.787		
อายุ					
25 ปี หรือต่ำกว่า	3.29	0.182	1.425	0.230	ไม่แตกต่าง
ระหว่าง 26-30 ปี	3.89	0.343			
ระหว่าง 31-40 ปี	4.43	0.218			
ระหว่าง 41-50 ปี	4.56	0.196			
ระหว่าง 51-60 ปี	4.14	0.220			
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.12	0.146			
สถานภาพ					
โสด	3.92	0.296	16.654	0.268	ไม่แตกต่าง
สมรส	4.02	0.251			
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.72	0.330			
อาชีพ					
ผู้บริหารหน่วยงาน	3.96	0.383	1.384	0.288	ไม่แตกต่าง
พนักงานบริษัทเอกชน	4.34	0.291			
ครูอาจารย์/ผู้สอน	3.87	0.336			
นักเรียน/นักศึกษา	4.41	0.312			
อื่นๆ	4.13	0.274			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจ โรงแรมในระดับ 3 ดาว				ผลทดสอบ
	\bar{X}	S.D	t	sig	
รายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.98	0.355			แตกต่าง
ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท	3.88	0.343			
ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท	4.01	0.223			
ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท	4.00	0.185	18.114	0.002	
ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท	4.12	0.197			
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	3.82	0.389			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ค่า sig ของตัวแปรปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ และอาชีพ มีค่าเท่ากับ 0.230, 0.268, 0.288 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพ และอาชีพ ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ เพศและรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ ที่ เพศและรายได้ปัจจุบัน ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ความคาดหวังและความพึงพอใจ			
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ	3.81	.386	-5.123	.110
เครื่องแบบพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก	3.85	.367	-6.188	.102
พนักงานโรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ	4.02	.411	-1.882	.000
พนักงานโรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี	3.93	.520	-1.835	.000
พนักงานโรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	3.99	.427	-3.134	.000
พนักงานโรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ	3.98	.389	-2.128	.000
พนักงานโรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด	3.85	.367	-3.334	.000
พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.96	.512	-5.220	.105
พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นดีได้เป็นอย่างดี	4.02	.411	-6.676	.200
พนักงานโรงแรมใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า	4.17	.553	-5.292	.210
พนักงานโรงแรมสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง	4.01	.223	-1.827	.000
พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว	3.72	.456	-1.328	.000

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ความคาดหวังและความพึงพอใจ			
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
พนักงานโรงแรมสามารถจัดหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้	3.69	.387	-2.657	.000
พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.92	.511	-3.125	.000
พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์	3.94	.448	-3.319	.000
เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ	3.92	.394	-5.123	.110
เครื่องแบบพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก	3.87	.267	-6.188	.102
พนักงานโรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้มมีความสุข	3.82	.413	-1.882	.000
พนักงานโรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี	3.96	.620	-1.835	.000
พนักงานโรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	3.93	.537	-3.134	.000
พนักงานโรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ	3.88	.385	-2.128	.000
พนักงานโรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด	3.79	.560	-3.334	.000
พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.90	.612	-5.220	.105
พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้ดีเป็นอย่างดี	4.10	.132	-6.676	.200
พนักงานโรงแรมใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า	4.12	.159	-5.292	.210
พนักงานโรงแรมสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง	4.04	.224	-1.827	.000

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง			
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว	3.82	.351	-1.328	.000
พนักงานโรงแรมสามารถจัดหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้	3.79	.617	-2.657	.000
พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.95	.154	-3.125	.000
พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์	3.91	.533	-3.319	.000

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ paired samples t-test ที่ระดับนัยความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าในภาพรวมค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า $\alpha = 0.05$ แสดงว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ได้แก่เรื่อง พนักงานโรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ พนักงานโรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี พนักงานโรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง พนักงานโรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ พนักงานโรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด,พนักงานโรงแรมสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว พนักงานโรงแรมสามารถจัดหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์ พบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า $\alpha = 0.05$ แสดงว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ส่วนเรื่อง เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้เป็นอย่างดี พนักงานโรงแรมใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า พบว่าค่า Sig. มีค่ามากกว่า $\alpha = 0.05$ แสดงว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังกล่าวโดยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี โดยส่วนมากมีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน

5.1.2 การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในข้อย่อยต่างๆ ตามรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่มากที่สุด รองลงมา คือเรื่องโรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ และเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ในเรื่องระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมี

ความถูกต้อง และเรื่องโรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วมากที่สุด รองลงมา เรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง และเรื่องเมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็วตามลำดับ

ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในเรื่อง พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจนมากที่สุด รองลงมาเรื่องทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า และเรื่องมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ เรื่อง พนักงานให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากที่สุด รองลงมาเรื่อง โรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี และเรื่องพนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ ตามลำดับ

5.1.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในข้อย่อยต่างๆ ตามรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ความช่วยเหลือแขกเต็มที่มากที่สุด รองลงมาคือเรื่องพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมให้บริการ และเรื่องโรงแรมมีระบบในการลงทะเบียนเพื่อเข้าพักและแจ้งออกที่มีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ในเรื่องระบบการจองห้องพักและการชำระเงินมีความถูกต้องมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความน่าเชื่อถือ และเรื่องโรงแรมมีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามที่โฆษณาไว้ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องเมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว มากที่สุด รองลงมาเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและ

แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และเรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึงตามลำดับ

ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ในเรื่องมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี มากที่สุด รองลงมา เรื่องพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน และเรื่องทางโรงแรมให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาของลูกค้า ตามลำดับ

ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการ เรื่องโรงแรมแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงการดูแล และห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี มากที่สุด รองลงมา เรื่องพนักงานสามารถจดจำลูกค้าและความชอบ ไม่ชอบของลูกค้าได้ และเรื่องพนักงานให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สร้อยสิงห์(2559) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการในโรงแรมเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า 1) ระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการรับรู้แตกต่างกับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ดังนั้นผลการวิจัยของผู้วิจัยจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สร้อยสิงห์(2559) เพราะผลการวิจัยระดับความคาดหวัง ที่มีต่อการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมที่ได้นั้นอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศิริ นิลิตศิริ(2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ และนันทรัฐกมล หาญพาณิชย์(2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย ซึ่งทั้ง 2 เรื่อง พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการเข้าถึงลูกค้า (Access) รองลงมา คำนึงความมีน้ำใจ (Courtesy) ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ด้านความปลอดภัย (Security) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ตามลำดับ ดังนั้นผลการวิจัย ของผู้วิจัยจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสมศิริ นิลิตศิริ(2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ และนันทรัฐกมล หาญพาณิชย์(2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย เพราะผลการวิจัยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมที่ได้เน้นมีความใกล้เคียงและสอดคล้องกัน

ในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ได้คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยมากที่สุด ควรรักษามาตรฐานที่พึงมี และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพราะถ้าผู้มาใช้บริการเป็นประจำ รู้สึกถึงความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ จะไม่เกิดการกลับมาใช้บริการ และไม่เกิดการบอกต่อไปในทางที่ดี ดังนั้นมาตรฐานที่พึงมีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องรักษาไว้

ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ได้คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยใจน้อยที่สุด ทำให้มองว่าควรมีการปรับปรุงด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น เช่น ทำแบบสอบถามเพื่อประเมินผู้มาใช้บริการว่าควรปรับปรุงแก้ไขในส่วนใดบ้าง และควรเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น ให้เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เมื่อเกิดปัญหาที่รีบแก้ไขให้ทันท่วงที มีนโยบายส่วนบุคคลที่ชัดเจน เพื่อคลายความกังวลในเรื่องความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ สร้างความรู้สึกให้ผู้มาใช้บริการ รู้สึกถึงความโปร่งใสปลอดภัย และน่าเชื่อถือ ทำสิ่งที่สัญญาไว้กับผู้มาใช้บริการอย่างที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาวิจัย พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันได้แก่เรื่อง พนักงานโรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ, พนักงานโรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี, พนักงานโรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง, พนักงานโรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ, พนักงานโรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด, พนักงานโรงแรมสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง, พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว, พนักงานโรงแรมสามารถจัดหาสิ่งทีลูกค้าต้องการได้, พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า, พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์ พบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า $\alpha = 0.05$ แสดงว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน เหตุผลที่ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันนั้นมาจาก เรื่อง พนักงานโรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ, พนักงานโรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี, พนักงานโรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง, พนักงานโรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ, พนักงานโรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด, พนักงานโรงแรมสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง, พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว, พนักงานโรงแรมสามารถจัดหาสิ่งทีลูกค้าต้องการได้, พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า, พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์ จากแบบสอบถาม ซึ่งผู้มาใช้บริการได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง จึงเกิดความแตกต่างกัน ทำให้ทราบว่าได้รับการบริการที่ไม่มีคุณภาพ ไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ

ดังนั้นพนักงานโรงแรมควรให้บริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพอยู่ตลอดเวลา พนักงานโรงแรมควรมีบุคลิกภาพที่ดีอยู่เสมอและควรมีความสามารถตอบคำถามของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง ควรมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการบริการ สามารถให้บริการได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด และให้ข้อมูลที่ผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง พนักงานบริการต้องมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ควรให้ผู้มาใช้บริการรอนาน สามารถจัดหาสิ่งทีลูกค้าต้องการได้และสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดี ที่สำคัญควรมีความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์ ผู้ให้บริการธุรกิจโรงแรมควรมีการปรับปรุงมาตรฐานให้สอดคล้องกับนโยบายต่าง ๆ ที่โฆษณาไว้ และบริการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดตรงกับความคาดหวังทีลูกค้าคาดหวังไว้ ผู้ให้บริการธุรกิจโรงแรมควรปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ส่วนเรื่อง เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก, พนักงาน โรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงาน โรงแรมสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้เป็นอย่างดี, พนักงาน โรงแรมใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า พบว่าค่า Sig. มีค่ามากกว่า $\alpha = 0.05$ แสดงว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี” มีข้อเสนอแนะดังนี้

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี นั้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังในด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการมากที่สุด ดังนั้นเพื่อรักษามาตรฐานของพนักงานในการให้บริการอย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพเกินกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรมควรทำการประเมินการปฏิบัติงานของพนักงาน และจัดอบรมพนักงานทุกฝ่ายภายในโรงแรมทุก ๆ 3 เดือน เพื่อปรับปรุงการทำงานในจุดด้อยของพนักงานแต่ละฝ่ายให้มีมาตรฐานระดับเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีนั้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการโรงแรมควรรักษามาตรฐานที่มีอยู่และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ๆ ไป เพื่อให้เกิดความประทับใจ และไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่พักจากการศึกษาวิจัย

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมแตกต่างกัน ได้แก่เรื่อง พนักงาน โรงแรมให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ, พนักงาน โรงแรมมีบุคลิกภาพที่ดี พนักงาน โรงแรมมีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง พนักงาน โรงแรมมีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ พนักงาน โรงแรมสามารถให้บริการโดยไม่มีข้อผิดพลาด พนักงาน สามารถจัดหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ พนักงาน โรงแรมสามารถเข้าใจถึง

ความต้องการของลูกค้า พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์ พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ส่วนเรื่อง เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก พนักงานโรงแรมสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงานโรงแรมสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้เป็นอย่างดี พนักงานโรงแรมใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น เพื่อรักษามาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรจัดอบรมกิริยามารยาทให้กับพนักงานเพิ่มเติมทุก ๆ 3-6 เดือน ซึ่งสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และผู้ให้บริการธุรกิจโรงแรมจึงควรจัดการทดสอบไหวพริบปฏิภาณของพนักงานโดยการจัดอบรมและทดสอบการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การคาดเดาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูลของโรงแรมถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำผลการทดสอบมาปรับปรุงการให้บริการของพนักงาน ทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขข้อบกพร่องและช่วงแก้ไขปัญหาในการทำงานของพนักงานแต่ละคน รวมทั้งสามารถช่วยให้การปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนมาใช้บริการ

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี เพื่อทราบถึงความคาดหวังที่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี และจะได้ทราบถึงคุณลักษณะของพนักงานแบบใดที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับหรือได้เจอ และคุณลักษณะของพนักงานสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงลูกค้านักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการซ้ำได้หรือไม่

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี เพื่อทราบถึงความคาดหวังที่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี และจะได้ทราบถึงคุณลักษณะ

ของพนักงานแบบใดที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับหรือได้เจอ และคุณลักษณะของพนักงานสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการซ้ำได้หรือไม่

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2557). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท โรงแรม เล่ม 1 ระดับ 1-5 ดาว*.

<http://thaihotels.org/wp-content/uploads.pdf>

กัลยา สร้อยสิงห์. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยอุตสาหกรรมศึกษา* 10(1) เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *คุณสมบัติเฉพาะของพนักงานซึ่งจำเป็นต่อธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว*. ผู้แต่ง.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *การจัดการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *การโรงแรม*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สามลดา.

ชัยวัฒน์ ชัยศิริพร. (2557). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า*. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

ดนัย เทียนพุฒ. (2543). *การบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธารทิพย์ ทากิ. (2549). *การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

นันทรัฐกมล หาญพาณิชย์. (2557). *ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง]. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

นาฏชนก อยู่จำรัส. (2559). *อุตสาหกรรมโรงแรม*. <https://smartfinder.asia/th/-hotel-industry/>

ประวัติ ส่องแสง. (2554). *อุตสาหกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว*.

http://praveetelearning.com/elearning_content.php?subject_id=2&chapter_id=3

ปิ่นนิต กัลยา กนกอร์ ศิริจิตติ สุขุมภู อุณยะพันธ์ และเกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร. (2558). *คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรตามความต้องการของผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดลำปาง*.

- มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง]. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- พงศ์ หรดา. (2545). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 7). ม.ป.ป.
- พรสวรรค์ มโนพัฒนา. (2553). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชญา วัฒนรังสรรค์. (2558). *การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ย่านสยามสแควร์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไพไลวรรณ ชมภู่อ และธนิดา ละครศรี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. (2541). *คุณภาพการบริการ*. วัฒนาพานิช.
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). *การวัดความพึงพอใจ*. แสงอักษร.
- ภาสกร พวงผกา. (2553). *ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มหาวิทยาลัยทักษิณ. *งานผลิตและพัฒนา e-Learning สำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ (ม.ป.ป.) บทบาทและความสำคัญของโรงแรม*.
<http://tsl.tsu.ac.th/courseware/260/lesson1/index.html>
- เมทินี วงศ์ธราวัฒน์. (2554). *แนวทางการเสริมสร้างคุณภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า โรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุพาวรรณ วรณวานิชย์. (2548). *การตลาดบริการ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554*.
<http://www.royin.go.th/dictionary>.
- วิกิพีเดียภาษาไทย. (2544). *โครงการสารานุกรมเนื้อหาเสรีหลายภาษาบนเว็บ*.
<https://th.wikipedia.org>.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). *คุณภาพในงานบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ประชาชน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

- ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2556). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาชีวศึกษา 2 หน่วยศึกษานิเทศก์. (2544). *คุณลักษณะอาชีพสาขาวิชาธุรกิจโรงแรม*. <http://pimporn.nsdv.go.th/commerce/jobsummary/hotel.htm>
- สมชาติ กิจจรยง. (2543). *ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า*. ซีระป้อมวรรณกรรม.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับการตลาดบริการ*. พีซี พรินท์เทค.
- สมศิริ นิลิตศิริ. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ดิ อินเทอร์เน็ตเนชั่น แอนด์ เชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมิต สัมภูกร. (2543). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. วิทยุชน.
- สรชัย พิศาลบุตร และคณะ. (2549). *การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม (ปีที่ 1)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2544). *ตลาดบริการ*. บิ๊กโพร์เพรส.
- เสาวลักษณ์ ฉายรุ่ง. (2557). *สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรมเขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- หลักการพื้นฐานของงานบริการ โรงแรม (ม.ป.ป.).
http://www.phuketjob.in.th/phuketjob/html/tips_detail.php?id=53#.WVMYU8uQzcs



ภาคผนวก

แบบสอบถามติดตามประเมินสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
ต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

.....
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1) เพศ ชาย หญิง
- 2) อายุ ต่ำกว่า 25 ปี 26-30 31-40
 41-50 51-60 60 ปีขึ้นไป
- 3) สถานภาพ โสด สมรส
 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 4) อาชีพ ผู้บริหารหน่วยงาน พนักงานบริษัทเอกชน
 ครูอาจารย์/ผู้สอน นักเรียน/นักศึกษา
 อื่นๆ โปรดระบุ (อาชีพ)
- 5) รายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,000 - 30,000 บาท
 30,001- 45,000 บาท 45,000 - 60,000 บาท
 60,001 - 75,000 บาท มากกว่า 75,000 บาท
- 6) วัตถุประสงค์ในการเข้าพักครั้งนี้
 เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เพื่อดำเนินงานธุรกิจ

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่คาดหวังและการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการ

คำชี้แจง :กรณำทำเครื่องหมาย√ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยการเลือกตัวเลข ตามระดับคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับที่ 1 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมน้อยที่สุด

ระดับที่ 2 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมน้อย

ระดับที่ 3 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมปานกลาง

ระดับที่ 4 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมมาก

ระดับที่ 5 หมายถึง ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมมากที่สุด

ระดับความคาดหวัง					องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					1. เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ					
					2. เครื่องแบบของพนักงานมีความเหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนก					
					3. พนักงาน โรงแรม ให้การบริการด้วยรอยยิ้ม มีความสุภาพ					
					4. พนักงาน โรงแรม มีบุคลิกภาพที่ดี					
					5. พนักงาน โรงแรม มีความสามารถในการตอบคำถามผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง					
					6. พนักงาน โรงแรม มีความรู้ ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการ					
					7. พนักงาน โรงแรม สามารถให้บริการ โดยไม่มีข้อผิดพลาด					
					8. พนักงาน โรงแรม สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					
					9. พนักงาน โรงแรม สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้เป็นอย่างดี					
					10. พนักงาน โรงแรม ใช้คำพูดสุภาพต่อลูกค้า					
					11. พนักงาน โรงแรม สามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง					
					12. พนักงาน โรงแรม สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว					
					13. พนักงาน โรงแรม สามารถจัดหาสิ่งทีลูกค้าต้องการได้					

				14.พนักงานโรงแรมสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า					
				15.พนักงานโรงแรมให้ความยืดหยุ่นในการเช็คอินและเช็คเอาท์					



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวบุญชาพิกา มาลีแก้ว
วันเดือนปีเกิด	200 มิถุนายน 2533
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2560 ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	หุ้นส่วนบริษัท Interior Matrix and Design

