

ความคิดเห็นของนักท่งเกี่ยวข้องที่มีต่อคุณภาพในการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง  
จังหวัดตราด

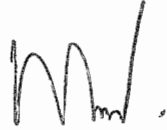
มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ปอรวรรณ ไชยศิริ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาการบริหารทั่วไป  
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา  
สิงหาคม 2550  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

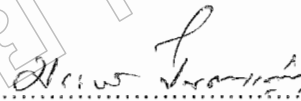
คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร และคณะกรรมการควบคุม  
มาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการบริหาร ได้พิจารณาปัญหาพิเศษฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร  
ทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร



(อาจารย์พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางการบริหาร



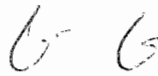
ประธานกรรมการ

(ดร. ประภาส ปิ่นตบแต่ง)



กรรมการ

(อาจารย์อุทัยชัย ภาคแก้ว)



กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์ชิตพล ชัยมะดัน)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา



ผู้อำนวยการวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(รองศาสตราจารย์ สรุติ สุกรัตน์)

วันที่ 23 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด" สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งโดยเฉพาะ ดร.โกวิท กระจ่าง ที่ได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่ศึกษา อาจารย์ พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต อาจารย์กฤษฎา นันทเพชร และอาจารย์ลือชัย วงษ์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ ส่งผลให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงลงด้วยดี ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

การศึกษาครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจาก คุณ โอภิมา ไชยศิริ เจ้าของกิจการ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด และพนักงานคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วน และได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณจากใจจริง

ปอรวรรณ ไชยศิริ

**ชื่อปัญหาพิเศษ**            **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด**

**ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ** ปอรวรรณ ไชยศิริ

**สาขาวิชา**                    **รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารทั่วไป)**

**ปีการศึกษา**                 **2549**

### **บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์การพัก ความถี่ในการพัก และการรู้จักที่พัก โดยศึกษาความคิดเห็นคุณภาพในการบริการใน 5 ด้าน ดังนี้คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ จากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่มาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ช่วงเดือน กรกฎาคม 2550 ถึงเดือน สิงหาคม 2550 จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-Way ANOVA

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในอันดับสุดท้าย การทดสอบ สมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการพัก ต่างกันจะมีความแตกต่างต่อความคิดเห็นในคุณภาพการบริการ ในขณะที่ ระดับการศึกษา ความถี่ในการพัก และการรู้จักที่พักแตกต่างกันจะมีความแตกต่างต่อ ความคิดเห็นในคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

## สารบัญ

	หน้า
ประกาศคุณูปการ.....	
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ และคุณภาพบริการความหมายของการบริการ.....	9
นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	27
ประเภทของโรงแรมและที่พัก.....	35
ข้อมูลเบื้องต้น คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	51

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3	53
ระเบียบวิธีการวิจัย.....	53
วิธีการศึกษา.....	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
เกณฑ์การแปลผล.....	56
4	57
ผลการวิจัย.....	57
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแจง	
ความถี่และแสดงเป็นค่าร้อยละ (percentage).....	58
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ	
ของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	61
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว.....	68
ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	77
5	78
สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	78
สรุปผลการศึกษา.....	78
อภิปรายผล.....	79
ข้อเสนอแนะ.....	83
บรรณานุกรม.....	86

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก.....	91
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	97

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยพื้นฐานบุคคลจำแนกตาม เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส, ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน, วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก.....	58
2 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามภาพรวมของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	62
3 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านสิ่งสัมผัสได้.....	63
4 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามความน่าเชื่อถือได้.....	64
5 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามความรับผิดชอบ.....	65
6 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามการสร้างความมั่นใจ.....	66



## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
7 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ.....	67
8 เพศกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด...	69
9 อายุกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด...	69
10 ระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	70
11 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	70
12 อาชีพกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	71
13 รายได้ต่อเดือนกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	71
14 สถานภาพสมรสกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	72
15 ถิ่นที่อยู่อาศัยกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	73
16 วัตถุประสงค์ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	73
17 ความถี่ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	74

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความถี่ในการเข้าพักรักษาตัวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตารีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	74
19 การรู้จักที่พักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตารีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	75
20 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การรู้จักที่พักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตารีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	76
21 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	77

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 รูปแบบของคุณภาพบริการ.....	16
2 แบบจำลองโซ่สายใยบริการ.....	21
3 แบบจำลองโซ่สายใยบริการที่ง่าย ๆ.....	24
4 แสดงการใช้เครื่องมือทำการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	25
5 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	52

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิประเทศที่สวยงามในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว 5 ภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก แต่ละภาคจะมีความงามที่แตกต่างกันตามภูมิภาคนั้น ๆ และภูมิอากาศของภาคต่าง ๆ ประเทศไทยจึงเป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของโลก

จังหวัด ตราด เป็นจังหวัดชายแดน ภาคตะวันออก ของประเทศไทย แบ่งการปกครองออกเป็น 5 อำเภอ กับ 2 อำเภอ คือ อำเภอ เมือง อำเภอเขาสมิง อำเภอคลองใหญ่ อำเภอแหลมงอบ อำเภอบ่อไร่ กิ่งอำเภอเกาะกูด และกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดมีอากาศที่ไม่ร้อนจัด หรือหนาวจนเกินไป แต่มีฝนตกชุก เพราะมีพื้นที่ติดทะเลและภูเขาโอบล้อมจึงทำให้รับอิทธิพลลมมรสุม “เมืองเกาะครึ่งร้อย พลอยแดงค่าล้ำ ระกำแสนหวาน หลังอานหมาดี ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา” (สำนักงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด, 2549, หน้า 1) เกาะช้างเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากเกาะภูเก็ต การเดินทางสะดวก สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อีกทั้งยังมีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวให้เลือกทำหลากหลาย เกาะช้างจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างชาติ

เกาะช้าง จังหวัด ตราด เป็นทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริงในทะเลฝั่งตะวันออก จากผลสำรวจ ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใน เกาะช้าง จังหวัดตราด ในปี 2547 ( มกราคม – ธันวาคม ) มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 271,272 คน ชาวต่างชาติ 100,473 คน รวมมีนักท่องเที่ยวจำนวน 371,745 คน/ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.93 และในปี 2548 ( มกราคม – ธันวาคม ) มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 341,669 คน ชาวต่างชาติ 149,108 คน รวมมีนักท่องเที่ยวจำนวน 463,777 คน/ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.76 จำนวนเงินค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นจาก 1,158.79 บาท/วัน/คน เป็นร้อยละ 4.42 และเป็นจำนวน 1,229.18 บาท/วัน/คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.07 (ปี 2547, 2548 ตามลำดับ) นักท่องเที่ยวต่างชาติ เพิ่มขึ้นจาก เป็น 806.70บาท/วัน/คน เพิ่มขึ้นร้อยละ

101.38 และเป็น 1,324.42 บาท/วัน/คน เพิ่มเป็นร้อยละ 64.18 (ปี 2547, 2548 ตามลำดับ) (สำนักงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด, 2549 , หน้า 14) จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาลงทุนในธุรกิจทางด้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก หนึ่งในธุรกิจนั้นก็คือธุรกิจทางด้านโรงแรม และที่พัก จึงทำให้ธุรกิจทางด้านโรงแรมและที่พัก มีอัตราการเจริญเติบโตเร็วมากจึงทำให้มีการแข่งขันการทำธุรกิจทางด้านโรงแรมและที่พักสูง ทำให้ธุรกิจทางด้านโรงแรมและที่พักได้รับผลกระทบและประสบปัญหา ถ้าหากขาดการจัดการที่ดีและการวางแผนพัฒนาอย่างไม่เป็นระบบ จะนำไปสู่ทิศทางที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นการจัดการและการวางแผนพัฒนาอย่างเป็นระบบเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง รวมไปถึงการนำการให้บริการที่มีคุณภาพ โดยคุณภาพในการให้บริการจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการให้บริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อความรู้สึกนึกคิด แนวทัศนคติให้เกิดภาพลักษณ์ต่อสิ่งที่ได้พบเห็น การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจต่อผู้ใช้บริการเป็นผลทำให้ผู้ใช้บริการต้องการหวนกลับมาใช้บริการอีกด้วยความเต็มใจ หากการบริการไม่มีคุณภาพย่อมส่งผลในทางตรงกันข้าม เพราะการบริการเมื่อเกิดขึ้นแล้วไม่สามารถนำกลับมาให้บริการใหม่อีกครั้งได้ ไม่เหมือนสินค้าหากมีคุณภาพสามารถนำกลับมาผลิตใหม่ได้และที่สำคัญผู้ใช้บริการนั้นจะเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งในทางบวกและทางลบ คุณภาพบริการในองค์กรจะส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยว หากการบริการไม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวย่อมไม่เกิด เพราะนักท่องเที่ยวหันไปใช้บริการจากสถานที่อื่นที่มีคุณภาพดีกว่า

จากการศึกษาธุรกิจบริการที่พักเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า มีการบริการที่พักหลากหลาย หากจัดแบ่งเป็นกลุ่มจะได้ดังนี้ โรงแรม (Hotel) รีสอร์ท (Resort) เกสต์เฮาส์ (Guest House) ที่พักขนาดเล็ก (Inn) บังกะโล (ชายหาด) บ้านพัก ที่เกาะช้างส่วนใหญ่จะเป็น รีสอร์ท และ บังกะโลตามชายหาด สำหรับที่ศรีตรา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดนั้น ถือเป็นรีสอร์ทขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวที่จะเลือกเข้ามาใช้บริการนั้นค่อนข้างน้อย และเป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ในภาวะการณ์ปัจจุบันนี้การแข่งขันเริ่มรุนแรงขึ้นซึ่งต่างก็แข่งขันกันด้านบริการเพื่อแย่งผู้รับบริการและพยายามที่จะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านต่าง ๆ เพื่อให้ชนะในผู้รับบริการ และนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าเราเข้าใจถึงความรู้สึกหรือความคาดหวังของผู้รับบริการได้มากเท่าใด ก็จะ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากเท่านั้น แม้ว่าโรงแรมขนาดใหญ่จะมีจุดเด่นที่ดึงดูดใจให้เลือกบริการ แต่ถ้าหากรีสอร์ทขนาดเล็กสามารถพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดีขึ้น เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไรมีความต้องการ

ทางด้านใดเพื่อให้เราเตรียมความพร้อมไว้สำหรับเพื่อปรับปรุงคุณภาพและบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาเบื้องต้น วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดอีกทั้ง ใช้เป็นแนวทางในการประกอบการพิจารณาปรับปรุงการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด อันพึงจะก่อประโยชน์ต่อการดำเนินการทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตาม เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส, ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน, วัตถุประสงค์ในการมาพัก, ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก

### สมมติฐานในการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** นักท่องเที่ยวเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 5** นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 6** นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 7** นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบันที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 8** นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการมาพักที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 9** นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ของการมาพักที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 10** นักท่องเที่ยวที่มีการรู้จักที่พักที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือได้ ความรับผิดชอบ การสร้างความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ

ขอบเขตด้านพื้นที่: การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 250 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา: ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัย และเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2550 ที่เริ่มต้น และเดือน สิงหาคม พ.ศ.2550 ที่สิ้นสุดในการวิจัยซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่เริ่มค้นคว้าข้อมูล แนวคิดทฤษฎี จนถึง จัดทำรูปแบบปัญหาพิเศษ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ จนบังเกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นไปตาม

วัตถุประสงค์ของตน แต่ทั้งนี้ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่าความนิยม ประสบการณ์ และแรงจูงใจที่ได้รับ

อัตราค่าห้องพัก หมายถึง ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก คีรีตา รีสอร์ท เกะช้าง จังหวัด ตราด

สภาพห้องพัก หมายถึง ความสะอาดของห้องพักความปลอดภัยหรืออากาศถ่ายเทสะดวก บรรยากาศที่ดี

การต้อนรับของพนักงานหรือการบริการ คือ การบริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับ อภัยคัยไมตรีของพนักงาน ความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเข้าพักใน คีรีตา รีสอร์ท เกะช้าง จังหวัดตราด อย่างน้อย 1 คืน

คุณภาพบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและระดับของความสามารถของบริการในการสนองความต้องการของผู้รับบริการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ หลังจากได้รับบริการไปแล้ว ซึ่งจำแนกได้ 5 องค์ประกอบ คือ สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือได้ ความรับผิดชอบ การสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ

สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้ผู้รับบริการได้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในรีสอร์ท อันได้แก่ สภาพห้องพัก ความสะอาดของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ปรากฏต่อสายตาลูกค้า

ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ต้องถูกต้องแม่นยำ มีความเหมาะสมในการให้บริการในทุกครั้งและการบริการจะต้องได้ผลอย่างสม่ำเสมอในทุกจุดบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นสามารถเชื่อถือได้

ความรับผิดชอบต่อ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจของพนักงานที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอ

การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ พนักงานจะต้องการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการบริการให้เป็นที่ประจักษ์ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ด้วยการปฏิบัติต่อ



ผู้รับบริการอย่างสุภาพนุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี มีความเป็นกันเอง ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของ คีรีตารีゾート เกาะช้าง จังหวัด ตราด
2. เพื่อให้ทราบระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการท่องเที่ยว
3. ใช้เป็นแนวทางในการประกอบการพิจารณาปรับปรุงการบริการของ คีรีตารีゾート เกาะช้าง จังหวัดตราด อันพึงจะก่อประโยชน์ต่อการดำเนินการทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง 'ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด นั้น เป็นการศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยศึกษาจากผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการแล้ว ดังนั้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานลักษณะนี้มาแล้ว เพื่อนำมากรอบแนวคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ และคุณภาพบริการ
3. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. ข้อมูลเบื้องต้น คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวความคิดในการศึกษา

### แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

#### ความหมาย

ในการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นนี้ ได้มีผู้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้หลายประการพอที่จะนำเสนอได้ดังนี้

โคลาซา (Kolasa, 1969, p. 386) มีความเห็นว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากกรณีแวดล้อม (circumstance) หรือความคิดเห็นเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้อิทธิพลจากความโน้มเอียง (predisposition) ความโน้มเอียงนี้เองที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตาม ซึ่งเรียกว่า โครงสร้างทัศนคติ (attitude structure) ทัศนคติจึงเป็นพื้นฐานของความคิดเห็นและมีอิทธิพลต่อการแสดงออก ส่วนทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงในการแสดงออกของบุคคลอื่น สถานที่ สภาพแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นไปในทางบวกหรือว่าลบ

พจนานุกรมทางการศึกษาของกู๊ด ( Good, 1973, p. 339) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่าความนึกคิด ความรู้สึกประทับใจ ความเชื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

เว็บสเตอร์(Webster, 1974, p.1254) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นการประเมินค่าการแสดงความรู้สึก หรือการคาดการณ์ในเรื่องคุณภาพหรือคุณค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคคล และการที่จะยอมรับความคิดเห็นนั้นๆ ต้องมีการพิจารณาหรือถกเถียง เพื่อหาข้อสรุปของความแตกต่างในเรื่องทรรศนะและความเชื่อมั่นก่อน

กฤษณี มหาวิรุฬห์ (2531, หน้า 7) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกเชื่อถือที่ไม่อยู่บนความแน่นอนหรือความจริง แต่ขึ้นอยู่กับจิตใจของบุคคลจะแสดงออกโดยมีข้ออ้างหรือการแสดงเหตุผลสนับสนุนหรือปกป้องความคิดเห็นนั้น ความคิดเห็นบางอย่างเป็นผลของการแปลความหมายของข้อเท็จจริง ซึ่งขึ้นกับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น พื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน สภาพแวดล้อม ฯลฯ และมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบสำคัญ การแสดงความคิดเห็นนี้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้

สุโท เจริญสุข (อ้างถึงใน รัฐกานต์ สุขสว่าง 2538, หน้า 58 – 59) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นสภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล เป็นผลที่ได้จากบุคคลมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ หรือเฉย ๆ

เรนเนอร์ (อ้างถึงใน ไพโรจน์ ฉัตรศิริมงคล, 2540 หน้า 36) กล่าวว่าความคิดเห็นเกิดจากความรู้ความเข้าใจ การมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในลักษณะเป็นกลางเฉย ๆ ไม่มีความคิดเห็น ความรู้ ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่เห็นด้วย

นพมาศ ธีรเวคิน (2542, หน้า 99) อธิบายความคิดเห็นนั้นถูกจัดว่าเป็นส่วนที่มนุษย์ได้แสดงออกมาโดยการพูดหรือเขียน มนุษย์นั้นจะพูดตามสังคมหรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตาม แต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็ทำให้เกิดผลได้ คนส่วนใหญ่มักจะถือว่าสิ่งที่มนุษย์แสดงออกมานั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความในใจ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่นิยมกันมากที่จะสำรวจความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรียกกันว่า การสำรวจประชามติ (polling) จึงอาจกล่าวได้ว่าการหยั่งประชามติเป็นเครื่องมือสำคัญทางวิชาการที่ใช้ศึกษาและสำรวจการแสดงความคิดเห็นในปัจจุบัน

จากความคิดของบุคคลที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึก ความเชื่อ การตัดสินใจ ต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมี

อารมณ์ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้น เป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจถูกต้องหรือไม่ก็ตามซึ่งอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาและอาจจะแสดงได้ด้วยคำพูดหรือการเขียนก็ได้

### แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ และคุณภาพบริการความหมายของการบริการ

การบริการตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2525 (2539, หน้า 463) หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ

दन्य तेयनपुठ्ठ (2543, หน้า 21) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึงการทำงานอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการคนอื่นซึ่งจะเป็นผู้รับผลจากงานที่เราทำไปนี้ ซึ่งมีการให้ทั้งรูปธรรม และนามธรรมในเชิงความสะดวกรวดเร็วถูกต้องและด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน ซึ่งมี 3 ลักษณะ คือ

1. ให้บริการด้วยความเต็มใจ
2. ให้บริการด้วยความโกรธ
3. ให้บริการด้วยเหตุผล

สิ่งที่คุณรับบริการต้องการ คือ การให้ด้วยเหตุผล และการให้บริการที่ดีจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจ ความต้องการของผู้รับบริการ (ผู้รับบริการ) เป็นหลักโดยที่ผู้รับบริการ จะต้องมีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ และปฏิภาณ อยู่ตลอดเวลา (दन्य तेयनपुठ्ठ, 2543, หน้า 10-11)

วืระพงษ์ เฉลิมจืระรัตน์ (2543, หน้า 31) ได้ให้ความหมายการบริการในเชิงตลาด ดังนี้

1. เป็นคุณค่าเสริมของตัวสินค้า เช่น ชื่อสินค้าและมีบริการจัดส่งถึงบ้าน
2. เป็นคุณค่าสำคัญของสินค้า เช่น มีสินค้าหลายชนิดไม่สามารถแยกขายได้จากกัน

เช่น การซื้อรถยนต์จะต้องมีการบริการหลังการขาย

3. เป็นองค์ประกอบที่สำคัญกว่าตัวสินค้าเป็นสินค้าบริการ เช่น ธนาคาร โรงแรม เป็นบริการจากตัวบุคคล และบรรยากาศสถานที่ ฯลฯ เป็นหลักมากกว่าเป็นสินค้าที่จับต้องได้

ดังนั้น การบริการเชิงการตลาด หมายถึง การให้บางสิ่งบางอย่าง และ/หรือการทำบางสิ่งบางอย่างให้ด้วยความเต็มใจ โดยผู้ที่ได้รับการบริการจะได้รับในรูปแบบของสินค้าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ซึ่งจะเสริมคุณค่าความสำคัญของตัวสินค้าลงไปด้วย (วืระพงษ์ เฉลิมจืระรัตน์, 2539, หน้า 11)

มีนักบริหารงานบริการบางแห่ง จะสรรหาคำที่มีความหมายดีๆจำนวนหนึ่งมารวมกัน โดยมีอักษรตัวหน้าต่อกันแล้วอ่านว่า Service พอดีคุณลักษณะ 7 ประการที่ดี มีดังนี้ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2543, หน้า 6)

S = Smiling & Sympathy: ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบาก ยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response: ตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมิทันได้เอ่ยปากเรียกหา

R = Respect: แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntaries Manner: ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจไม่ใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing: การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = courtesy: กริยามารยาทอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อม ถ่อมตน

E = Enthusiasm: มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติงานอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของคุณอื่น ซึ่งจะเป็นผู้รับผลจากงานที่เราทำไปนี้ และเป็นการให้บริการด้วยความเต็มใจ และให้ด้วยเหตุผล ในเชิงความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยไมตรี

**ความสำคัญของการบริการ**

ธานินทร์ สุวงศ์วาร (2541, หน้า 4) กล่าวถึงงานบริการเป็นการสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้าและผู้ที่มาติดต่อ การบริการที่ดีย่อมมีผลต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียหายอย่างร้ายแรง หากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นผู้รับผิดชอบในการให้บริการ และการต้อนรับต้องตระหนักและระลึกอยู่เสมอว่า "การบริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบ"

การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่าความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้

### ลักษณะของการบริการที่ดี

ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการ กำหนดไว้เป็นกรอบ หรือแนวทางปฏิบัติของพนักงานเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบาย

มนูญ พุฒทอง (อ้างในสมิต สัชฌุกร, 2542, หน้า 174 – 176) ประธาน กรรมการบริหารกลุ่มห้องอาหารวิจิตรทยกอ ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับการบริหารไว้โดยได้กำหนด นโยบายในการให้บริการเพื่อเป็นหลักการให้พนักงานทุกคนและทุกระดับของกิจการ ถือเป็นแนวปฏิบัติ 3 ประการได้แก่

1. ลูกค้าน่าต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงลูกค้าก่อนสิ่งอื่นใด
2. ลูกค้าถูกเสมอ ไม่ว่าลูกค้าจะพูดจะทำอย่างไรต้องไม่ได้แย้ง เพื่อยืนยันว่าลูกค้าผิด
3. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น สบายใจ

ด้วยหลักการดังกล่าวข้างต้นความนิยมจากลูกค้า เพราะนอกจากอาหารอร่อยมีรสชาติถูกปาก ถูกคอแล้ว ยังมีบริการทางอารมณ์ เช่น มีดนตรีประกอบระหว่างรับประทานอาหาร ที่สำคัญ คือ มีการเสนอรูปแบบของบริการที่แปลกใหม่อยู่เสมอ

การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และอารมณ์ แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจถ้ามีความรักในงานบริการ ก็จะทำให้ทุกสิ่งทุกอย่าง ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจ และเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดเป็นผลด้านดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อน จึงต้องการความช่วยเหลือที่ ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างสุลึกละเอียดในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุข และความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่าการให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จะเป็นการสนองตอบความต้องการ และทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการที่ดี หรือเหนือกว่าผู้อื่นหากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการให้เป็นพิเศษ แก่คนบางคนก็เท่ากับ เราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่คนเพียงคนเดียว แต่ทำความ

ไม่พอใจให้แก่คนจำนวนมาก เราอาจพูดพอได้ยากกับลูกค้าบางคนว่า เราบริการให้เป็นพิเศษแต่ต้องการแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่า เราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็เกิดความปิติ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

ลักษณะเด่น ๆ ของบริการที่ดีตามที่อธิบายข้างต้น เป็นลักษณะพื้นฐาน หลายสิ่งหลายอย่าง ที่อาจช่วยเหลือให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่ง ๆ ขึ้นอีก เช่นการแสดงอัธยาศัยที่ดีของผู้ให้บริการ ความสุภาพน่ารัก และความเอาใจใส่ติดตามเรื่องการช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์สุจริต การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

#### หลักการสำคัญในการให้บริการ

เพื่อเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ จึงมีหลักการให้บริการดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้ให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม
2. การใช้วิธีการสื่อสารที่ดีต่อลูกค้า เพราะการสื่อสารที่ดีทั้งโดยวาจาหรือใช้สื่อที่เป็นสัญลักษณ์ที่องค์กรจัดไว้สื่อสารกับลูกค้า จะทำให้เกิดความสะดวกและเข้าใจที่ดี
3. การให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคน การให้ความสำคัญต่อลูกค้าเป็นการแสดงถึงการยอมรับและนับถือลูกค้า จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ
4. องค์กรมีความรับผิดชอบ การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการที่ใช้บริการในทุกกรณี จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2544, หน้า 9) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการที่มีต่อผู้รับบริการไว้ดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้จัดให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม
2. การใช้วิธีการสื่อสารที่ดีต่อลูกค้า เพราะการสื่อสารที่ดีทั้งโดยวาจาหรือใช้สื่อที่เป็นสัญลักษณ์ที่องค์กรจัดไว้สื่อสารกับลูกค้า จะทำให้เกิดความสะดวกและเข้าใจที่ดี
3. การให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคน การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นการแสดงถึงการยอมรับและนับถือลูกค้า จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความพอใจ

4. การมีความรับผิดชอบ การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการในทุกกรณี จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544, หน้า 9) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการที่มีต่อผู้รับบริการ ไว้ดังนี้

ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ลูกค้าจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งนี้การให้บริการที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องอำนวยความสะดวกสบาย และสนองตอบสิ่งทีผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

#### คุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ มีความสำคัญมากต่อธุรกิจบริการที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในด้านการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่ง Haskett, Sasser และ Schlesinger (1997) ได้นำเสนอโมเดลโซ่สายใยบริการซึ่งจะทำให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพบริการ และความหมายของคุณภาพบริการนั้น ได้ที่ผู้รู้ให้ความหมายได้ดังนี้

คุณภาพ (Quality) หมายถึง ความสอดคล้องกับข้อกำหนดถึงระดับของคุณประโยชน์ของบริการที่เอื้ออำนวยต่อผู้ให้บริการและตอบสนองต่อความต้องการที่ตั้งใจหรือคาดหวังก่อนใช้บริการนั้นๆ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2546, หน้า 14)

คุณภาพบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและระดับของความสามารถของบริการในการสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจหลังจากได้รับบริการไปแล้ว (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2546, หน้า 14)

คุณภาพบริการที่มีคุณค่า จะต้องมีการทำการวิจัยตลาด การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว มีเครื่องมือที่ไว้วัด กำหนดเป้าหมายและภาระหน้าที่ให้ชัดเจน ทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพบริการมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม และมอบหมายงาน บทบาทหน้าที่ให้เหมาะสมกับพนักงาน รวมทั้งการให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของพนักงาน (White C, & Rudall L, 1999, p14)

คุณภาพเกี่ยวกับบริการที่คาดหวัง บริการที่รับรู้ และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการ



## 1. บริการที่คาดหวัง ( Expected Service )

เนื่องจากบริการมีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ไม่มีตัวตน คุณภาพไม่แน่นอน ไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้ ทำให้ผู้รับบริการมาสามารถประเมินคุณภาพของบริการได้ก่อนตัดสินใจ ผู้รับบริการจึงเกิดความหวังต่อคุณภาพบริการ ซึ่งจากการศึกษาของ Valarie A. Zeithaml A. Parasuraman and Leonard L. berry (1990) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของบริการและเป็นตัวกำหนดคุณภาพที่ผู้รับบริการคาดหวังมี 4 ปัจจัยคือ

1.1 ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกเล่าปากต่อปาก ข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับคุณภาพบริการจากเพื่อนหรือคนที่รู้จัก ซึ่งเคยได้ไปใช้บริการในสถานบริการแห่งนั้นมาแล้วจะทำให้ผู้ฟังเกิดความคาดหวังว่าจะได้รับในสิ่งดี ๆ ดังที่ทราบมา

1.2 ความคาดหวังที่เกิดจากความต้องการส่วนตัวของผู้รับบริการซึ่งเป็นความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับภูมิหลังของบุคคลนั้น

1.3 ความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ประสบการณ์ การได้รับบริการจะมีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวัง

1.4 ความคาดหวังที่เกิดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการข้อมูล ที่ได้รับทราบจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของรีสอร์ทในเรื่องต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพในการให้บริการ การมีอุปกรณ์ที่หรูหรา ทันสมัย เป็นต้น ปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง คือ การสรุปตัดสินใจภายใต้อิทธิพลทั่ว ๆ ไปของการโฆษณาคือ ราคา ปัจจัยนี้มีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดความคาดหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของผู้รับบริการที่มีความคาดหวังในการบริการอยู่แล้ว

## 2. บริการที่รับรู้ (Perceived Service)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการตีความหรือแปลความผลของการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งเร้าภายนอกรอบตัวบุคคลโดยอาศัยประสบการณ์เดิม และการเรียนรู้เป็นเครื่องช่วยแสดงออกเป็นความรู้สึกนึกคิดความรู้ความเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ตามความรู้สึกที่เกิดขึ้น

ผู้รับบริการในรีสอร์ทจะมาด้วยความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตามกลไกที่เกิดขึ้นในข้อ 1.1 แต่เมื่อมาถึงรีสอร์ท บริการที่เกิดขึ้นจริงอาจเป็นไปตามความคาดหวังหรือต่ำกว่าความคาดหวัง หรือเกินกว่าความคาดหวังก็ได้สิ่งเหล่านี้เรียกว่า บริการที่รับรู้

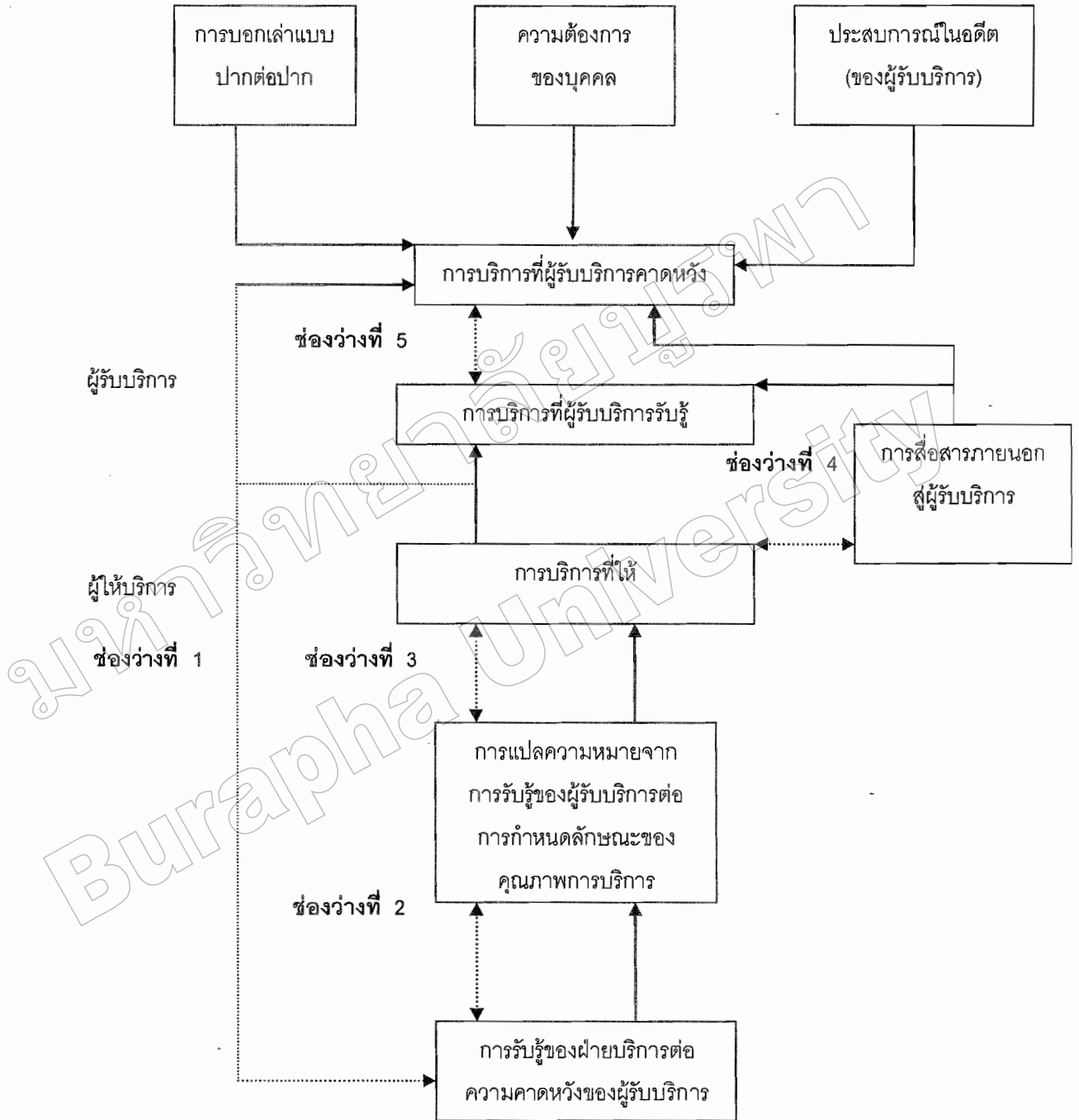
## 3. การรับรู้คุณภาพบริการ

เมื่อผู้รับบริการมาใช้บริการในรีสอร์ทมักจะมีการประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับเนื่องจากผู้รับบริการไม่มีความรู้เกี่ยวกับรีสอร์ทจึงไม่รู้ว่าบริการที่ได้รับเป็นไปตามมาตรฐานที่

กำหนดไว้หรือไม่ แม้ภายหลังรับบริการแล้วก็ยังไม่สามารถประเมินได้อยู่แน่นอน แต่ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการว่าเป็นไปตามที่ตนคาดหวังหรือไม่ (พินิตา ตามาพงศ์, 2538, หน้า 33) โดยการเปรียบเทียบกับบริการที่ตนคาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่เกิดขึ้นจริงตามการรับรู้ (Perceived Service) ของตนถ้าบริการที่ตนได้รับรู้น้อยกว่าบริการที่ตนคาดหวังผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ถ้าบริการที่ตนรับรู้เท่ากับบริการที่ตนคาดหวังผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าบริการที่ตนรับรู้เกินกว่าที่ตนคาดหวังผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ ในกลุ่มของผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจและประทับใจบริการนี้จะกลายเป็นผู้รับบริการประจำของรีสอร์ท ซึ่งในทางการตลาดเรียกว่าเป็นผู้รับบริการผู้ภักดี และผู้รับบริการเหล่านี้จะเป็นผู้บอกกล่าวแก่ผู้อื่นจากปากต่อปากต่อ ๆ กันไป

Parasuraman, Zeithami และ Berry (1990) นักวิชาการ นักวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิทางการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้นำแนวความคิดทางการตลาดมาเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality) หลักสำคัญของแนวคิดทางการตลาดที่ Parasuraman และคณะนำมาประยุกต์ใช้กับคุณภาพบริการคือการให้ความสำคัญและยึดถือความต้องการของผู้รับบริการเป็นบรรทัดฐานในการวางแผนและการดำเนินการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ แนวความคิดดังกล่าวสอดคล้อง Kotler นักการตลาดที่มีชื่อเสียงอีกท่านหนึ่ง ที่ได้ให้คำจำกัดความการตลาด (Marketing) ว่าเป็นกระบวนการทางสังคมและการจัดการโดยบุคคลและกลุ่มเพื่อให้ได้รับสิ่งที่จำเป็นและความต้องการโดยผ่านการสร้างสรรค์ การเสนอและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ากับผู้อื่น โดยถือว่ามโนทัศน์ทางการตลาดเป็นกุญแจสำคัญในการบรรลุจุดหมายนั้นคือการกำหนดความจำเป็น (Needs) และความต้องการ (Wants) ของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง (พินิตา คำยุ, 2536, หน้า 6 อ้างอิงมาจาก Kotler, 1994, p.13) ในรูปของแบบจำลองของคุณภาพบริการ (Service Quality Model) ซึ่งได้ระบุถึงประเด็นต่างๆ ที่จะต้องให้ความสำคัญในการให้บริการแก่ผู้รับบริการเพื่อให้ได้คุณภาพตามที่ ผู้รับบริการคาดหวังไว้

ซึ่งจากการศึกษาของ Parasuraman และคณะพบว่ามีช่องว่างหรืออุปสรรค 5 ประการที่ทำให้ผู้บริหารไม่ประสบความสำเร็จในการให้บริการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้รับไม่เป็นไปตามการคาดหวัง ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 รูปแบบของคุณภาพบริการ (Service Quality model)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับบริการทำให้เห็นว่าการจัดบริการที่มีคุณภาพสูงหรือเรียกว่า “การจัดการด้านคุณภาพบริการ” (Service Quality Management) หมายถึงการทำให้เกิดความสมดุลระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งจะทำให้ช่องว่างคุณภาพบริการนี้ปิดลง (Close Gap) ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องว่างหรืออุปสรรคของการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพอยู่ที่ขั้นตอนใดและเกิดขึ้นได้อย่างไร ความพยายามในการที่จะแก้ปัญหาการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพขององค์กร ทำให้เกิดความเข้าใจในปัญหาบริการที่เกิดขึ้นดังที่เห็นในภาพประกอบที่ 1 ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างภายใน (Internal Gaps) ซึ่งอธิบายถึงที่มาของช่องว่างคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นในองค์กร ส่วนช่องว่างสุดท้ายเป็นช่องว่างที่ 5 ซึ่งหมายถึงช่องว่างภายนอก (External Gaps) ซึ่งเป็นช่องว่างที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการโดยตรง

แบบจำลองดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงช่องว่าง (Gaps) ที่ทำให้การบริการไม่มีคุณภาพมี 5 ประการ ดังนี้

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค กับความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร (Gap Between Expectation and Management Perception of Those Expectations) ผู้บริหารอาจไม่ทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค ทำให้นึกเห็นภาพถึงความคาดหวัง ดังกล่าวแตกต่างไปจากความเป็นจริง เช่น ผู้บริหารอาจคิดว่าลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทให้ความสำคัญกับอาหารที่ดี แต่ในความเป็นจริงแล้วลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทต้องการความสนใจ และการเอาใจใส่ที่ดีจากพนักงานต้อนรับมากกว่า
2. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร กับมาตรฐานของคุณภาพ (Gap Between Management Perceptions and Service Quality Specifications) แม้ว่าผู้บริหารจะทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของลูกค้าที่เข้ามาพักในรีสอร์ท แต่อาจไม่ได้กำหนดมาตรฐานที่เหมาะสม เช่น มีนโยบายว่าจะต้องให้บริการที่รวดเร็วแก่ผู้รับบริการ แต่ไม่ได้ระบุออกมาเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมซึ่งวัดได้ในเชิงปริมาณ
3. ช่องว่างระหว่างมาตรฐานของคุณภาพบริการ กับการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง (Gap Between Service Quality Specification and Actual Service Delivery) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นในกรณีที่พนักงานได้รับการอบรมน้อย มีความสามารถต่ำหรือไม่เต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ตามที่มาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้
4. ช่องว่างระหว่างการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง กับข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับจากภายนอก (Gap Between Actual Service Quality and external Communication About the

Service) ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคเห็นภาพโฆษณาว่า รีสอร์ทมีห้องพักที่สวยงามหรู ใ่อ่า ทันสมัย แต่เมื่อมาได้พบเห็นด้วยสายตาตนเอง ก็พบว่าห้องเล็ก คู่อึดอัดและเก่า

5. ช่องว่างระหว่างการบริการที่ผู้บริโภคนึกเห็นภาพ กับการบริการที่คาดหวัง (Gap between Perceived Service and Expected Service) ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างผลการปฏิบัติงานที่ตนนึกเห็นภาพได้ กับระดับของการบริการที่ได้คาดหวังไว้ และจะประเมินค่าออกมาเป็นคุณภาพของการบริการ

สุมน จักร์เมธา เกรียงศักดิ์ วุฒิธนชัย และอรสา จันทร์เลิศเลขา (2541) ได้ทำการวิจัย เรื่องการใช้บริการรถไฟฟ้าของผู้ขับขีรถยนต์ได้ให้ความสนใจกับช่องว่าง 1(Gap 1) คือช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค กับความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร (Gap Between Expectations and Management Perceptions of Those Expectations) ถ้าผู้บริหารไม่ทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภคซึ่งในที่นี้ก็คือ ผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลก็จะเกิดช่องว่างขึ้น ทำให้ไม่สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการกลุ่มดังกล่าวได้อย่างประสบความสำเร็จดังที่ (วารี วาณิช ปัญจพล, 2539, หน้า 11 อ้างอิงมาจาก Lovelock, 1996, p.7) พบว่าในการศึกษาถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ของการบริการว่าผู้รับบริการในส่วนของตลาด (Segment) ที่กำลังให้ความสนใจนั้น ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ของการบริการในระดับมาก-น้อย แตกต่างกันอย่างใด จะทำให้องค์กรผู้ให้บริการนั้น ๆ สามารถดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างประสบความสำเร็จ

Roberta S. Russell and Bernard W.Taylor III (2006, pp. 81-82 citing J.R.Evans and W.M.Lindsay, 1996) กล่าวถึง มิติของคุณภาพในด้านบริการ (DIMENSIONS OF QUALITY: SERVICES) นั้นมีความแตกต่างจากรูทิจการผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ เนื่องจากธุรกิจบริการมีความสัมพันธ์กับเวลาและลูกค้า โดยมีมิติต่างๆดังนี้

1. ระยะเวลารอคอยและความตรงต่อเวลาต่อการให้บริการ
2. ความสมบูรณ์ของผลการให้บริการ
3. การให้บริการอย่างมีมารยาท นอบน้อม
4. ความสม่ำเสมอของการให้บริการ
5. การสะดวกในการเข้าถึงบริการ
6. ความแม่นยำ ถูกต้องของการให้บริการ
7. ความรับผิดชอบของผู้ให้บริการ

แบบวัดคุณภาพการบริการ (Christopher Lovelock, 2001, p.365 citing Valarie A.Zeithaml, A.Parasuraman and Leonard L.Berry) เพื่อศึกษาถึงสิ่งที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพบริการโดยเลือกตัวอย่างจากผู้ใช้บริการจากธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจธนาคาร (Retail Banking) ธุรกิจบัตรเครดิต (Credit Card) ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Securities Brokerage) และธุรกิจซ่อมบำรุง (Product Repair and Maintenance) ผลการศึกษาพบว่าเกณฑ์ที่ผู้รับบริการใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวกำหนดคุณภาพบริการ มีองค์ประกอบ 10 ประการ ดังนี้

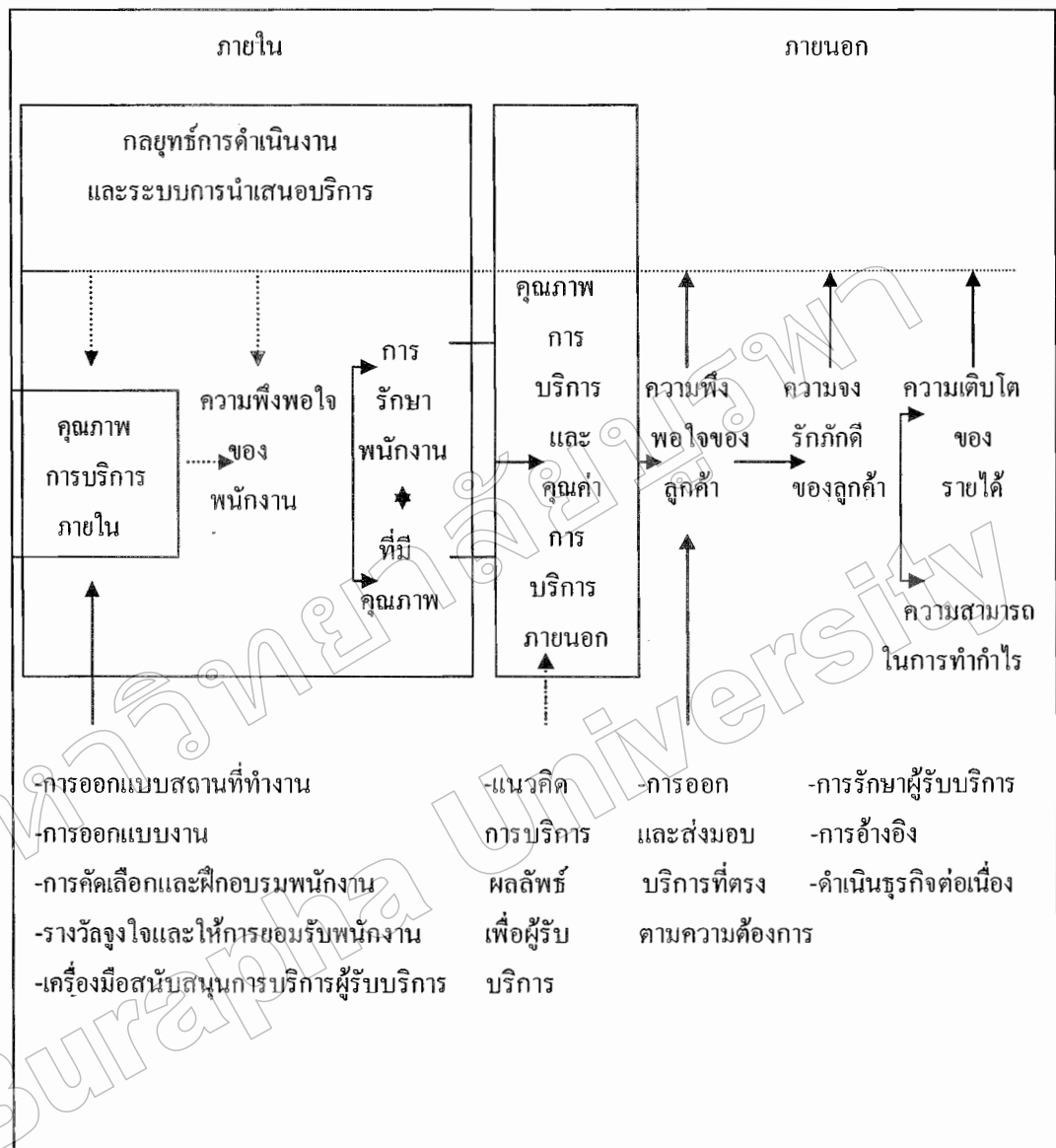
1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
2. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อภัยปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ
3. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้าคือ ไม่ทำให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทิวทัศน์ที่ตั้งต้องเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding the customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจในการตอบสนองความต้องการดังกล่าว
6. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก จะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ (Tangibles)
7. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
8. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
9. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานบริการนั้น
10. ความสุภาพ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเองและมีวิจรรณญาณ

ซึ่งต่อมาคณะผู้ทำการวิจัยชุดเดิม พบว่าตัวกำหนดคุณภาพบริการ 10 ประการมีความซ้ำซ้อนกันจึงได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือที่

จะเป็นมาตรฐานวัดคุณภาพบริการ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจากผู้ใช้บริการธุรกิจ 5 ประเภท ได้แก่ 1. ธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องมือเครื่องใช้ (Appliance Repair and Maintenance) 2. ธุรกิจธนาคาร (Retail Banking) 3. ธุรกิจโทรศัพท์ทางไกล (Long-distance Telephone) 4. ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Securities Brokerage) และ 5. ธุรกิจบัตรเครดิต (Credit Cards) ซึ่งจากผลการศึกษาวัดคุณภาพบริการนี้ทำให้ได้องค์ประกอบของคุณภาพบริการ 5 ประการ คือ

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง ภาพของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏแก่สายตาของผู้บริโภคสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่ ความสะอาดสวยงามซึ่งสามารถสัมผัสได้ เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ บุคคล และวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง คำสัญญาที่ให้ในการบริการ สามารถเชื่อถือได้ และมีความถูกต้องแม่นยำ
3. ความรับผิดชอบ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง บุคลากรมีความรู้และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ผู้รับบริการเชื่อถือ และมั่นใจในบริการที่ได้รับ
5. การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง พฤติกรรมการดูแลเอาใจใส่ที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้รับบริการ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ

ซึ่งทั้ง 5 องค์ประกอบได้ถูกนำมาใช้เป็นมาตรฐานวัดคุณภาพบริการมาตรฐานวัดคุณภาพบริการ (Christopher Lovelock, 2001, p.365 citing Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry) เป็นแบบสอบถามซึ่งให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นว่า "ดีมากที่สุด" ไล่ระดับไปจนถึง "ต้องปรับปรุง" คุณภาพบริการซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการดังกล่าวนี้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เช่น พนิดา คำยู (2536) ได้นำ มาตรฐานวัดคุณภาพบริการ 5 องค์ประกอบมาใช้ในการศึกษาคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาล วาริ วณิชปัญจพล (2539, หน้า 12) ได้นำ มาตรฐานวัดคุณภาพบริการ 5 องค์ประกอบมาศึกษาและเปรียบเทียบให้อันดับที่คุณภาพบริการที่พยายามที่ผู้ป่วยคาดหวังและตามที่คุณบริหารในกลุ่มงานการพยาบาลรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วย และศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคุณภาพบริการพยาบาลเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังการรับรู้บริการตามมาตรฐานเชิงกระบวนการในโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น จึงทำให้ผู้วิจัยนำองค์ประกอบของคุณภาพบริการ 5 ประการนี้ มาเป็นแบบวัดคุณภาพในการบริการของศิริตารีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองโซ่สายใยบริการ (The Service-Profit Chain)

โซ่สายใยบริการ (The Service-Profit Chain) แสดงให้เห็นว่าการที่ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จและมีกำไรได้ต้องเกิดจากความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กรเป็นอันดับแรกจึงทำให้การบริการที่มีต่อผู้รับบริการเกิดคุณภาพและคุณค่า เพื่อสร้างความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการ แล้วมีการมาใช้บริการซ้ำซึ่งทำให้เกิดความเติบโตของ



รายได้และกำไรสูงองค์กร แต่การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะการวัดคุณภาพบริการ โดยยึดแนวคิด การวัดคุณภาพบริการของ (Christopher Lovelock, 2001, p.365, citing Valarie A.Zeithaml,A.Parasuraman and Leonard L.Berry) โมเดลไฮสกายไบบริการที่ได้จากการศึกษา ของทีมงานจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Haskette,Sasser & Schlesinger, 1997, p.75) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพบริการนั้น จากการวิจัยพบว่า

1. การรักษาผู้รับบริการด้วยคุณภาพบริการเป็นการควบคุมคุณภาพการให้บริการซึ่งคุณภาพ การให้บริการสูงทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มและมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มหากคุณภาพในการให้บริการต่ำก็จะทำให้ยอดขาย ความสามารถในการทำกำไรและส่วนแบ่งตลาดต่ำด้วย ซึ่งคุณภาพการให้บริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการรักษาผู้รับบริการของโรงแรม

2. คุณภาพบริการป้องกันการสูญเสียผู้รับบริการคุณภาพมีความสำคัญอย่างยิ่งส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ และส่งผลกระทบต่อป้องกันการสูญเสียผู้รับบริการของโรงแรม ซึ่งการให้บริการแต่ละครั้งหากผู้รับบริการไม่พึงพอใจมีโอกาสสูงมากที่จะทำให้สูญเสียผู้รับบริการไปแต่หากผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้การสูญเสียผู้รับบริการมีน้อย

การสร้าง ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) หมายถึง การที่ทำให้ผู้รับบริการมีประสบการณ์ในสิ่งที่พอใจ นำตื่นเต้น (ในคุณภาพและบริการ) แล้วกลับมาซื้อหรือมาใช้บริการซ้ำอีก (दनัย เทียนพุดม, 2543) ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการจากความพึงพอใจดังกล่าว จะช่วยส่งผลให้องค์กรมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการทำธุรกิจนั้นๆ ดังจะเห็นได้จาก

1. โอกาสในการซื้อและ/หรือใช้บริการซ้ำ
2. เป็นการสร้างและส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
3. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของผู้รับบริการ
4. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามผู้รับบริการคาดหวังไว้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ผู้รับบริการต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของ

ธุรกิจให้บริการผู้รับบริการพอใจ ถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวชี้วัดระยะสั้นและเกิดขึ้นหลังจากการติดต่อ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับองค์กรเป็นครั้ง ๆ ไป

แต่การที่จะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจได้นั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาก็คือสาเหตุหรือปัญหาที่ทำให้ผู้รับบริการไม่พอใจเพราะจะเป็นเหตุให้เสียผู้รับบริการหรือผู้รับบริการหนีหาย เนื่องจากการบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังตามความพึงพอใจของผู้รับบริการกับผลที่เกิดขึ้น (दनัย เทียนพุม, 2543, หน้า 10-29) โดยทั่วไปแล้วการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้จำนวนมากและสัมพันธ์กับทัศนคติ เช่น Smith (1965) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการทำงานว่าเป็นการบ่งบอกถึงระดับความพึงพอใจเล็กน้อยของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานนั้นว่า ตอบสนองความต้องการเขาได้ (พัชรี ทองแผ่, 2540, หน้า 10 อ้างอิงมาจาก Smith, 1965, p.7)

ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเกิดขึ้นต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับซึ่งได้มาจากการบริการและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของผู้ให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการได้มากน้อยเพียงใด

दनัย เทียนพุม (2543, หน้า 12) ได้กล่าวว่าจากการศึกษานี้จะเห็นได้ว่าใช่สายใยบริการที่แสดงความเชื่อมโยงของพนักงาน ผู้รับบริการ และความสำเร็จที่ว่า "ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีกำไรรวมทั้งความเติบโตของรายได้นั้น เกิดจากความจงรักภักดีและความพึงพอใจในการบริการที่มีคุณภาพและตรงตามที่คาดหวังไว้แล้วก่อให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้รับบริการซึ่งส่งผลให้เกิดกำไรประกอบกับการเติบโตของรายได้ตามมาเป็นวงจรต่อเนื่องที่แสดงความเชื่อมโยงของพนักงาน ผู้รับบริการและความสำเร็จ ดังภาพประกอบ 3



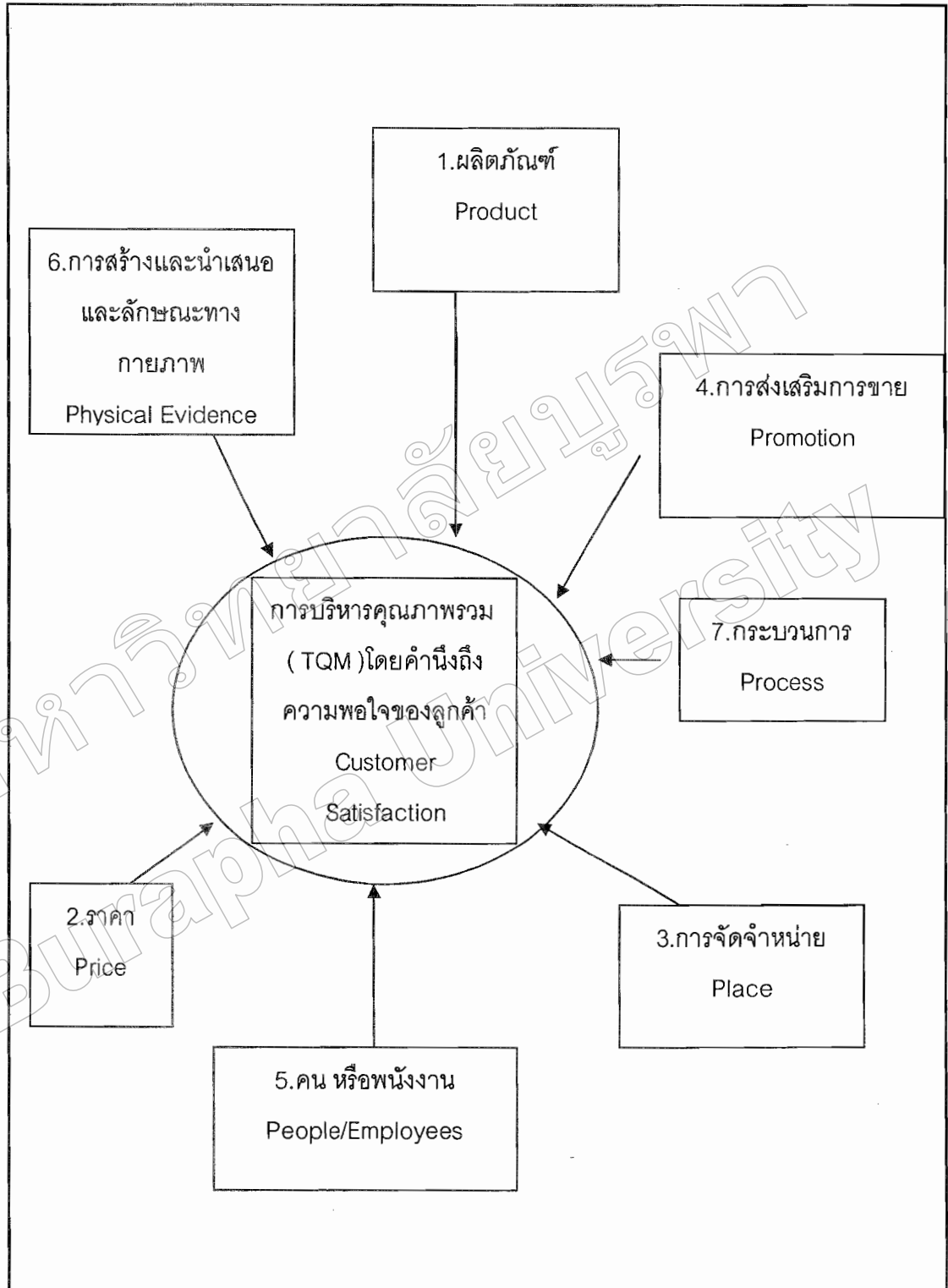
### ภาพประกอบ 3 แบบจำลองใช้สายใยบริการที่ง่าย ๆ

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการที่องค์กรหรือหน่วยงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริการนั้น ต้องให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กร อันจะเกิดความรักภักดีต่อหน่วยงานแล้วการบริการที่มีคุณภาพก็จะตามมาเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ จึงเป็นการสร้างรายได้และกำไรให้กับองค์กรนั้น ๆ

#### กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Phillip Kotler (2003, pp. 450-452) กล่าวถึง ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ประการ (The Service Marketing Mix) ไว้ว่า ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นแนวคิดพื้นฐานหลักของการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และมีการเพิ่มอีก 3P's ขึ้นมา โดยสะท้อนถึงการที่บริการมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ คน (People) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย

การดำเนินการทางการตลาด คือ การใช้ความพยายามในการปรับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและธุรกิจผู้ใช้บริการโดยการให้บริการใหม่ ๆ การปรับราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภค และการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการนั้นมี 7 ประการ กล่าวคือ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด แล้วยังรวมไปถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กระบวนการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Karen P.Goncalves, 1998, pp. 6-7)



ภาพประกอบ 4 แสดงการใช้เครื่องมือทำการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ  
(Marketing Tools for Services)

### การปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990, p. 101) ได้กล่าวถึงการปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการมีองค์ประกอบสำคัญ 10 ประการ ได้แก่

1. การฟัง (Listening) คุณภาพถูกกำหนดขึ้นโดยผู้รับบริการ การที่สินค้าหรือบริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการถือว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีคุณภาพ การปรับปรุงให้บริการมีประสิทธิภาพต้องมาจากการเรียนรู้ ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความน่าเชื่อถือเป็นแกนหลักในเรื่องคุณภาพในการบริการ
3. การให้บริการขั้นพื้นฐาน (Basic Service) ผู้รับบริการส่วนใหญ่ต้องการได้รับการบริการที่เป็นพื้นฐานและเรียบง่าย
4. การออกแบบการให้บริการ (Service Design) การส่งมอบบริการพื้นฐานที่ผู้รับบริการคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะต้องอาศัยการออกแบบระบบการให้บริการที่ดีหน้าทำงานต่าง ๆ ภายในองค์กรจะต้องทำงานอย่างสอดคล้องประสานกันเพื่อที่จะส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยปราศจากข้อผิดพลาดใดๆอันจะนำมาซึ่งคุณภาพในการบริการที่ลดต่ำลง
5. การแก้ไขปัญหา (Recovery) องค์กรจะได้รับคะแนนต่ำอย่างสม่ำเสมอในเรื่องของคุณภาพในการบริการจากผู้รับบริการซึ่งปัญหาของพวกเขาไม่ได้รับการแก้ไขให้เป็นที่น่าพอใจอย่างรวดเร็วผลกระทบที่ตามมาคือผู้รับบริการจะรู้สึกต่อองค์กรที่ไม่สามารถตอบสนองต่อคำร้องเรียนของพวกเขาอย่างทันที่และมีประสิทธิผลว่าเป็นองค์กรที่ให้บริการแย่
6. การให้บริการเหนือความคาดหวัง (Surprising Customers) องค์กรจะสามารถให้บริการได้เหนือความคาดหวังของผู้รับบริการจำเป็นที่จะต้องอาศัยการสร้าง ความประหลาดใจต่อผู้รับบริการ นอกจากการที่องค์กรจะสามารถส่งมอบบริการที่มีความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับบริการได้แล้วยังต้องสามารถสร้างความประหลาดใจในทางที่ดีสำหรับการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการได้อีกด้วย
7. การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม (Fair Play) ผู้รับบริการคาดหวังว่าพวกเขาจะได้รับ การปฏิบัติจากองค์กรอย่างเป็นธรรม เมื่อใดก็ตามที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าเขากำลังถูกโกงหรือปฏิบัติ ด้วยอย่างไม่เป็นธรรม ผู้รับบริการจะรู้สึกโกรธและเลิกเชื่อถือในองค์กรนั้น

8. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) การสร้างทีมงานในการให้บริการรวมถึงเพื่อนร่วมทีมที่ดีจะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการให้บริการได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

9. การทำวิจัยพนักงาน (Employee Research) การทำวิจัยหาข้อมูลในหมู่พนักงานมีความสำคัญเทียบเท่ากับการทำวิจัยตลาด และผู้รับบริการเพราะพนักงานติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรงและพนักงานเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งที่จะช่วยให้องค์การได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์

10. ผู้นำในการให้บริการ (Servant Leadership) การส่งมอบบริการที่เป็นเลิศจำเป็นที่จะต้องอาศัยความเป็นผู้นำที่ดี ผู้นำจะต้องคอยกระตุ้นและให้กำลังใจ รวมทั้งดูแลให้บริการแก่พนักงานด้วย เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการให้บริการที่องค์การตั้งเอาไว้ (ดิสพงส์ พรชนกนาถ, 2546, หน้า 8-14)

การดำเนินธุรกิจทางด้านบริการนั้นต้องคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพทางด้านบริการอยู่เสมอ เมื่อเราทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยอาจจะทำการวิจัยหรือการรับฟังจากผู้รับบริการนั้น ๆ โดยตรง และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ธุรกิจมีมาตรฐานในการบริการเพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

## นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

### 1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 – 2549)

เมื่อศึกษาถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและกีฬาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 – 2549) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ยุทธศาสตร์คือ (ปริญา อธิวิจิตร, 2545, หน้า 203)

- 1.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทางสังคม
- 1.2 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน
- 1.3 ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 1.4 ยุทธศาสตร์การจัดการระบบบริหารเศรษฐกิจส่วนรวม
- 1.5 ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- 1.6 ยุทธศาสตร์การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 1.7 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่ธรรมภิบาล

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้ถูกบรรจุอยู่ในยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งจะปรับปรุงโครงสร้างการผลิตของประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยใช้เทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ช่วยเพิ่มผลผลิตเพิ่มทักษะแรงงาน โดยสาระสำคัญคือ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ และพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนบริหารจัดการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสนับสนุนการสร้างงานยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศให้ดีขึ้น ทั้งในแง่ภาครัฐจะเน้นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและจัดกลไก กฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินงานของภาคเอกชน และมุ่งระดมทุนจากทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อการลงทุนปรับโครงสร้างการผลิตและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน

## 2. นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

จากนโยบายบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลชุดปัจจุบัน ซึ่งประกอบไปด้วยนโยบายหลัก 16 นโยบาย ได้แก่ พบว่าการท่องเที่ยว ได้ถูกบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการสร้างรายได้ ซึ่งรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะแก้ปัญหาหนี้สินของประเทศโดยการสร้างรายได้ โดยสนับสนุนการสร้างรายได้จากภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรมและบริการ โดยเน้นของภาคบริการ ได้เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเป็นหลัก ดังนั้น นโยบายการสร้างรายได้จึงประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมใน 3 ด้าน คือ ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม ด้านบริการและการท่องเที่ยว

ในบริบทของการท่องเที่ยว จากนโยบายของรัฐบาลซึ่งมองว่าการท่องเที่ยวเป็นหนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสนเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ โดยเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนั้น รัฐบาลจึงได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานตามนโยบายไว้ 2 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาภาคบริการ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547, หน้า 27)

### 1. ด้านการพัฒนาภาคบริการ

1.1 ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการการพัฒนา รูปแบบการให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

1.2 จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ

1.3 เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้ความรู้และทักษะทั้งด้านภาษา มาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการระหว่างประเทศด้านการบริการ

## 2. ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.3 เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2.4 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.5 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

## 3. นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และต้องการเห็นการพัฒนาด้านนี้เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยได้ริเริ่มจัดทำนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้นเพื่อใช้ในชว่ปี พ.ศ.2538 – 2539 และได้ชี้แจงว่าการ



ดำเนินการด้านนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไม่ใช่งานของ ททท. เพียงหน่วยงานเดียว ดังนั้นขณะที่การวางแผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับชาติ ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ กำลังอยู่ในขั้นตอนของการดำเนินการอยู่ ททท. จึงได้ออกนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีลักษณะเป็นเฉพาะกิจที่จะประกาศใช้ในชว่ปี พ.ศ. 2538 – 2539 เท่านั้น ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 4 – 12)

ททท. ตระหนักถึงสาระสำคัญต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งประกอบด้วย

1. การดำเนินการในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม

2. ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

3. ให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดความเสมอภาค

4. ต้องชี้้นำตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น

นอกจากนี้ ททท. ยังยึดถือว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นวิถีทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ที่จะต้องมีการประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคมและการสงวนรักษาสสิ่งแวดล้อมให้ยาวนานที่สุด สำหรับการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทย ททท. ได้กำหนดวัตถุประสงค์ นโยบายและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สำหรับประเทศไทยไว้ดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 4 – 13)

1. วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1.1 เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ทิศทางแบบยั่งยืน

1.2 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึกและความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นการ

ท่องเที่ยวอย่างได้รับความรู้และมีความรับผิดชอบ

13. เพื่อรักษาคุณภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

2. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1 ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์

โบราณคดีและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพ มีระบบการสื่อความหมายที่ดี และคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.2 ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นที่การสร้าง ความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือไม่ก่อให้เกิดความเสื่อม โทรม

2.3 สร้างสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดวิถีทางแห่งการอนุรักษ์ การคืน ประโยชน์สู่ระบบนิเวศ

2.4 ดำเนินการให้มีการวางแผนและปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบ องค์การจัดการ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานและเกื้อหนุนซึ่งกัน และกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น

นอกจากนั้น ททท. ก็ยังได้กำหนดรายละเอียดด้านแนวทางการจัดการ เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์และแนวนโยบายข้างต้น ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญหลายประการด้วยกัน เช่น การ จัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การสื่อความหมายและบริการความรู้ การ ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ การป้องกันผลกระทบทางวัฒนธรรม และแนวทางการตลาด

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นวิธีหนึ่งซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการการ พัฒนาที่ยั่งยืน เพราะจะเป็นการประสานผลประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน ถึงแม้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะมีผลดีอยู่ มากมายแต่หากมีการนำไปปฏิบัติใช้อย่างไม่ระมัดระวังอาจสร้างผลเสียให้กับทรัพยากรธรรมชาติ และชุมชนท้องถิ่น

#### 4. นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคกลางฝั่งตะวันออก

ในการดำเนินการตามกรอบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในระยะ 40 ปี แห่งการจัดตั้งองค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการจัดทำแผนหลักพัฒนาการ ท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาลแต่ละยุค และกับสถานการณ์ของโลกด้านการท่องเที่ยว การดำเนินการมีทั้ง การปฏิบัติการในต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านการตลาดและการปฏิบัติการในประเทศ ทั้งโดย ภาครัฐที่มีการท่องเที่ยวฯ เป็นแกนกลาง และโดยภาคเอกชน ในกรณีนี้ได้มีการจัดวางกลยุทธ์การ พัฒนาและโครงการพัฒนาขึ้น ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีการระดมพลังร่วมกันทั้งหน่วยงานใน องค์การของการท่องเที่ยวเอง และหน่วยงานภายนอก เช่น กรมป่าไม้ กรมการปกครอง กรม ศิลปากร เป็นต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการและ กิจกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถประมวลเป็นกลุ่มของงานได้เป็น 2กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่ม

งานด้านบริการการท่องเที่ยว และกลุ่มงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว ดังมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, หน้า 2 – 18)

#### 4.1 กลุ่มงานด้านบริการท่องเที่ยว

กลุ่มงานด้านบริการการท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดำเนินการ ประกอบด้วยงานสำคัญเหล่านี้ ได้แก่

4.1.1 งานรวบรวมจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ การสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยว การจัดทำและเผยแพร่เอกสารการท่องเที่ยว การจัดทำฐานข้อมูลต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์

4.1.2 งานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่ การควบคุมกำกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การส่งเสริมธุรกิจ การฝึกอบรมและสัมมนามัคคุเทศก์

4.1.3 งานส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การสัมมนา การอำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหา การแนะนำส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ

4.1.4 งานสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การสนับสนุนจัดงานเทศกาล ประเพณีการจัดงานในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

4.1.5 งานวิชาการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การฝึกอบรมวิชาการด้านการท่องเที่ยวในสถาบันการศึกษา โรงแรม

4.1.6 งานอำนวยความสะดวกและปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ การร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

#### 4.2 กลุ่มงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว

กลุ่มงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วยงานสำคัญ ดังนี้

4.2.1 งานวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การศึกษาทำางานด้านการอนุรักษ์ การทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ต่าง ๆ การทำแผนปฏิบัติงานด้านสินค้าการท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการรณรงค์ต่าง ๆ

4.2.2 งานอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การรณรงค์และปลูกฝังแนวทางอนุรักษ์ การติดตามแผนพัฒนา การประสานงานพัฒนา

4.2.3 งานโครงการเงินกู้เพื่อพัฒนา ได้แก่ การสนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ ในแผนงานและโครงการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวจากโครงการเงินกู้กองทุนพัฒนาเศรษฐกิจโพ้นทะเล (OECF) และโครงการลงทุนเพื่อสังคม (SIP)

## 5. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาเพื่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีหน้าที่อยู่แล้วตามกฎหมายปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตท้องถิ่นของตนเอง ในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดผลดีได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (สมชาย เลียงพรพรรณ, 2548, หน้า 23 – 24)

1. ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ควรดำเนินการให้มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.1 ถนนที่เข้าสู่แหล่งหรือภายในแหล่ง ควรดำเนินการจัดให้มี หรือปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดี

1.2 พาหนะที่เข้าถึงแหล่ง ควรดำเนินการให้มีพาหนะหลากหลายประเภทเข้าถึงแหล่งได้ เช่น รถบัส รถยนต์ 4 ล้อ รถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์ เรือ เป็นต้น

1.3 พาหนะรับจ้างที่เข้าถึงแหล่ง ควรดำเนินการให้มีพาหนะรับจ้างหลากหลายประเภทเข้าถึงแหล่งได้ เช่น รถโดยสารประจำทาง เรือประจำทาง รถรับจ้างเช่าเหมา รถจักรยานยนต์รับจ้าง รถสามล้อถีบรับจ้าง เป็นต้น

1.4 ป้ายทางเข้าสู่แหล่ง ควรดำเนินการให้มีหรือเพิ่มจำนวน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีหรือเพิ่มจำนวนป้ายชี้ทางที่มีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน และในป้ายมีข้อมูลชื่อแหล่งทิศทางและระยะทาง โดยให้มีป้ายชี้ทางเป็นระยะ ๆ หรือตามทางแยกต่าง ๆ ก่อนถึงแหล่ง และให้มีป้ายชี้ทางเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ๆ ตามความเหมาะสมด้วย จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับข้อเท็จจริงในท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีป้ายชี้ทางหรือมีแต่มีสภาพไม่สมบูรณ์ หรือมีเฉพาะป้ายชื่อแหล่งที่อยู่หน้าแหล่งเท่านั้น ในปัจจุบันและอนาคต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวป้ายชี้ทาง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่ง และยังช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งได้อย่างดีด้วย ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงควรให้ความสำคัญและสนับสนุนให้มีป้ายชี้ทางเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในแหล่งที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ควรดำเนินการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.1 น้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์สาธารณะ ควรจัดให้มีเพียงพอและกระจายทั่วถึง

2.2 ภาชนะรองรับขยะ ควรจัดให้มีภาชนะรองรับขยะ ทั้งแบบมีฝาปิดและแบบแยกขยะอย่างเพียงพอ และมีการกำจัดสม่ำเสมอ

2.3 สถานที่จอดรถและท่าเทียบเรือ ควรจัดให้มีเพียงพอหรือปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดีมีการจัดระเบียบการจอดเป็นสัดส่วน และมีการรักษาความปลอดภัย

2.4 ที่พักแรม (บ้านพักและเต็นท์) ควรจัดให้มีหรือเพิ่มจำนวนให้เหมาะสม มีการรักษาความสะอาดและความปลอดภัยสม่ำเสมอ

2.5 ที่พักผ่อน (ศาลาและที่นั่ง) ควรจัดให้มีหรือเพิ่มจำนวนให้เหมาะสมกับสภาพของแหล่ง (กลมกลืนกับธรรมชาติ) และดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น

2.6 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ควรจัดให้มีหรือเพิ่มจำนวนให้เหมาะสมกับสภาพของแหล่งควรให้คนในท้องถิ่นดำเนินการ มีการจัดระเบียบ ควบคุมราคาและคุณภาพ เป็นต้น

2.7 ร้านของที่ระลึก ควรจัดให้มีหรือเพิ่มจำนวนตามความเหมาะสมของแหล่งควรให้คนในท้องถิ่นดำเนินการ และจำหน่ายสินค้าที่เป็นของท้องถิ่นหรือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นต้น

2.8 ห้องน้ำ หรือห้องสุขา ควรจัดให้มีหรือเพิ่มจำนวนให้เพียงพอ ดูแลรักษาความสะอาดและซ่อมแซมให้ใช้การได้ตลอดเวลา เป็นต้น

2.9 การดูแลรักษาความปลอดภัย ควรจัดให้มีหรือเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้ทั่วถึง และเพียงพอตลอดเวลา เป็นต้น

3. ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่ง ควรดำเนินการป้องกัน และดูแลรักษาสภาพธรรมชาติระบบนิเวศ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปกรรมของท้องถิ่นให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์และควบคุมป้องกัน และกำจัดมลภาวะที่มีหรือจะเกิดในแหล่ง

4. ด้านคุณค่าและความสำคัญ ควรมีมาตรการดูแลรักษาคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศิลปกรรม และเพิ่มการจัดกิจกรรมเสริมคุณค่าดังกล่าว

5. ด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น ควรดำเนินการให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของแหล่งฯ เต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว ร่วมมือในการรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และคนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นมีส่วนได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว

6. ด้านการจัดการ ควรดำเนินการให้มีหรือเพิ่มการดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

6.1 การให้การศึกษาหรือการสื่อความหมาย ควรจัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว วิทยากร ป้ายความรู้ ฐานความรู้ นิทรรศการ พิพิธภัณฑสถาน ห้องสมุด สื่อสิ่งพิมพ์ จุดชมวิว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น

6.2 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ควรดำเนินการคุ้มครอง บำรุงรักษา พื้นฟู และควบคุมจำนวนให้เหมาะสม

6.3 องค์การในการจัดการ ควรดำเนินการให้มีองค์กรที่เกิดจากความร่วมมือของคนในท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

จากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ทั้งนโยบายระดับชาติและระดับท้องถิ่น สรุปได้ว่า ภาครัฐพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยใช้เทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ช่วยเพิ่มผลผลิต เพิ่มทักษะแรงงาน โดยสาระสำคัญคือ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมในภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริหาร และพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศตลอดจนบริหารจัดการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสนับสนุนการสร้างงาน ยกกระตือรือร้นได้และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศให้ดีขึ้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ ซึ่งได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานตามนโยบายไว้ 2 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาภาคบริการและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการวางนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

สำหรับนโยบายระดับท้องถิ่น จัดให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตท่องเที่ยวในเขตท้องถิ่นของตนเองซึ่งในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ขยายตัวและเกิดผลดีได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านคุณค่า ด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น ด้านจัดการ เป็นต้น ควรดำเนินการให้มีหรือเพิ่มการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินการดังกล่าว จะช่วยเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ขยายตัวมากขึ้นด้วย

## ประเภทของโรงแรมและที่พัก

ปรีชา แดงโรจน์ ( 2537, หน้า 199-241) ได้กล่าวถึงประเภทของโรงแรมไว้ดังนี้

1. ประเภทประเภทตามลักษณะทางกายภาพจะแยกประเภทเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1.1 โรงแรม (Hotels) คำว่าโรงแรมเป็นคำทั่วไป อาจหมายถึงหลายสิ่งหลายอย่างตั้งแต่บ้านพักที่มีเพียง 10 ห้องพัก ไปจนถึงอาคารขนาดใหญ่ที่มีห้องพักนับพันห้องขึ้นไป รวมทั้งห้องประชุมสัมมนา ขนาดใหญ่ พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ สนามกีฬา หรือสถานที่เพื่อการพักผ่อน เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส และห้องพักบริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งภัตตาคารร้านอาหาร และบาร์ที่ให้บริการความบันเทิงทั้งหลาย โรงแรมยังสามารถ

จำแนกออกไปเป็นโรงแรมตามประเพณีนิยม โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ โรงแรมตามสถานที่พัก ดากอากาศ และโรงแรมสนามบิน เป็นต้น

1.2 โมเต็ล (Motels) ที่พักริมทาง ที่พักที่มักจะตั้งอยู่ริมถนนไฮเวย์ (Highway) เชื่อมระหว่างเมืองใหญ่ๆในสหรัฐอเมริกา แขกผู้มาพักมักจะต้องบริการตนเอง (Self Service) ใน ประเทศไทยเราก็มี Motel เหมือนกันแต่ความหมายของ Motel ในประเทศไทยแตกต่างจาก ต่างประเทศโดยสิ้นเชิง เพราะต้องอยู่ในเขตชุมชนและนครหลวงและมีบริการที่เป็นไปในลักษณะ ของสถานเริงรมย์มากกว่า

1.3 โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) คือ สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพราะ มีจุดมุ่งหมายให้จัดประชุม แต่จะขายห้องพักไปด้วย ที่พักประเภทนี้มักจะพบในต่างประเทศ

1.4 รีสอร์ท (Resort) ที่พักตากอากาศ คือที่พักที่มักสร้างในบริเวณที่เป็นสถานที่ พักตากอากาศ เช่น ตามเชิงเขา หรือทะเลหรือบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่เล่นกีฬา เช่น สกีน้ำแข็ง หรือสนามกอล์ฟ เป็นต้น ที่พักประเภทนี้มักจะเหมาะสำหรับแขกที่เข้าพักเป็นเวลานาน ๆ (Long-stay guest) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สถานอาบน้ำแร่ หรือศูนย์สุขภาพที่พักตากอากาศดังกล่าวนี้ บางครั้งและหลายแห่งมีการตั้งชื่อให้สอดคล้องกับการ เป็นสโมสร เช่น Golf Club หรือ Ski Club บางครั้งก็ตั้งชื่อเป็น Club House เป็นต้น

1.5 ศูนย์ประชุม (Conference Center) คือ สถานที่จัดประชุมที่ขายห้องพักด้วยมี จุดมุ่งหมายคล้ายกับ Convention hotel แต่ขนาดของสถานที่จะเล็กกว่า

1.6 สถานที่พักหรือโรงแรมที่จัดห้องพักไว้ให้แขก (All suite hotel) ยังมีห้องครัว ขนาดเล็กให้แขกใช้ประกอบอาหารอีกด้วย

1.7 คอนโดเทล (Condotel) คือ ที่พักจัดสำหรับแขกที่จะเข้าพักนานกว่าปกติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้ให้แขกเหมือนกับคอนโดมิเนียมสำหรับในบางประเทศเช่น ประเทศไทย คำว่า คอนโดเทล หมายถึง คอนโดมิเนียมที่นอกจากจะขายขาดให้แก่ผู้ซื้อแล้ว ยัง เปิดห้องว่างให้แขกเช่าเป็นรายเดือน รายสัปดาห์หรือรายวัน หรือตามแต่จะตกลงกันอีกด้วย (Condotel = Condominium + hotel) โดยเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยียน มากๆในสถานที่นั้น (High Season) Condominium มักจะเปิดให้เช่าเป็นรายวัน ตัวอย่างที่เห็นได้ คือที่พัทยา

1.8 ที่พักชั่วคราวที่จัดให้นักเดินทางระหว่างเมือง (Bed and Breakfast) คือ เป็นที่ พักขนาดเล็ก (บางแห่งไม่เกิน 15 ห้อง)ที่พักรูปแบบนี้แขกมักจะต้องช่วยตนเอง (Self Service)

## 2. จำแนกประเภทตามลักษณะของราคา จะแยกประเภทได้ดังนี้

2.1 โรงแรมประเภทหรูหรา (Luxury Hotel) คือโรงแรมที่มีราคาค่าเช่าพักและมีมาตรฐานของที่พัสดุตกแต่งอย่างดี บริการดี ห้องทุกห้องตกแต่งด้วยองค์ประกอบสูงกว่า ราคาแพง

2.2 โรงแรมระดับพิเศษ (Superior Hotel) คือ โรงแรมที่มีราคาและคุณภาพมาตรฐานสูงรองลงมาจาก Luxury Hotel

2.3 โรงแรมระดับกลาง (Mid Market) คือโรงแรมที่มีราคาห้องพักปานกลาง อาจจะสูงกว่าระดับเฉลี่ยเล็กน้อย หรือดีกว่าระดับนักท่องเที่ยวเล็กน้อย

2.4 โรงแรมระดับประหยัด (Economy Hotel) คือ โรงแรมสำหรับแขกที่งบประมาณจำกัด (Budget Customers)

การจัดโรงแรมโดยใช้ราคาเป็นการจัดแบ่ง ไม่ได้ได้รับความนิยมและเชื่อถือแล้วเพราะในปัจจุบันราคามาสามารถจะเป็นเครื่องตัดสินได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือในปัจจุบัน โรงแรมทุกโรงแรมในโลกก็สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้นไม่ว่าราคาจะเป็นเท่าใด

## 3. จำแนกประเภทตามลักษณะของการให้บริการ จะแยกได้ดังนี้

3.1 บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) คือ โรงแรมที่ให้บริการหลากหลายมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องอาหารตามเชื้อชาติ (Ethnic Restaurant) coffee shop cocktail lounge บริการจัดเลี้ยง (banquet service) และอื่น ๆ โรงแรมประเภทนี้จะมียุติงานไว้คอยบริการแขกในทุกจุดบริการ

3.2 บริการพอสมควร (Limited service) คือโรงแรมที่ให้บริการในระดับปานกลาง เช่นมีห้องพักและห้องอาหาร (ไม่มีห้องอาหารตามเชื้อชาติ) หรือมีบริการจัดเลี้ยงเท่านั้น เป็นต้น

4. จำแนกตามประเภทตามขนาด เช่น ใหญ่ กลาง เล็ก ซึ่งในปัจจุบันไม่นิยม เพราะไม่มีอะไรมาตัดสินได้ว่าอย่างไรจึงถือว่าใหญ่ หรือกลาง หรือเล็ก ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันโรงแรมขนาดใหญ่อาจจะมีจำนวนห้องนับแล้วหลายพันก็ได้

5. จำแนกตามประเภทแขก เช่น โรงแรมเพื่อนักธุรกิจ (Business hotel) โรงแรมเพื่อนักท่องเที่ยว (tourist hotel) ซึ่งในปัจจุบันไม่สามารถจะแบ่งแยกได้ชัดเจนว่าโรงแรมใดจะบริการเฉพาะแขกประเภทไหน เพราะการเดินทางไปทำธุรกิจของผู้คนจากทุกมุมโลกก็มักจะมีการท่องเที่ยวแอบแฝงอยู่เสมอ



6. จำแนกตามลักษณะที่ตั้ง เช่น โรงแรมในเมือง (Down town hotel) โรงแรมนอกเมือง (Suburban hotel) โรงแรมใกล้สนามบิน (Airport hotel) เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันไม่ชัดเจนว่าสถานที่ตั้งจะคงที่เพราะมีการขยายเขตเมือง ออกไปตลอดเวลา

7. การแยกประเภทตามสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ คือการแยกประเภทของโรงแรมโดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ให้แก่แขกเป็นเกณฑ์ เช่น องค์ประกอบทางกายภาพได้แก่ สระน้ำ สนาม สวน หรือองค์ประกอบในด้านการบริการอาหาร เช่น ห้องอาหารตามเชื้อชาติ ภัตตาคาร องค์ประกอบในห้องพัก เช่น พรม ห้องน้ำ อ่างอาบน้ำ ตู้เย็น ทีวี เครื่องปรับอากาศ ระบบโทรศัพท์ เป็นต้น การแยกประเภทแบบนี้จะบ่งบอกชั้นหรือระดับของโรงแรมว่าดีหรือด้อย โดยใช้ระบบดาว (Star rating system) ถ้าโรงแรมใดมีสิ่งอำนวยความสะดวกมาก มีคุณภาพแลการบริการดีก็ได้ดาวมากสูงสุดคือ ห้าดาว แล้วลดหลั่นลงไป เป็นสี่ดาว สามดาว และสองดาว เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีการแยกประเภทโรงแรมอีกแบบหนึ่งที่นิยมใช้กันมากเพราะใช้หลักเกณฑ์กว้าง ๆ โดยใช้ระยะเวลาการเข้าพักของแขกเป็นตัวกำหนด (Length of stay) ซึ่งเมื่อปัจจัยตัวนี้จะแยกโรงแรมได้ 3 ประเภทคือ

7.1 Transient hotel คือ โรงแรมที่รับแขกเข้าพักระยะสั้นๆ หรือชั่วคราวมักไม่เปิดโอกาสให้แขกเข้าพักเป็นเวลานานๆ เป็นสัปดาห์หรือเดือน เพราะมีแขกเข้าออก (Check in Check out) ตลอดเวลา มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระน้ำ บาร์ ห้องอาหาร เป็นต้น ตัวอย่างคือ โรงแรมโดยทั่วไป

7.2 Residential hotel คือ โรงแรมที่รับแขกเข้าพักเป็นระยะเวลายาวนาน ไม่รับแขกเข้าพักระยะสั้น ๆ โรงแรมประเภทนี้มีลักษณะเป็นโรงแรมพักอาศัยอย่างเดียวมักไม่ค่อยจะมีบริการอื่น ๆ เช่น บาร์ ห้องอาหาร เป็นต้น ตัวอย่างได้แก่ Flat, Apartment, Court, Penthouse, Mansion, และ boarding house เป็นต้น

7.3 Resort hotel คือ โรงแรมตามสถานที่พักผ่อน เช่น ชายทะเล หรือ ภูเขา หรือใกล้สถานที่เล่นกีฬา สกีภูเขา โดยปกติแขกจะพักเป็นเวลานาน และโรงแรมมักจะจ้างพนักงานเต็มที่ตามอัตรากำลังเฉพาะเมื่อเป็นเวลา High season โดยจ้างแรงงานชั่วคราวเพื่อลดค่าใช้จ่าย

#### บทบาทหน้าที่ในการบริการของฝ่ายต่างๆในโรงแรม

เกียรติ วิริยะกุล (2544, หน้า 16-25) ได้กล่าวถึงบทบาทในการให้บริการของปัจจัยต่าง ๆ ในโรงแรม

### ฝ่ายบริการส่วนหน้า

1. ผู้จัดการและผู้ช่วยจัดการฝ่ายบริการส่วนหน้า ( Front Office manager & Assistant Front Office Manager ) จะต้องมีส่วนในการต้อนรับและส่งลูกค้าด้วย เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าในขณะที่มาถึงรีสอร์ทและตอนที่กลับ
2. เพื่อให้การต้อนรับลูกค้าของพนักงานส่วนหน้าที่มาตรฐานเดียวกัน ผู้จัดการฝ่ายและผู้ช่วยจะต้องคอยช่วยเหลือและเข้าปฏิบัติงานควบคู่ไปกับพนักงานด้วย
3. ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
4. อำนวยความสะดวกและให้ความเป็นกันเองแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการของรีสอร์ทตลอดเวลา
5. หากได้รับทราบปัญหาของลูกค้า ต้องพยายามให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่และเต็มใจโดยประสานงานเบื้องต้นกับแผนกต่างๆให้ ไม่ใช่ปิดเรื่องให้แผนกอื่น
6. ยึดนโยบายให้เกียรติแก่ลูกค้าและพยายามอนุโลมเพื่อเกิดปัญหากับลูกค้า
7. การที่ลูกค้าขอ Check-out เกินกำหนดเวลา (12.00 น.) ผู้จัดการฝ่ายบริการส่วนหน้าสามารถใช้ดุลพินิจที่จะไม่คิดค่าบริการเพิ่มก็ได้
8. ไม่คั่นกระเป๋าเดินทางของลูกค้าในระหว่าง Check-out เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้จัดการโรงแรม หรือผู้ช่วย
9. การช่วยเหลือลูกค้าเกี่ยวกับตัวเครื่องบิน หากเป็นการติดต่อกับสำนักงานในท้องถิ่นของสายการบิน โรงแรมจะไม่คิดค่าบริการแต่ถ้าต้องติดต่อไปกรุงเทพฯหรือต่างประเทศ ลูกค้าจะต้องจ่ายค่าโทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อดังกล่าวตามอัตราที่โรงแรมกำหนดไว้ตามปกติ
10. โรงแรมกำหนดวงเงินเครดิตไว้ไม่เกิน 10,000 บาทสำหรับแขก VIP
11. การเข้าไปในห้องพักลูกค้าจะต้องให้ฝ่ายแม่บ้านเป็นผู้เปิดห้องให้ หรืออยู่ด้วยเพื่อเป็นพยานทั้งนี้เว้นกรณีที่พนักงานแผนกสัมภาระพาแขกไปที่ห้องพักในตอน Check-in
12. เพื่อให้การขนกระเป๋าของลูกค้าที่ถึงกำหนด Check-out เป็นไปด้วยความสะดวกและมีประสิทธิภาพ ให้ส่งแบบสอบถามให้แขกกรอกเวลาที่ต้องการให้พนักงานขึ้นไปขนกระเป๋าให้ก่อนกำหนดวัน Check-out 1 วัน โดยเฉพาะในกรณีของลูกค้าที่มาเป็น กลุ่ม ซึ่งมีกระเป๋าที่ต้องขนจำนวนมาก

### ฝ่ายแม่บ้าน

1. รักษามาตรฐานด้านความสะอาดของห้องพักและบริเวณทั่วไปให้อยู่ในระดับที่เป็นที่ยอมรับของแขกชาวยุโรป
2. จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติงานที่ถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ

3. พนักงานที่ทำงานในตำแหน่งใดก็ตามพร้อมที่จะไปช่วยงานในหน้าที่อื่นได้เสมอ
4. โรงแรมไม่อนุญาตให้พนักงานทั่วไปใช้บริการของแผนกซักรีด ไม่ว่าจะจ่ายค่าบริการหรือไม่ก็ตาม สำหรับพนักงานตั้งแต่ระดับผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายขึ้นไป โรงแรมอนุโลมให้ใช้บริการซักรีดเสื้อผ้าได้จำนวนหนึ่งตามที่กำหนดไว้

#### ฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม

1. เนื่องจากลูกค้าของโรงแรมเป็นประเภทที่ต้องการมาพักผ่อน จึงต้องการความเงียบง่ายดังนั้น ไม่จำเป็นต้องหรูหราทั้งอุปกรณ์บนโต๊ะอาหารและการตกแต่งสถานที่
2. ให้น้ำหนักที่รสชาติของอาหารและความรวดเร็วของบริการ รวมถึงการเอาใจใส่ต่อความต้องการของลูกค้า
3. รักษาต้นทุนของอาหารให้ต่ำเพื่อจะได้สามารถขายอาหารในราคาที่ไม่สูง
4. เวลาเปิดบริการของห้องอาหารแต่ละแห่งให้เป็นไปตามความจำเป็นไม่ต้องเปิดตลอด
5. ฝึกสอนพนักงานให้สามารถทำงานได้หลายหน้าที่และตามมาตรฐานของบริการที่กำหนดไว้
6. ในกรณีที่มีรายการอาหารตามสั่ง จะจำกัดรายการอาหารเพียงเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เพื่อความสะดวกและประหยัดในการจัดเตรียมอาหารสดของฝ่ายครัว

#### คุณสมบัติของพนักงานโรงแรม

ศรชัย ธีญวิริยะชัย ( 2542, หน้า 171 – 188) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานโรงแรมไว้ดังนี้

1. มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ
2. มีความสง่างามด้านบุคลิกภาพที่ได้รับการพัฒนาและฝึกฝนตามแบบอย่างของความเป็นผู้ดี Appearance
3. แต่งกายเรียบร้อย ประณีตด้วยเครื่องแบบของโรงแรม มีรสนิยม
4. กิริยา มารยาท อ่อนโยน สุภาพ เฉลียวฉลาด รอบรู้ในงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงแรม
5. มีสีหน้า ยิ้มแย้ม แจ่มใส เต็มใจบริการลูกค้า
6. รับผิดชอบในการปฏิบัติงานหน้าที่ อย่างมีประสิทธิภาพ
7. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับแขก และกับผู้ร่วมงาน
8. รู้จักใช้หลักวิทยาการบริการมีความสามารถในการสรรหาคำพูดที่เหมาะสม
9. ปิดบังความลับของลูกค้า ของผู้ร่วมงานและของผู้บริหารเป็นอย่างดี

10. มีความอดทน อดกลั้น
11. มีความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ต่างๆภายในโรงแรม
12. หาความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ
13. มีไหวพริบดีมีความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
14. รู้จักกาลเทศะ
15. มีความซื่อสัตย์
16. มีสุขภาพแข็งแรง
17. รักวิชาชีพโรงแรม

### ข้อมูลเบื้องต้น คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง

#### 1. ลักษณะทั่วไป

คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง เป็นรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ที่ 13/14 หมู่ที่ 4 ตำบล เกาะช้าง กิ่งอำเภอ เกาะช้าง จังหวัด ตราด บริเวณหาดหินไฉ่มุก เป็นลักษณะรีสอร์ท สองชั้นแบบบูติกรีสอร์ทการ ตกแต่งเป็นแบบผสมผสาน ไทย บาห์ลี อินเดีย โดยการออกแบบจะแตกต่างจากที่อื่น คือจะใช้สี โทนร้อนตัดกับสีดำ สร้างความรู้สึกอบอุ่นสำหรับผู้ที่มาเข้าพัก พร้อมด้วยร้านอาหาร สปา สระว่ายน้ำ น้ำ และห้องพักมาตรฐาน จำนวน 18 ห้อง ได้รับการตกแต่งไว้อย่างสวยงาม ประกอบด้วยห้อง ดีลักซ์ ทิวปวิว ลากูน เพื่อให้แขกผู้มาเยือนได้เลือกพักผ่อนอย่างสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ประกอบด้วย

1.1 ห้องอาหาร บริการอาหารไทย ในบรรยากาศที่สบายๆพร้อมเสียงเพลงที่ไพเราะ

1.2 ห้องอบสมุนไพร บริการสำหรับลูกค้าที่มาพักผ่อนเลือกใช้ สำหรับการพักผ่อนที่แท้จริงโดยการขับของเสียออกจากร่างกาย

1.3 ห้องสปา เป็นอีกทางเลือกสำหรับลูกค้า มีทั้งนวดไทย นวดฝ่าเท้า นวดอโรมา หรือ ทรีทเมนต์ หน้า หรือ ตัวเป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับลูกค้า โดยพนักงานที่เป็นมือมาตรฐานผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี

1.4 บริการห้องพัก มีห้องพัก 3 แบบ

- ห้องดีลักซ์ ราคา 2,500 บาท / คืน ( รวมอาหารเช้า 2 ท่าน )
- ห้องทิวปวิว ราคา 3,000 บาท / คืน ( รวมอาหารเช้า 2 ท่าน )
- ห้องลากูน ราคา 4,000 บาท / คืน ( รวมอาหารเช้า 2 ท่าน )

สำหรับการเข้าพักเป็นหมู่คณะราคาตกลงตามความเหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง

## 2. การบริหารงาน

คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นรีสอร์ทขนาดเล็ก เป็นการบริหารงานแบบเจ้าของคนเดียว มีอำนาจในการตัดสินใจและความรับผิดชอบในทุก ๆ เรื่องเพียงคนเดียว พนักงานมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบหน้าที่ ตามความเหมาะสมและความสามารถ พิจารณาโดยเจ้าของกิจการ โดยพนักงานจะต้องมีการฝึกอบรม ปีละ 1 ครั้ง ในช่วงฤดูนักท่องเที่ยวน้อย หรือ โหลชั่น โดยชมรมการท่องเที่ยวเกาะช้างมีการจัดฝึกอบรมให้ พนักงานทุก ๆ คนจะต้องได้รับการฝึกอบรมในทุก ๆ ด้านผลัดเปลี่ยนกันไป เช่น แผนกแม่บ้าน แผนกเครื่องดื่มและอาหาร แผนกต้อนรับ และแผนกสปา เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความสามารถในทุกด้าน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ ประเทืองโกศลเจริญ (2535, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาบทบาทและผลกระทบของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า โรงแรมได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงในด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ มากขึ้นตามลำดับเวลา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้นของคนในสังคม และผู้มาใช้บริการต่าง ๆ ตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โรงแรมชั้นหนึ่งได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 4 เป็นต้นมา เติบโตของโรงแรมได้ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของการท่องเที่ยวโรงแรมชั้นหนึ่งจึงมีบทบาทที่สำคัญในการรองรับการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงบทบาทในการรองรับกิจกรรมของสังคมต่าง ๆ โรงแรมชั้นหนึ่งมีทำเลที่ตั้งและการกระจายตัวอยู่ในบริเวณย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญของเมือง โดยเฉพาะในพื้นที่เขตบางรัก ปทุมวันและคลองเตยโดยอาศัยความได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งในการเข้าถึงที่สะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่ในลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวร้านค้าานาชนิด ศูนย์การค้าต่าง ๆ รวมถึงพื้นที่ที่มีคุณค่าทัศนียภาพตามริมแม่น้ำเจ้าพระยา การมีทำเลที่ตั้งในลักษณะพื้นที่ดังกล่าวที่มีความจำกัด และมีความหนาแน่นในการใช้ที่ดินมากอยู่แล้วจึงส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินการพัฒนาเมืองและสภาพแวดล้อมตามมา ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโรงแรมชั้นหนึ่งในพื้นที่เหล่านี้จะมีลักษณะคล้ายกันคือ ทำให้การใช้ที่ดินพัฒนาขึ้นมาเป็นย่านในการค้าที่สำคัญ และการเกิดย่านการค้าเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงได้ส่งผลกระทบต่อในด้านอื่น ๆ อีก เช่น ผลกระทบทางด้านจรรยาบรรณผลกระทบทางด้านสาธารณูปโภค รวมถึงในด้านสภาพแวดล้อมและ

ทัศนียภาพของเมืองทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ทำเลที่ตั้ง การใช้ที่ดิน และอาคารของโรงแรมแต่ละแห่งเป็นสำคัญ

มานิต ศิริมหาราช (2538, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเปลี่ยนแปลงทุกปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากขึ้นทุก ๆ ปีจนกระทั่งในปี พ.ศ.2548พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักโรงแรมทั้งหมดจะเพิ่มขึ้นถึง 1,544,444 คนเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 66,218คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1,478,163 คนระยะเวลาพำนักเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นจาก 3 วันเป็น 3.85 วัน ค่าใช้จ่ายที่พักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเพิ่มขึ้น 831.63 บาทต่อคนต่อวัน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเพิ่มขึ้น 254.47 บาทต่อคนต่อวันซึ่งจากการเพิ่มขึ้นของปัจจัยทั้งสามประการดังกล่าวจึงจะมีผลทำให้รายได้จากค่าที่พักของโรงแรมเพิ่มขึ้นมากขึ้นทั้งสิ้น 16,662.118 ล้านบาท โดยจะเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 5,258.995 ล้านบาทและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 11,403.123 ล้านบาท นอกจากนั้นอัตราการเข้าพักเฉลี่ยก็มีอัตราเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกันโดยในปี พ.ศ.2544 จะมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5.22 ในปีพ.ศ.2545 เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 7.07 ปี พ.ศ.2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.11 ปี พ.ศ.2547 เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 3.24 และในปีพ.ศ.2548เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 1.47 ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่าย ของธุรกิจโรงแรมนั้นจากการศึกษาพบว่า ค่าจ้างแรงงาน ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร มีการขยายตัวในอัตราที่ลดลงส่วนประสิทธิภาพของแรงงานจะลดลงซึ่งมีผลทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพของแรงงานนั้นมากขึ้นเมื่อมองภาพรวมจากการศึกษานี้ พบว่าการพัฒนาสี่เหลี่ยม เศรษฐกิจจะส่งผลกระทบในทางที่ติดต่อกิจ ธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่และเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือของประเทศไทยมีการเติบโต ที่ดีขึ้นต่อไปในอนาคต

ปิยะนุช กลิ่นจันทร์ (2541, บทคัดย่อ) ได้การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ โรงแรมซิลเวอร์แลนด์ ด้วยเหตุผลที่สำคัญมาจากความพอใจในการบริการที่จัดไว้ให้และสถานที่จอดรถสะดวกส่วนสาเหตุอื่นๆที่ให้ความสำคัญรองลงมา เช่น บ้านพักอยู่ห่างจากหาดจอมเทียนและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันส่วนพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการกับโรงแรมซิลเวอร์แลนด์แล้วเป็นจำนวน 3-5 ครั้งในการเข้าพักแต่ละครั้งจะใช้เวลาเป็นจำนวน 2 วัน และนิยมเข้าพักช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์โดยเฉลี่ยใช้จ่ายเงินสำหรับ บริการแต่ละครั้งจะอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาท โดยการตัดสินใจกลับมาใช้บริการของโรงแรมซิลเวอร์แลนด์ในโอกาสต่อไปคือ การบริการดีนิยมใช้ บริการร้านอาหารเช้า ร้านอาหารกลางวัน ร้านอาหารเย็น

รวมทั้งบาร์กลางน้ำ สระว่ายน้ำและลอบบี้ โดยจะใช้บริการบ้างเป็นบางครั้ง บริการห้องสัมมนา และจัดเลี้ยง ส่วนใหญ่จะไม่เคยใช้บริการส่วนนี้ในด้านปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เปลี่ยนแปลงสถานที่การใช้บริการที่สะดวกสบายเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อผู้เลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ ผลจากการศึกษา "การบริการ" เป็นปัจจัยสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์มีความจำเป็นที่ยังคงจะต้องรักษาเทคนิคการบริการและหลักพื้นฐานทั่วไปของการบริการด้านโรงแรมเนื่องจากการบริการในโรงแรมคือหัวใจ สำคัญข้อธุรกิจด้านโรงแรมเพราะประเด็นสำคัญที่แต่ละโรงแรมจะนำไปโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการคือ การบริการนั่นเอง และเนื่องจากสภาพการแข่งขันในธุรกิจ โรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องใช้การลงทุนสูงนั้นการใช้กลยุทธ์ด้านบริการ เพื่อที่จะทำให้ผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการกับโรงแรมโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการให้มากที่สุดซึ่งทางโรงแรม สามารถทำได้โดย 1)รักษาและปรับปรุงมาตรฐานการบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน ในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 2)พัฒนารูปแบบการบริการใหม่ๆเพื่อบริการให้ลูกค้า เช่น การทำบัตรสมาชิกพร้อม ให้สิทธิพิเศษการเปิดสปอร์ตคลับเป็นอีกหนึ่งบริการที่จะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

นนทวรรณ มณีนาวา ( 2545, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการของโรงพยาบาลตราด ตามนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการรักษายาของโรงพยาบาลตราด ตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยศึกษาความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ รวมถึงด้าน ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์โครงการ ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ด้านการให้บริการรักษายา และระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นประชาชนผู้รับบริการของโรงพยาบาลตราด จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการที่แจกแบบสอบถาม 359 รายและทำการสัมภาษณ์ 10 ราย ผู้ให้บริการที่แจกแบบสอบถาม 15 รายและที่ทำการสัมภาษณ์ 5 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการใช้วิธีแจกแบบสอบถามละอยู่ด้วยตลอดเวลาเพื่อตอบข้อซักถามหากกลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจคำถาม ส่วนผู้ให้บริการนั้นใช้วิธีส่งแบบสอบถามแล้วจึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจคำถาม ส่วนผู้ให้บริการนั้นใช้วิธีส่งแบบสอบถามแล้วจึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ทอดไปคืนกลับมาด้วยตนเอง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ใช้สถิติค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ค่า t-test, และค่าสถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นใช้วิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลตราดในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการรักษายาบาลของโรงพยาบาลตราดในระดับปานกลางโดยไม่มี ความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้ผู้รับบริการมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของการรักษายาบาลขึ้นอยู่กับ การให้บริการด้านการรักษายาบาลร่วมกับการให้บริการด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ส่วนผู้ให้บริการมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของการรักษายาบาลขึ้นอยู่กับด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

ลำไย แม้นเสถียร (2546, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาล บางปะกง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีระดับน้อยที่สุดคือด้านความเพียงพอที่จะให้บริการ รองลงมาคือ ด้านจริยธรรมเจ้าหน้าที่ และระดับมาก คือ ด้านการให้ความรู้และคำปรึกษา ส่วนปัจจัยด้านบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบางปะกง ได้แก่ รายได้ ส่วนเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะกงโดยมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย คือ ควรมุ่งมั่นนำโรงพยาบาลให้ได้รับรองคุณภาพ (HA) เพื่อคุณภาพการบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เน้นการบริการแบบ ครบวงจร สร้างภาพลักษณ์เน้นการตลาด

ชนิดสุภา วงษ์คำจันทร์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ใช้บริการของโรงแรมอูบลแกรนด์ ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

1. ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากที่สุดในด้านสินค้า เรื่องสถานที่ใกล้แหล่งชุมชนการคมนาคม สะดวกสบายในการเข้าพัก การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องพักในโรงแรมอูบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องพักในโรงแรมอูบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2. ลูกค้าที่ใช้บริการห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากที่สุดในด้านพนักงาน เรื่องพนักงานให้บริการรวดเร็ว



ทันเวลาการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องประชุมสัมมนาในโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้าน สถานที่และด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านสินค้าและบริการไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องประชุมสัมมนาในโรงแรมอบลแกรนด์จังหวัดอุบลราชธานีของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้าน พนักงาน และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านสินค้าและบริการไม่แตกต่างกัน

3. ลูกค้าที่ใช้บริการดิสโก้แอนด์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาชั้นต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างพนักงาน/เอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการบริการมากที่สุดในด้านสินค้าและบริการ เรื่องนักเรียนมีคุณภาพการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการดิสโก้แอนด์ในโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการดิสโก้แอนด์ในโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องพัก และการใช้บริการดิสโก้แอนด์ไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อการบริการห้องประชุมสัมมนาโดยรวมและเป็นรายด้าน 2 ด้าน คือ ด้านสถานที่และด้านราคาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการดิสโก้แอนด์โดยรวม และระดับไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อการบริการใช้ห้องพักด้านของสถานที่และด้านราคาแตกต่างกัน และมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องประชุมสัมมนาโดยรวมและเป็นรายด้าน 2 ด้าน คือ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ ของโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีและผู้สนใจในงานโรงแรม ตลอดจนเพื่อนำไปประกอบการพิจารณากำหนดเป้าหมายนโยบายการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี

วิชาศึณีย์ สมชาติ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง) พบว่า ลูกค้าของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง) เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 25 - 35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษา

ระดับปริญญาตรี ระดับรายได้เฉลี่ย 6,001 – 12,000 บาท ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าเฉลี่ยระหว่าง 1 – 3 ปี และประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้บริการรูปแบบค่าธรรมเนียมประกันภัยรถยนต์ ลูกค้าดังกล่าวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกการให้บริการเป็นด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานสูงสุด รองลงมาคือด้านสถานที่และด้านการบริการตามลำดับ โดยทางด้านการบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางจำนวน 6 ประเด็นคือ รวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องไม่ผิดพลาดในการบริการ การบริการต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัดการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน การจัดการบริการให้ อย่างเพียงพอแก่ความต้องการความทันสมัยในการบริการ

ภาวิตา จินะวัฒน์ (2547, บทความย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ปรากฏว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามบริเวณชายหาดและถนน ความสะอาดของชายหาดและน้ำทะเล การจราจร ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้าและบริการต่างๆ และความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ท่องเที่ยวชายทะเล และจำนวนวัน และจำนวนวันในการพักผ่อนท่องเที่ยวชายทะเล มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัย ด้านสถานภาพสมรส ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี

จินตนา จันทัด (2548, บทความย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอร์ลด์ ยโสธร พบว่า ธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่อำนวยความสะดวกสบายและบริการต่างๆ ทั้งที่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว ย่อมต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเสมือนอยู่บ้านตนเองการตัดสินใจของแขกที่เข้ามาพักผ่อนขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ จึงควรมีการศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็มเมอร์ลด์ ยโสธร ที่มีความแตกต่างกันเรื่อง เพศ ระดับการศึกษาและอายุ ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1. ลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็มเมอร์ลด์ ยโสธร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้าง/งานส่วนตัว มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส.

มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ทราบข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ/คนอื่น ๆ แนะนำมาช่วงวันมาใช้บริการ คือช่วงวันศุกร์-เสาร์ ความถี่ของลูกค้าที่มาใช้บริการ อยู่ในช่วงทุก ๆ เดือนมาใช้บริการกับเพื่อน/คนอื่น ๆ และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาลเมืองยโสธร

2. ลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธร มีความพึงพอใจโดยรวมและเป็นรายด้าน 5 ด้าน คือ ด้านห้องพัก ด้านห้องอาหาร ด้านห้องประชุมสัมมนา และด้านรีโอเคิตส์ับอยู่ระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านสนุกเกอร์คลับและด้านนวดหัตถเวช อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ลูกค้าที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมและเป็นรายด้านเน้นระดับไม่แตกต่างกัน

โดยสรุป ลูกค้าที่มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธร มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านเน้นระดับอยู่ในระดับมากที่สุด ถึงมากที่สุด โดยลูกค้าที่มีลักษณะบางประการต่างกัน มีความพึงพอใจไม่ต่างกัน ซึ่งข้อเสนอแนะที่ได้จะใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ และเป็นที่พึงพอใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ภาคนี้ ทราบแก้ว (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของการท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของโรงแรมในจังหวัดกระบี่ โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มที่ศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดกระบี่ ในปี พ.ศ.2548 พบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53.25 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 46.76 และส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 37.75 และส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37.

2. มีนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมด้านบริการส่วนหน้าโดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลางคือพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสให้คำแนะนำ การเข้าที่พัก ปฏิบัติงานด้วยความกระฉับกระเฉงและมีมนุษยสัมพันธ์

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมด้านงานแม่บ้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ จัดระเบียบอาหาร และเครื่องดื่มในตู้เย็นและบริการซักรีด

4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ต่องานบริการอาหารและเครื่องดื่มทั้งโดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาควรกำหนดการเก็บเกี่ยวรวบรวมข้อมูลควรพิจารณาเกี่ยวกับฤดูกาลและสภาพดินฟ้าอากาศ นอกจากนี้ข้อคำถามในแบบสอบถามไม่ควรมีมากเกินไป เพราะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องใช้เวลาคอยมากและการตอบไม่สมบูรณ์ สำหรับการวิจัยครั้ง

ต่อไปควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้านอื่นๆ เช่น บริการขนส่ง และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นต้น

จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตามตัวแปรอิสระได้ดังนี้

### 1. เพศ

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรม จังหวัดอุบลราชธานี ของชนิษฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, หน้า 72) พบว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม จังหวัดอุบลราชธานีต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธรของจินตนา จันทคัต (2548, บทคัดย่อ) เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของการท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของโรงแรมในจังหวัดกระบี่ โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มที่ศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดกระบี่ ของภาคินี ทราบแก้ว (2548, บทคัดย่อ) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

### 2. อายุ

จากผลการศึกษาของจินตนา จันทคัต (2548, หน้า 50) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธรลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชนิษฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอุบลแกรนด์ พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

### 3. การศึกษา

จากผลการศึกษาของจินตนา จันทคัต (2548, หน้า 50) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธรลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชนิษฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอุบลแกรนด์ พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการดีสโก้บีชโดยรวมและ

ระดับไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 4. อาชีพ

จากผลการศึกษาของชนิตฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, หน้า 74) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอูบลแกรนด์ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของลำไย แม้นเสถียร (2546, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราพบว่าอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะกง ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 5. รายได้

จากผลการศึกษาของภาวิดา จินะวัฒน์ ( 2547, หน้า 52) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี รายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของวิชาศศิณี สมชาติ (2546, หน้า 57) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง) พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง)ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 6. สถานภาพสมรส

จากผลการศึกษาของภาวิดา จินะวัฒน์ (2547, หน้า 56) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสถานภาพสมรส ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 7. ถิ่นที่อยู่อาศัย

จากผลการศึกษาของเสริมพันธ์ สาริมาน (2543, หน้า 23) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว

จังหวัดจันทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน  
 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีความ  
 คิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 8. วัตถุประสงค์ในการมาพัก

จากผลการศึกษาของรัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า 48) พบว่าลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์  
 ในการมาพักมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า  
 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการมาพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รี  
 สอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

#### 9. ความถี่ในการมาพัก

จากผลการศึกษาของจินตนา จันทัด (2548, หน้า 51) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความ  
 พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็ม.เมอร์ลด์ ยโสธร ได้นำความถี่ในการมาพักของ  
 ลูกค้ามาทำการศึกษาเช่นเดียวกับงานวิจัยของภาวิดา จินะวัฒน์ (2547, หน้า 59) ได้ศึกษาเรื่อง  
 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัด  
 ชลบุรี พบว่าความถี่ในการเข้าต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมชายหาด  
 พัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้นนี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มี  
 ถิ่นที่มีความถี่ในการเข้าพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะ  
 ช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

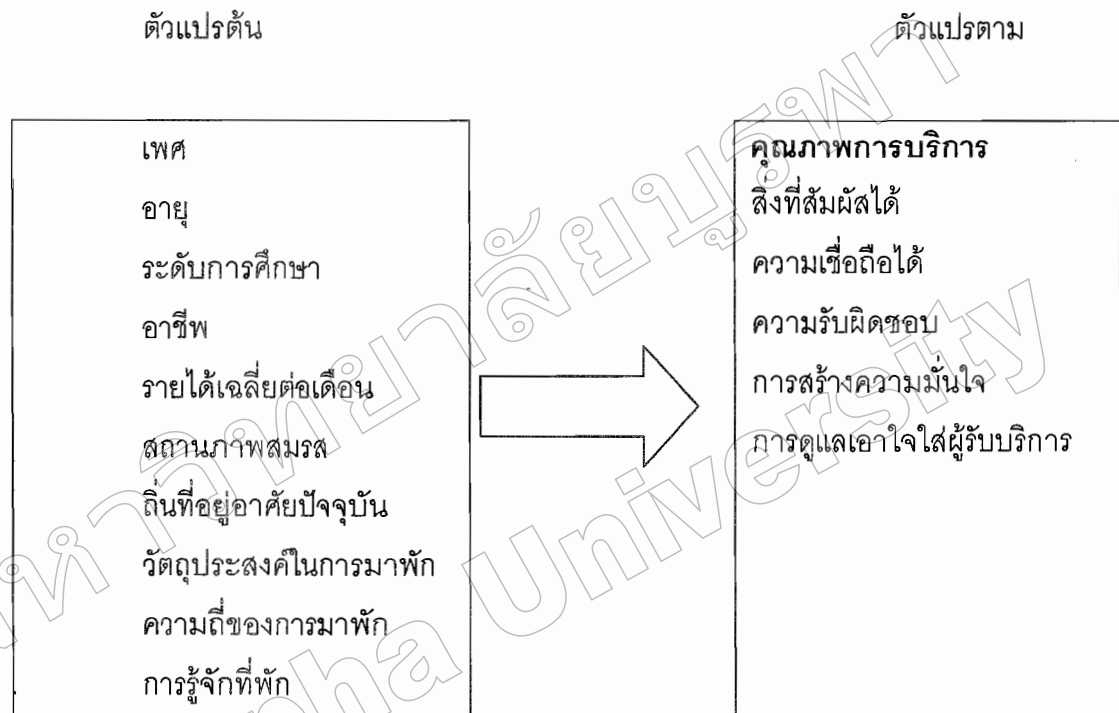
#### 10. การรู้จักที่พัก

จากผลการศึกษาของจินตนา จันทัด (2548, หน้า 51) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความ  
 พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็ม.เมอร์ลด์ ยโสธร พบว่าลูกค้าที่การรู้จักที่พักที่  
 ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยขึ้น  
 นี้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรู้จักที่พักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท  
 เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาคุณภาพบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดใช้กรอบ  
 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ( Service Quality ) Christopher Lovelock, 2001, p.365  
 citing Valarie A.Zeithaml.A.Parasuraman and Leonard L.Berry ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่าความ

เชื่อมโยงของปัจจัยต่าง ๆ ในกระบวนการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการและความจงรักภักดีของผู้รับบริการ ซึ่งจะทำให้ความเติบโตของรายได้และนำกำไรมาสู่องค์กร ส่วน Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) เสนอว่าคุณภาพบริการประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ



ภาพประกอบ 5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การศึกษา ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแนวความคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้างจังหวัดตราด จำนวน 700 คนต่อปี (ประชากรจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักมาขึ้นทะเบียนของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้างจังหวัดตราด ในช่วงระหว่างเดือน กรกฎาคม พ.ศ.2550 ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ.2550 ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการเปิดตารางของเครซี & มอร์แกน ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 คน แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 250 คน



## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มาใช้บริการ เป็นแบบประเภทคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด มีทั้งหมด 5 ส่วน รวมจำนวน 24 ข้อ

ข้อรายการของข้อมูลในส่วนที่ 2 แบ่งตามองค์ประกอบได้ ดังนี้

ด้านที่ 1 ความเป็นสิ่งที่น่าสนใจ มีข้อมูลอยู่ 6 ข้อ

ด้านที่ 2 ความเชื่อถือได้ มีข้อมูลอยู่ 5 ข้อ

ด้านที่ 3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการได้ทันที มีข้อมูลอยู่ 4 ข้อ

ด้านที่ 4 การสร้างความมั่นใจ มีข้อมูลอยู่ 4 ข้อ

ด้านที่ 5 การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีข้อมูลอยู่ 5 ข้อ

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมากที่สุด	ให้	4	คะแนน
ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมาก	ให้	3	คะแนน
ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับพอใช้	ให้	2	คะแนน
ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับต้องปรับปรุง	ให้	1	คะแนน

## การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่อง คุณภาพในการบริการจากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านคือ 1. ดร.โกวิท กระจ่าง 2. อาจารย์ พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต 3. อาจารย์ ลือชัย วงษ์ทอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่รีสอร์ทบ้านพักตากอากาศ จ.ตราด จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม เท่ากับ .9579 ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการห้องพักทุกท่าน โดยจะให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของรีสอร์ทเป็นผู้ชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถามเพื่อให้ผู้รับบริการตอบ ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้บริการของรีสอร์ทที่ผู้รับบริการได้รับ พร้อมทั้งมีการให้ของชำร่วยเป็นการตอบแทนที่ลูกค้าสละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ กรกฎาคม พ.ศ.2550 ที่เริ่มต้น ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ.2550 และในแบบสอบถามแต่ละชุดจะมีช่องที่เว้นไว้สำหรับระบุหมายเลขห้องพักด้วย และเก็บแบบสอบถามคืนหลังจากลูกค้าคืนห้องพัก

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 250 ชุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลในการเข้าพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ศรีตรา รีสอร์ท  
เกาะช้าง จังหวัดตราด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับ  
ลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษารายได้  
เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก  
และการรู้จักที่พัก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ
2. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้  
สถิตินำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบ t-test สำหรับตัวแปร 2  
กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับการทดสอบความ  
แตกต่างของค่าเฉลี่ย จากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มหากพบนัยสำคัญทางสถิติจะทำการ  
ทดสอบรายคู่เพื่อหาความแตกต่างด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ที่ระดับนัยสำคัญ .05  
โดยการแปลผลแบบใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{N-1}{N} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

### เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง	มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมากที่สุด
3.26 - 4.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมาก
2.51 - 3.25	หมายถึง	มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดี
1.76 - 2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับพอใช้
1.00 - 1.75	หมายถึง	มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับต้องปรับปรุง

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัย "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราดและ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 250 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานบุคคลของประชาชนโดยการแจกแจงความถี่และแสดงเป็นร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด จำแนกตาม เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส, ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน, วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแจง  
ความถี่และแสดงเป็นร้อยละ (percentage)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยพื้นฐานบุคคลจำแนกตาม เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส, ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน, วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ( 250 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	80	32.00
หญิง	170	68.00
อายุ		
ตั้งแต่ 25 ปีลงมา	62	24.80
26 - 35 ปี	134	53.60
36 - 45 ปี	34	13.60
46 - 55 ปี	14	5.60
ตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป	6	2.40
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	7	2.80
มัธยมศึกษา/ปวช.	36	14.40
อนุปริญญา/ปวส.	10	4.00
ปริญญาตรี	138	55.20
สูงกว่าปริญญาตรี	59	23.60
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	19	7.60
บริษัทเอกชน	114	45.60
ธุรกิจส่วนตัว	95	38.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	8.80

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ( 250 คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	21.60
10,001 – 20,000 บาท	78	31.20
20,001 – 30,000 บาท	56	22.40
30,001 – 40,000 บาท	4	1.60
สูงกว่า 40,000 บาท	58	23.20
สถานภาพสมรส		
โสด/หย่า/หม้าย	151	60.40
สมรส	99	39.60
ถิ่นที่อยู่อาศัย		
ภาคเหนือ	40	16.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	5.60
ภาคกลาง	172	68.80
ภาคใต้	11	4.40
ภาคตะวันออก	13	5.20
วัตถุประสงค์ในการมาพัก		
ติดต่อธุรกิจ	2	0.80
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	235	94.00
ประชุม/สัมมนา	13	5.20
ความถี่ในการมาพัก		
1 ครั้ง	162	64.80
2 – 3 ครั้ง	61	24.40
4 – 5 ครั้ง	27	10.80

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน ( 250 คน)	ร้อยละ
การรู้จักที่พัก		
เพื่อนแนะนำ	53	21.20
บริษัทเจ้านำเที่ยว	57	22.80
การโฆษณา	47	18.80
อื่น ๆ	93	37.20

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาจำแนกและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 68.00 และเพศชาย คิดเป็น ร้อยละ 32.00

ผลการศึกษาจำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 53.60 รองลงมา มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปีลงมา ร้อยละ 24.80 อายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 13.60 อายุ 46 – 55 ปี ร้อยละ 5.60 และสุดท้ายตั้งแต่อายุ 56 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.40

ผลการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.20 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 23.60 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือ ปวช. ร้อยละ 14.40 ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 4.00 และสุดท้ายระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 2.80

ผลการศึกษาจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 45.60 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.00 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.20 และสุดท้ายประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 7.60

ผลการศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 31.20 รองลงมา มีรายได้สูงกว่า 40,001 บาท ร้อยละ 23.20 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 22.40 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 21.60 และสุดท้ายรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 1.60

ผลการศึกษาจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีสถานภาพโสด,หย่า,หม้าย ร้อยละ 60.40 และสถานภาพสมรส ร้อยละ 39.60

ผลการศึกษาคำแนะนำตามถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า ส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ภาคกลาง ร้อยละ 68.80 รองลงมามีถิ่นที่อยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 16.00 ภาคตะวันออก ร้อยละ 5.60 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 5.20 และสุดท้ายมีถิ่นที่อยู่ภาคใต้ ร้อยละ 4.40

ผลการศึกษาคำแนะนำตามวัตถุประสงค์การมาพัก พบว่า ส่วนใหญ่มาพักเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 94.00 รองลงมาพักเพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 5.20 และสุดท้ายมาพักเพื่อติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 0.80

ผลการศึกษาคำแนะนำตามความถี่ของการมาพักส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.80 มาพักที่รีสอร์ท 1 ครั้ง รองลงมาพัก 2 – 3 ครั้ง ร้อยละ 24.40 และสุดท้ายมาพัก 4 – 5 ครั้ง ร้อยละ 10.80

ผลการศึกษาคำแนะนำตามการรู้จักที่พัก พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักที่พักโดยอื่น ๆ ร้อยละ 37.20 รองลงมารู้จักที่พักโดยบริษัทจัดนำเที่ยว ร้อยละ 22.80 เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 21.20 และสุดท้ายรู้จักโดยการโฆษณา ร้อยละ 18.80

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

การแสดงผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยทำการศึกษา ใน 5 ด้าน คือ สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือได้ ความรับผิดชอบ การสร้างความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 2 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
ด้านที่สัมผัสได้	5 (2.00)	33 (13.20)	149 (59.60)	63 (25.20)	2.95	0.68	ดีมาก	5
ด้านความน่าเชื่อถือ	0 (0.00)	21 (8.40)	136 (54.40)	93 (37.20)	3.30	0.61	ดีมากที่สุด	1
ความรับผิดชอบ	0 (0.00)	25 (10.00)	141 (56.40)	84 (33.60)	3.16	0.62	ดีมาก	3
การสร้างความมั่นใจ	0 (0.00)	29 (11.60)	150 (60.00)	71 (28.40)	3.18	0.61	ดีมาก	2
การดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ	0 (0.00)	32 (12.80)	156 (62.40)	62 (24.80)	3.13	0.60	ดีมาก	4
ภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ	0 (0.00)	17 (6.80)	150 (60.00)	83 (33.20)	3.14	0.58	ดีมาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.14$ , S.D. = 0.58) เมื่อแยกวิเคราะห์รายด้าน พบว่า

ด้านความเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.30$ , S.D. = 0.61) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาด้านด้านการสร้างความมั่นใจ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.17$ , S.D. = 0.61) ความรับผิดชอบ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.16$ , S.D. = 0.62) ด้านการดูแลเอาใจใส่ นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.12$ , S.D. = 0.60) และอันดับสุดท้ายคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.08$ , S.D. = 0.68)

ตารางที่ 3 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
1.ห้องพัก	1 (0.40)	25 (10.00)	169 (67.00)	55 (22.00)	3.11	0.57	ดีมาก	2
2.ห้องอาหาร	13 (5.20)	50 (20.00)	155 (62.00)	32 (12.80)	2.82	0.71	ดีมาก	5
3.สปา และห้องอบ สมุนไพรไทย	7 (2.80)	100 (40.00)	130 (52.00)	32 (12.80)	2.60	0.63	ดีมาก	6
4.สิ่งอำนวยความสะดวก ในห้องพัก (ทีวี, วัสดุ, ตู้เย็น)	3 (1.20)	47 (18.8)	128 (51.2)	72 (28.8)	3.08	0.72	ดีมาก	3
5.ทัศนียภาพภายใน บริเวณรีสอร์ท (สวน หย่อม, สระว่ายน้ำ น้ำ)	0 (0.00)	42 (16.80)	119 (47.60)	89 (35.60)	3.19	0.70	ดีมาก	1
6.กิจกรรมอื่นๆ (ดำ น้ำ, นั่งช้าง, พายเรือ คายัก)	7 (2.80)	55 (22.00)	143 (57.60)	45 (18.00)	2.90	0.71	ดีมาก	4
รวม					2.95	0.68	ดีมาก	

จากตารางที่ 3 พบว่าทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ทัศนียภาพภายในบริเวณรีสอร์ท (สวนย่อม, สระว่ายน้ำ) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.19, S.D. = 0.70$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ห้องพัก ( $\bar{x} = 3.11, S.D. = 0.57$ ) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ทีวี, ทีวีดี, ตู้เย็น) ( $\bar{x} = 3.08, S.D. = 0.72$ ) กิจกรรมอื่น ๆ (ดำน้ำ, นั่งช้าง, พายเรือคายัค) ( $\bar{x} = 2.90, S.D. = 0.71$ ) ห้องอาหาร ( $\bar{x} = 2.82, S.D. = 0.71$ ) และอันดับสุดท้ายคือ สปาและห้องอบสมุนไพรไทย ( $\bar{x} = 2.60, S.D. = 0.63$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 4 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามความน่าเชื่อถือได้

ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
1. เมื่อทางรีสอร์ทสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท แล้วให้บริการเสร็จเรียบร้อยตามเวลาที่กำหนด	9 (3.60)	16 (6.40)	149 (59.60)	76 (30.40)	3.67	0.69	ดีมากที่สุด	1
2. เมื่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทมีปัญหากับเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของรีสอร์ท แสดงความใส่ใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้	5 (2.00)	21 (8.40)	140 (56.00)	84 (33.60)	3.21	0.67	ดีมาก	4
3. รีสอร์ทให้บริการได้ทันทีที่ลูกค้าเข้ามาถึง	0 (0.00)	20 (8.00)	143 (57.20)	87 (34.80)	3.27	0.60	ดีมากที่สุด	2
4. รีสอร์ทให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	0 (0.00)	12 (4.80)	167 (66.80)	71 (28.4)	3.24	0.52	ดีมาก	3
5. รีสอร์ทบันทึกข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	0 (0.00)	35 (14.00)	157 (62.80)	58 (23.2)	3.09	0.60	ดีมาก	5
รวม					3.30	0.61	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 4 พบว่าทางด้านความน่าเชื่อถือได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

เมื่อทางรีสอร์ทสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท แล้วให้บริการเสร็จเรียบร้อยตามเวลาที่กำหนด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.67$ ,  $S.D. = 0.69$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือรีสอร์ทให้บริการได้ทันทีที่ลูกค้าเข้ามาถึง ( $\bar{x} = 3.27$ ,  $S.D. = 0.60$ ) รีสอร์ทให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด ( $\bar{x} = 3.24$ ,  $S.D. = 0.52$ ) เมื่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทมีปัญหาทางเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของรีสอร์ทแสดงความใส่ใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้ ( $\bar{x} = 3.21$ ,  $S.D. = 0.67$ ) และอันดับสุดท้ายคือ รีสอร์ทบันทึกข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{x} = 3.09$ ,  $S.D. = 0.60$ )

ตารางที่ 5 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามความรับผิดชอบ

ความรับผิดชอบ (Responsiveness)	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
1.พนักงานของรีสอร์ทบอก ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทเสมอ เกี่ยวกับเวลาให้บริการที่ แน่นอน	3 (1.20)	52 (20.80)	132 (52.80)	63 (25.2)	3.02	0.71	ดีมาก	4
2.พนักงานของรีสอร์ทพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าที่มา พักในรีสอร์ทได้ทันที	0 (0.00)	15 (6.00)	149 (66)	81 (26.82)	3.20	0.56	ดีมาก	2
3.พนักงานของรีสอร์ทมีเวลาที่ จะให้บริการหรือช่วยเหลือ เมื่อลูกค้าร้องขอเสมอ	0 (0.00)	29 (11.60)	144 (57.60)	77 (30.8)	3.19	0.62	ดีมาก	3
4.พนักงานของรีสอร์ทเต็มใจ ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักใน รีสอร์ทเสมอ	0 (0.00)	26 (10.40)	138 (55.20)	86 (34.40)	3.24	0.63	ดีมาก	1
รวม					3.16	0.62	ดีมาก	

จากตารางที่ 5 พบว่าทางด้านความรับผิดชอบต่อ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

พนักงานของรีสอร์ทบอกลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทเสมอเกี่ยวกับเวลาให้บริการที่แน่นอน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.24$ ,  $S.D. = 0.63$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานของรีสอร์ทพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทได้ทันที ( $\bar{x} = 3.20$ ,  $S.D. = 0.56$ ) พนักงานของรีสอร์ทที่มีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอเสมอ ( $\bar{x} = 3.19$ ,  $S.D. = 0.62$ ) และ อันดับสุดท้าย พนักงานของรีสอร์ทบอกลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทเสมอเกี่ยวกับเวลาให้บริการที่แน่นอน ( $\bar{x} = 3.02$ ,  $S.D. = 0.71$ )

ตารางที่ 6 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามการสร้างเชื่อมั่น

การสร้างเชื่อมั่น (Assurance)	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
1.การพูด การแสดงออกของพนักงานของรีสอร์ทสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท	0 (0.00)	30 (12.00)	149 (59.60)	71 (28.40)	3.16	0.62	ดีมาก	3
2.ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทรู้สึกปลอดภัยในเรื่องของรายจ่ายต่างๆ ตามรายการที่ปรากฏ	0 (0.00)	14 (5.60)	176 (70.40)	60 (24.00)	3.18	0.51	ดีมาก	2
3.พนักงานของรีสอร์ทให้บริการด้วยอัธยาศัย โอมติร์ อันดีต่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทอย่างสม่ำเสมอ	0 (0.00)	21 (8.40)	139 (55.60)	90 (36.00)	3.28	0.61	ดีมากที่สุด	1
4.พนักงานของรีสอร์ทมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท	0 (0.00)	33 (13.20)	158 (63.20)	59 (23.60)	3.10	0.60	ดีมาก	4
รวม					3.18	0.61	ดีมาก	

จากตารางที่ 6 พบว่าทางด้านการสร้างความมั่นใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

พนักงานของรีสอร์ทให้บริการด้วยอัธยาศัย ไมตรี อันดีต่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทอย่างสม่ำเสมอ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.28, S.D. = 0.61$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทรู้สึกปลอดภัยในเรื่องของรายจ่ายต่าง ๆ ตามรายการที่ปรากฏ ( $\bar{x} = 3.18, S.D. = 0.51$ ) การพูด การแสดงออกของพนักงาน ของรีสอร์ทสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท ( $\bar{x} = 3.16, S.D. = 0.62$ ) และ อันดับสุดท้ายคือ พนักงาน ของรีสอร์ทที่มีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท ( $\bar{x} = 3.10, S.D. = 0.60$ )

ตารางที่ 7 จำนวนของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็น และการจัดอันดับ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตรา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ

การดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ (Empathy)	ระดับความคิดเห็น				$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	ต้องปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ดีมาก (3)	ดีมากที่สุด (4)				
1.พนักงานของรีสอร์ทให้ความสนใจและเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทอย่างทั่วถึง	0 (0.00)	22 (8.80)	156 (62.40)	72 (28.80)	3.20	0.58	ดีมาก	2
2.รีสอร์ทมีเวลาทำงานที่สะดวกในการติดต่อสำหรับลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท	0 (0.00)	16 (6.40)	179 (71.60)	55 (22.00)	3.15	0.51	ดีมาก	3
3.รีสอร์ทมีพนักงานที่ให้การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ททุก ๆ คน	2 (0.80)	30 (12.00)	164 (65.60)	54 (21.60)	3.08	0.60	ดีมาก	4
4.รีสอร์ทมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท	0 (0.00)	20 (8.00)	157 (62.80)	73 (29.20)	3.21	0.57	ดีมาก	1
5.พนักงานของรีสอร์ทเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท.	8 (3.20)	31 (12.40)	165 (66.00)	46 (18.40)	2.99	0.66	ดีมาก	5
รวม					3.13	0.60	ดีมาก	

จากตารางที่ 7 พบว่าทางด้าน การดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

รีสอร์ทที่มีความตั้งใจจะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 3.21$ , S.D. = 0.57) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานของรีสอร์ทให้ความสนใจและเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท อย่างทั่วถึง ( $\bar{x} = 3.20$ , S.D. = 0.58) รีสอร์ทที่มีเวลาทำงานที่สะดวกในการติดต่อสำหรับลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท ( $\bar{x} = 3.15$ , S.D. = 0.51) รีสอร์ทที่มีพนักงานที่ให้การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ททุก ๆ คน ( $\bar{x} = 3.08$ , S.D. = 0.60) และอันดับสุดท้ายคือ พนักงานของรีสอร์ทเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท ( $\bar{x} = 2.99$ , S.D. = 0.66)

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

การแสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด จะเป็นการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์การพัก ความถี่ในการพัก และการรู้จักที่พัก กับตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพในการบริการว่าข้อมูลใดมีความแตกต่างกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพในการบริการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบคะแนน t (t – test) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์แบบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจากคู่ของ scheffe ซึ่งสามารถสรุปผลการสมมติฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 8 เพศกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t	sig
ชาย	80	3.21	.59	-.958	.601
หญิง	170	3.29	.57		

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ในภาพรวม พบว่าเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 อายุกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	4	1.382	.345	1.042	.386
ภายในกลุ่ม	245	81.194	.331		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบอายุกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้



ตารางที่ 10 ระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง  
จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	4	5.183	1.296	4.102	.003*
ภายในกลุ่ม	245	77.393	.316		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	3.5714	-	.297	.773	.620	.996
มัธยมศึกษา/ปวช.	3.0556		-	.972	.669	.016*
อนุปริญญา/ปวส.	3.2000			-	1.00	.728
ปริญญาตรี	3.2174				-	.074
สูงกว่าปริญญาตรี	3.4746					-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 11 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้แบบ scheffe ได้ดังนี้ ระดับการศึกษากับความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ ดังนี้

1. การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. มีความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการแตกต่างจากการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 12 อาชีพกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	3	.002	.001	.002	1.00
ภายในกลุ่ม	246	82.574	.336		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบอาชีพกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 13 รายได้ต่อเดือนกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	4	.456	.114	.340	.851
ภายในกลุ่ม	245	82.120	.335		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบรายได้ต่อเดือนกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 14 สถานภาพสมรสกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

สถานภาพสมรส	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t	sig
โสด,หย่า,หม้าย	151	3.27	.59	.257	.393
สมรส	99	3.25	.56		

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบสถานภาพสมรสกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่าสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 15 ถิ่นที่อยู่อาศัยกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง  
จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	4	2.851	.713	2.19	.071
ภายในกลุ่ม	245	79.725	.325		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 7 นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบถิ่นที่อยู่อาศัยกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 16 วัตถุประสงค์ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	2	1.679	.840	2.56	.079
ภายในกลุ่ม	247	80.897	.328		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 8 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการมาพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 16 ผลการทดสอบวัตถุประสงค์ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มี

วัตถุประสงค์ในการมาพักที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้ง

ตารางที่ 17 ความถี่ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	2	9.325	4.662	15.72	.000*
ภายในกลุ่ม	247	73.251	.297		
รวม	249	82.576			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 9 นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการมาพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบความถี่ในการมาพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการมาพักที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความถี่ในการเข้าพักกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

ความถี่ในการเข้าพัก	$\bar{x}$	1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง
1 ครั้ง	3.1543	-	0.18	0.00*
2-3 ครั้ง	3.3279		-	0.00*
4-5 ครั้ง	3.7778			-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 18 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้แบบ scheffe ได้ดังนี้ ความถี่ในการเข้าพักกับความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

1. ความถี่ในการเข้าพัก 1 ครั้ง ( $\bar{x}=3.1543$ ) นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการ แตกต่างจากความถี่ในการเข้าพัก 4 – 5 ครั้ง ( $\bar{x}=3.7778$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ความถี่ในการเข้าพัก 2 – 3 ครั้ง ( $\bar{x}=3.3279$ ) นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการ แตกต่างจากความถี่ในการเข้าพัก 4 – 5 ครั้ง ( $\bar{x}=3.7778$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 การรู้จักที่พักกับความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	3	7.639	2.546	8.359	.000*
ภายในกลุ่ม	246	74.937	.305		
รวม	249	82.57			

\*  $p < .05$

สมมติฐานที่ 10 นักท่องเที่ยวที่มีการรู้จักที่พักที่ต่างกันมีความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบการรู้จักที่พักกับความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการรู้จักที่พักที่ต่างกันมีความถี่ในการเห็นต่อคุณภาพการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การรู้จักที่พอกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ  
ของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

การรู้จักที่พอก	$\bar{x}$	เพื่อนแนะนำ	บริษัทจัดนำเที่ยว	การโฆษณา	อื่น ๆ
เพื่อนแนะนำ	3.08	-	0.98	0.67	0.00*
บริษัทจัดนำเที่ยว	3.12		-	0.88	0.00*
การโฆษณา	3.21			-	0.06
อื่น ๆ	3.48				-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 20 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้แบบ scheffe ได้ดังนี้ การรู้จักที่พอกับความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการของศิริตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

1. การรู้จักที่พอกโดยเพื่อนแนะนำ ( $\bar{x}=3.08$ ) นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการ แตกต่างไปการรู้จักที่พอกโดยอื่น ๆ ( $\bar{x}=3.48$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. การรู้จักที่พอกโดยบริษัทจัดนำเที่ยว ( $\bar{x}=3.12$ ) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการ แตกต่างไปการรู้จักที่พอกโดยอื่น ๆ ( $\bar{x}=3.48$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 21 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
เพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
วัตถุประสงค์ในการมาพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ความถี่ในการพักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
การรู้จักที่พักต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของคีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัด ตราด จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน วัตถุประสงค์ในการมาพัก ความถี่ของการมาพัก และการรู้จักที่พัก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยว 250 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการศึกษานำเสนอตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ
3. การทดสอบสมมติฐาน

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ภาคกลาง โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาพักเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว ความถี่ในการมาพัก 1 ครั้ง และรู้จักที่พักจากอื่น ๆ เช่น งานแสดงสินค้า เว็บไซต์

##### 2. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ พบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการโดยรวมอยู่ในระดับ

ดีมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการในด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดีมากที่สุด ส่วนด้านด้านความรับผิดชอบ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านสิ่งสัมผัสได้ อยู่ในระดับดีมากตามลำดับ

### 3. การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของ คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นการนำข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างมาทดสอบหาความแตกต่างกับระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการบริการโดยรวม ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการมาพัก ไม่มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการศึกษา ความถี่ในการมาพัก และการรู้จักที่พัก มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ

### อภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการด้านความเชื่อถืออยู่ในระดับดีมากที่สุด ส่วนด้านความรับผิดชอบ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านสิ่งสัมผัสได้อยู่ในระดับดีมากเรียงตามลำดับ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านความเชื่อถือ พบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อนักท่องเที่ยวที่มาพักที่คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด เข้ามาที่รีสอร์ท ความน่าเชื่อถือของรีสอร์ท เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาพักที่คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะรู้สึกประทับใจมากเมื่อรีสอร์ทให้การบริการทันที มีการบันทึกข้อมูลอย่างถูกต้อง การบริการที่ตรงตามเวลาที่กำหนด และเมื่อเกิดปัญหาบางอย่างที่นักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือรีสอร์ทแสดงความใส่ใจกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้ และบริการนั้นๆเสร็จตามเวลาที่กำหนด จึงทำให้ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับดีมากที่สุด

ด้านความรับผิดชอบ พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพนักงานพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เต็มใจให้บริการ พร้อมทั้ง

จะช่วยเหลือทุกครั้งที่ถูกคำร้องขอ และพนักงานบอกนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเวลาบริการที่แน่นอน เช่น อาหารเช้าเริ่มตั้งแต่ 7.30 – 10.30 น. รับประทานที่ห้องอาหาร เวลาเปิดปิดห้องครัว เพราะฉะนั้น ด้านความรับผิดชอบของพนักงานจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก

ด้านการสร้างความมั่นใจ พบว่า พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับดีมาก นักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจมากเมื่อพบเจอพนักงานที่มีอัธยาศัยไมตรี ที่ดี มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ถูกต้องตามรายการที่ปรากฏ การพูดจา และการแสดงออกของพนักงาน และพนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว มีการแนะนำสถานที่เที่ยวต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับดีมาก จะเห็นได้ว่า รีสอร์ทที่มีความตั้งใจที่จะบริการให้กับลูกค้าที่มาพักให้ดีที่สุด การเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มีเวลาให้ลูกค้าได้ติดต่อสอบถาม และพนักงานทราบถึงความแตกต่างของลูกค้าแต่ละคนเพราะบางท่านต้องการอ่านหนังสือ บางท่านชอบกิจกรรม พนักงานจึงจำเป็นต้องทราบและสังเกตความต้องการของลูกค้าแต่ละท่านเพื่อจะได้บริการให้ได้ตามความต้องการ

ด้านสิ่งสัมผัส พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อยู่ในระดับดีมาก เป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง ได้เห็นจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดในทางที่ดี ทักษะสภาพภายในรีสอร์ท เห็นแล้วรู้สึกเหมือนมารีสอร์ทให้ความรู้สึกที่แตกต่างจากบ้านห้องพักระยะยาว พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรวมให้พร้อมที่วี ดูเย็น เครื่องทำน้ำอุ่น ไดรฟ์เป่าผม ทุกอย่างต้องมีพร้อม มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่หลากหลายห้องอาหาร และห้องสปา ห้องอบสมุนไพรต้องมีกลิ่นที่สะอาดทำให้รู้สึกที่ดีในการใช้บริการ

และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการมาพักต่างกันไม่มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการศึกษา ความถี่ในการมาพัก และการรู้จักที่พัก มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เพศ พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลำไย แม้นเสถียร (2546, บทคัดย่อ) เรื่องความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ปวยนอก

โรงพยาบาลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการไม่แตกต่างกัน

อายุ พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยซึ่งสอดคล้องจากผลการศึกษาของ ขนิษฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, หน้า 72) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอูบลแกรนด์ และการศึกษาของจินตนา จันทศักดิ์ (2548, หน้า 62) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอรัลด์ ยโสธร พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา พบว่าแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย สาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงมีความคิดเห็นที่ดีกว่า มีประสบการณ์และพบเจอ ในการบริการอยู่เสมอ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก ต่างๆ จึงทำให้ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

อาชีพ พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยซึ่งสอดคล้องจากผลการศึกษาของ ขนิษฐา วงษ์คำจันทร์ (2546, หน้า 74) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอูบลแกรนด์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการไม่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยซึ่งสอดคล้องจากผลการศึกษาของ ภาวิดา จินะวัฒน์ (2547, หน้า 52) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี และการศึกษาของวิชาศิณี สมนชาติ (2546, หน้า 57) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง) พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการไม่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรส พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย เนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ว่าจะโสด หย่า หม้าย หรือสมรส มีความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดีทุกคนดังนั้นสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการบริการที่ไม่แตกต่างกัน

ถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องจากผลการศึกษาของ เสริมพันธ์ สาริมาณ (2543, หน้า 23) เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการที่ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ในการมาพัก พบว่าไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องจากผลการศึกษาของ รัชนิพร ก้อนคำ (2547, หน้า 48) เรื่อง คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าวัตถุประสงค์ในการมาพักเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยว ประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ ติดต่องานราชการ และอื่น ๆ ที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการที่ไม่แตกต่างกัน

ความถี่ในการมาพัก พบว่าแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย สาเหตุประการสำคัญคือ นักท่องเที่ยวที่มาพักบ่อย ๆ จะได้สัมผัสกับคุณภาพการบริการที่ดี อีกทั้งพนักงานก็เป็นที่รู้จัก พุดคุยและสอบถามข้อมูลได้ดี และถูกต้องเสมอ เมื่อต้องการอะไรก็สามารถบอก และร้องขอกับพนักงานได้ทันที และพนักงานก็เต็มใจทำให้เพราะเป็นที่คุ้นเคยกันอยู่แล้ว จึงทำให้ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จินตนา จันทัด (2548, หน้า 51) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็มเมอร์ลด์ ยโสธร การรู้จักที่พัก พบว่าแตกต่างกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย สาเหตุประการสำคัญคือ นักท่องเที่ยวที่มาพักที่รีสอร์ทจะรู้จักรีสอร์ทมาก่อนที่จะมาพัก จาก งานท่องเที่ยว เว็บไซต์ เพื่อนแนะนำ บริษัทจัดนำเที่ยว และการโฆษณา นักท่องเที่ยวจะได้ยิน ได้เห็นรูปภาพของรีสอร์ท ลักษณะ และบรรยากาศ ได้ฟังจากเพื่อน หรือ บริษัทจัดนำเที่ยวทำให้เกิดความคาดหวังตามที่ได้ยิน ได้เห็นมา จึงทำให้ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จินตนา จันทัด (2548, หน้า 51) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เจ.พี.เอ็มเมอร์ลด์ ยโสธร

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการของคิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการทางด้านความน่าเชื่อถือได้ รองลงมาด้านความรับผิดชอบ ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการมาพักต่างกันไม่มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการศึกษา ความถี่ในการมาพัก และการรู้จักที่พัก มีความแตกต่างต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### 1. เชีงนโยบาย

1.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก คิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ทางผู้บริหารรีสอร์ทควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาเพิ่มเติมอุปกรณ์ เครื่องใช้บางอย่าง อาจจะไม่ทันสมัย เก่า ควรมีการจัดซื้อห้องครัวเพิ่มและขยายห้องอบสมุนไพรไทยให้ใหญ่ขึ้น เพื่อความเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และห้องอาหารควรมีการดูแลรักษาให้สะอาดและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสวยงามและทันสมัยเหมาะสมในการใช้งานได้สะดวก อีกทั้งควรมีนโยบายขยายที่พักโดยการจัดซื้อที่ดินเพิ่มเติมที่ติดชายทะเลเพื่อเพิ่มความต้องการที่ครบถ้วนต่อไป

1.2 ด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก คิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด แต่บางครั้ง ลูกค้าบางวันมากและพนักงานอาจจะให้การดูแลและไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละท่านได้ รีสอร์ทควรมีการจัดจ้างพนักงานที่มีความสามารถทางด้านจิตวิทยาหรือพนักงานงานส่วนดูแลลูกค้าโดยเฉพาะ และมีมากพอสำหรับความต้องการของลูกค้าทุกท่านที่มาพักที่คิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อสร้างความประทับใจในการเข้าพักที่คิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

1.3 ด้านการสร้าง ความมั่นใจ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก คิรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งพนักงานบางท่านไม่มีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามและข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้ดี รีสอร์ทควรมีการจัดจ้างพนักงาน

ที่มีความรู้สูงและประสบการณ์ในการทำงานทางด้านการให้บริการสูง มาให้บริการลูกค้าเพื่อเพิ่ม  
มั่นใจในการใช้บริการที่ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

1.4 ด้านความรับผิดชอบ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการ  
ให้บริการอยู่ในระดับดีมาก คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด แต่ด้วยสถานการณ์บางอย่างทำ  
ให้เกิดการผิดพลาดของการบริการทางด้านเวลาได้ ทางรีสอร์ทควรมีระบบเคเบิลทีวีของ รีสอร์ท  
เอง ไว้สำหรับการบอกเวลาการบริการและนัดหมายการบริการที่แน่นอน ลูกค้าจะได้ไม่ต้องกังวล  
และรอเวลาที่นัดหมายและไม่ตรงตามเวลาที่นัดหมายไว้ และมีการแสดงโปรแกรมการท่องเที่ยว  
เกาะช้างไว้เป็นภาพเคลื่อนไหวให้ลูกค้าเข้าชมโดยการอัดใส่แผ่นวีซีดี และแจกให้ลูกค้าตอนเข้าพัก

1.5 ด้านความน่าเชื่อถือได้ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการ  
ให้บริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด แต่ยังคงเกิดความผิดพลาดบ้าง  
และข้อมูลไม่มากพอที่รีสอร์ทต้องการจะเก็บข้อมูล เมื่อลูกค้าเก่าที่เคยมาพักที่รีสอร์ทแล้วทางรี  
สอร์ทควรทราบทันทีว่าลูกค้ามีความต้องการทางด้านไหน เช่น ชอบกลิ่นอะไรมากกลิ่นอะไร ชอบพัก  
ห้องไหนเป็นพิเศษเพื่อทราบข้อมูลล่วงหน้าและรวดเร็วและจัดบริการให้ลูกค้าได้ทันที จึงจำเป็นมี  
เครื่องมือที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ ที่ความเร็วสูง และระบบโปรแกรมที่ดี ในการหาข้อมูลของ  
ลูกค้า

## 2. เซึ่งปฏิบัติการ

2.1 ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ซ่อมแซม บำรุงรักษา และทำความสะอาดห้องพัก  
สวนย่อม ห้องอาหาร อยู่เสมอ

2.2 ฝึกอบรมพนักงานด้านพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

2.3 ให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง มีบริการอะไรบ้างสำหรับ  
นักท่องเที่ยว

2.4 ฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้ในหน้าที่ของตนเองและในทุก ๆ ด้าน

2.5 จัดส่งพนักงานไปศึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริการในแผนกต่าง ๆ เพื่อ  
เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริการมากยิ่งขึ้น

2.6 มีการจัดทำเว็บไซต์ที่ทันสมัยขึ้น นำเสนอผ่านสื่อต่างให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เป็น  
ที่รู้จักเพิ่มขึ้น

2.7 จัดหาและรวบรวมหนังสือ ตำรา เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว  
การบริการ เพื่อปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพการบริการ

2.8 มีการประชุมทุก ๆ เดือนเพื่อบอกแนวทางในการบริการของรีสอร์ทให้ไปในทิศทางเดียวกันและถูกต้องเหมาะสม

### 3. เชิงวิชาการ

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมดังนี้

3.1 ควรศึกษาทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2 ควรศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

3.3 ควรศึกษาความพึงพอใจและปัญหาในการใช้บริการของ คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ปีต่อไปเพื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

3.4 ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่เกาะช้าง จังหวัดตราด



มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดตราด ( <http://tat.or.th/province>).
- \_\_\_\_\_. (2548, 31 ธันวาคม) สถิตินักท่องเที่ยวเกาะช้าง สำนักงานการท่องเที่ยว จังหวัดตราด.
- \_\_\_\_\_. ( [www.tourism.go.th/](http://www.tourism.go.th/) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว).
- \_\_\_\_\_. (13 กันยายน 2547: เอกสาร องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน).
- กฤษฎี มหาวิรุฬห์. (2531). *ทัศนในการดำเนินการเบื้องต้นของประธานกรรมการหมู่บ้านตามโครงการปรีณณงค์คุณภาพชีวิตและความจำเป็นพื้นฐาน ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดชัยนาท*. วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกียรติ สิมะกุล. (2544). *ปฏิบัติการโรงแรม*. กรุงเทพมหานคร : ฮิวแมนเฮอริเทจส์.
- ชนิดสุธา วงษ์คำจันทร์. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมออบลแกรนด์*. ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จินตนา จันทัด. (2548). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม เจ.พี. เอ็มเมอร์ลด์ ย์ไฮลอร์*. ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- दनัย เทียนพุดม. *นวัตกรรมการบริการลูกค้า*. กรุงเทพฯ : บ็อคแบงค์, 2543.
- ดิสงศ์ พรชนกนาถ. (2546). "คุณภาพในการบริการ", *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ*. 7(43): 11-22; มีนาคม-เมษายน, 2546.
- นพมาศ ธีรเวคิน. (2542). *จิตวิทยาสังคมกับชีวิต*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทวรรณ มณีนาวา. (2545). *คุณภาพบริการของโรงพยาบาลตราด ตามนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ.
- ปริญญา อรจิราพงศ์. (2545). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) พร้อมด้วยสรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 9 และการเปลี่ยนแปลงไปสู่ภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: Foreplace Publishing House.

- ปิยะนุช กลิ่นจันทร์. (2541). ปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์. ปัญหาพิเศษ  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2537). การโรงแรม. กรุงเทพฯ : ดวงกลมสมัย.
- พนิดา คำยุ. (2536). การศึกษาคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาลและการรับรู้ของ  
หัวหน้าหอผู้ป่วยต่อคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาล โรงพยาบาลเอกชน  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- พัฒน์พงศ์ วัฒนชาติภักดี. (2546). ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชน  
(ตรอ..) วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ.
- พุทธิพร ปิเดวัน อนันต์ พิพัฒนนันท์ และสมนึก อ่ำรุ่งสกุลรัฐ. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา  
ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว. นนทบุรี: สาขาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ไพโรจน์ ฉัตรศิริมงคล. (2540). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารไทยทูนู  
จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษา สาขาพันธพิทยพัลลาซ่า. ภาคนิพนธ์พัฒนา  
บริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร  
ศาสตร์.
- ภาคินี ทราบแก้ว. (2549). ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของโรงแรมใน  
จังหวัดกระบี่. ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภาวิดา จีณะวัฒน์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อม  
บริเวณชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มานิต ศิริมหาราช. (2538). ผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรม ในจังหวัด  
เชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- รัชนีพร ก้อนคำ. (2547). คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.  
ปัญหาพิเศษ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม.

รัฐกานต์ สุขสว่าง. (2538). *ความคิดเห็นของนายกเทศมนตรีและปลัดเทศบาลต่อการจัดขยะมูลฝอยภายในเขตเทศบาล. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525.* กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

เรืองวิทย์ แสงรัตนา. (2522). *ความคิดเห็นและความสนใจของนักเรียนเตรียมทหารเกี่ยวกับอัตราการเพิ่มประชากรของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาอาชีวศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*

ลำไย แม้นเสถียร. (2546). *ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา.*

วิชาศินีย์ สมชาติ. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ.นำสินประกันภัย (สาขาระยอง). วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา การบริหารทั่วไป.*

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ(พิมพ์ครั้งที่ 4).* กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

สันติ วิริยะรังสฤษฏ์ และสมศักดิ์ ศุภวรรณ. ( 2534). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.*

ศรชัย ธัญวิริยะชัย. (2542). *ยกเครื่องเรื่องโรงแรม.* กรุงเทพฯ : ซีเอคยูเดย์.

สุนา อยู่โพธิ์. (2532). *ตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทธิ บัณมา. (2535). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.*

สุเทพ ประเทืองโกศลเจริญ. (2539). *การศึกษาบทบาทและผลกระทบของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.*

เสริมพันธุ์ สาริมาณ. (2543). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.*

Bowen T. John and Shocmaker Stowe. (1998). *Loyalty: A Strategic Commitment*. Ph.D Thesis. Nevada Lasvagas: William F. Harrah College of Hotel Administration of The University.

Christopher Lovelock. / (2001). *Services Marketing People, Technology, Strategy/* (4<sup>th</sup> ed.)/USA./Prentice-Hall.Inc.

Christophe SALZMANN./<http://library.epfl.ch/theses/?nr=3224>.

Fitzsimmons, A. James and J. Mona Fitzsimmons. (2000). *Service Management Operation. Strategy and Information Technology*. New York: McGraw-Hill.Inc.

Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education*. Tokyo: Mc Graw-Hill Kogakusha. Ltd.

Heskett L. James and others. (164-174, 1994). "Putting the Service-Profit Chain to Work". *Harvard Business review*. 7(2):

Heskett L. James and, Sasser W. Earl and Schlesinger A. JR. Leonard. (1997). *The Service-Profit Chain*. New York: The Free Press.

Karen P. Goncalves. (1998). *Services Marketing A Strategic Approach/USA:/Prentice-Hall, Inc.*

Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie, and Berry L. Leonard, (1990). *Delevering Quality Service*. New York: The Free Press A Division of Simon & Schuster Inc.,

Philip Kotler. / (2003). / *MARKETING MANAGEMENT*. / (11th ed.)/NJ, USA. /Pearson Education, Inc.

Raghavan, Srihari. (2001)./ Master's Thesis ,An MPLS-based Quality of Service Architecture for Heterogeneous Networks, Master of Science Degree.

Webster. (1974). *New Collegiate Dictionary Springfield, Mas: G. & C. Merriam Co.*

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ภาคผนวก

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพบริการของ**  
**ศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด**

คำชี้แจง แบบสอบถามเพื่อการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลในการเข้าพักที่ศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลในการเข้าพักที่ศิริดา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด**

คำชี้แจง : ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน และเติมข้อมูลลงช่องว่างให้สมบูรณ์

- |                     |                          |                            |
|---------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1. เพศ              | 1( ) ชาย                 | 2( ) หญิง                  |
| 2. อายุ             | 1( ) อายุ 15 – 25 ปี     | 2( ) อายุ 26 – 35 ปี       |
|                     | 3( ) อายุ 36 – 45 ปี     | 4( ) อายุ 46 – 55 ปี       |
|                     | 5( ) อายุ 56 ปีขึ้นไป    |                            |
| 3. ระดับการศึกษา    | 1( ) ประถมศึกษา          | 2( ) มัธยมศึกษา หรือ ปวช.  |
|                     | 3( ) อนุปริญญา หรือ ปวส. | 4( ) ปริญญาตรี             |
|                     | 5( ) สูงกว่าปริญญาตรี    |                            |
| 4. อาชีพ            | 1( ) นักเรียน/นักศึกษา   | 2( ) บริษัทเอกชน           |
|                     | 3( ) ธุรกิจส่วนตัว       | 4( ) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| 5. รายได้ต่อเดือน   | 1( ) ต่ำกว่า 10,000 บาท  | 2( ) 10,001 - 20,000 บาท   |
|                     | 3( ) 20,001 - 30,000 บาท | 4( ) 30,001 - 40,000 บาท   |
|                     | 5( ) สูงกว่า 40,000 บาท  |                            |
| 6. สถานภาพสมรส      | 1( ) โสด, หย่า, หม้าย    | 2( ) สมรส                  |
| 7. ถิ่นที่อยู่อาศัย | 1( ) ภาคเหนือ            | 2( ) ภาคตะวันออก           |
|                     | 3( ) ภาคกลาง             | 4( ) ภาคตะวันตก            |
|                     | 5( ) ภาคใต้              | 6( ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |

8. ท่านมาพักและใช้บริการที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดมีวัตถุประสงค์ใด

- |                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| 1( ) ติดต่อธุรกิจ      | 2( ) พักผ่อน/ท่องเที่ยว |
| 3( ) ประชุม/สัมมนา     | 4( ) ติดต่องานราชการ    |
| 5( ) อื่นๆ (ระบุ)..... |                         |

9. ท่านเคยพักและใช้บริการที่คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด กี่ครั้ง

- |                |                    |
|----------------|--------------------|
| 1( ) 1 ครั้ง   | 2( ) 2-3 ครั้ง     |
| 3( ) 4-5 ครั้ง | 4( ) 6 ครั้งขึ้นไป |

10. ท่านรู้จัก คีรีตา รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ได้อย่างไร

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| 1( ) เพื่อนแนะนำ | 2( ) บริษัทจัดนำเที่ยว |
| 3( ) การโฆษณา    | 4( ) อื่นๆ (ระบุ)..... |

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University



ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการที่คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง  
จังหวัดตราด

คำชี้แจง : ข้อความในรายการต่อไปนี้เป็นกรอธิบายถึงความรู้สึกของท่านที่มีต่อ คีรีตารี  
รีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด ขอได้โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านว่า คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง  
จังหวัดตราด แห่งนี้มีคุณลักษณะดังที่อธิบายไว้ในข้อความดังกล่าวเพียงไร ให้ท่านเลือกตัวเลขที่  
ท่านเห็นว่าเหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับ คีรีตารีรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราดนี้ แล้วใส่  
เครื่องหมาย ( / ) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกที่สุด แต่ละข้อมีเพียงคำตอบเดียว กรุณาตอบทุก  
ข้อ การเลือกตอบถือเกณฑ์ดังนี้

น้อยที่สุด เท่ากับ 1 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับต้องปรับปรุง

น้อย เท่ากับ 2 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับพอใช้

มาก เท่ากับ 3 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมาก

มากที่สุด เท่ากับ 4 หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในระดับดีมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ( / ) ตามหมายเลขที่ท่านเห็นว่าเกิดขึ้นจริงเพียงหมายเลขเดียว

ข้อที่	คุณภาพของการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
		ดีมาก ที่สุด 4	ดีมาก 3	พอใช้ 2	ต้อง ปรับปรุง 1
1	สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)				
2	ห้องพัก				
3	ห้องอาหาร				
4	สปา และห้องอบสมุนไพรไทย				
5	สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ทีวี, ทีวีดี, ตู้เย็น, ฯลฯ)				
6	ทัศนียภาพภายในบริเวณรีสอร์ท (สวนร่ม, สระ ว่ายน้ำ, ฯลฯ)				
7	กิจกรรมอื่นๆ (ดำน้ำ, นั่งช้าง, พายเรือคายัก, ฯลฯ)				

## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ข้อที่	คุณภาพของการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
		ดีมาก ที่สุด 4	ดีมาก 3	พอใช้ 2	ต้อง ปรับปรุง 1
	<b>ความน่าเชื่อถือได้(Reliability)</b>				
1	เมื่อทางรีสอร์ทสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท แล้วให้บริการเสร็จเรียบร้อยตามเวลาที่กำหนด				
2	เมื่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทมีปัญหาทางเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของรีสอร์ทแสดงความใส่ใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหาให้				
3	รีสอร์ทให้บริการได้ทันทีที่ลูกค้าเข้ามาถึง				
4	รีสอร์ทให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด				
5	รีสอร์ทบันทึกข้อมูลของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง				
	<b>ความรับผิดชอบ (Responsiveness)</b>				
1	พนักงานของรีสอร์ทบอกลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทเสมอเกี่ยวกับเวลาให้บริการที่แน่นอน				
2	พนักงานของรีสอร์ทพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทได้ทันที				
3	พนักงานของรีสอร์ทมีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอเสมอ				
4	พนักงานของรีสอร์ทเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทเสมอ				

## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ข้อที่	คุณภาพของการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
		ดีมาก ที่สุด 4	ดีมาก 3	พอใช้ 2	ต้อง ปรับปรุง 1
	<b>การสร้างความมั่นใจ (Assurance)</b>				
1	การพูด การแสดงออกของพนักงานของรีสอร์ทสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท				
2	ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทรู้สึกปลอดภัยในเรื่องของ รายจ่ายต่างๆ ตามรายการที่ปรากฏ				
3	พนักงานของรีสอร์ทให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอัน ดีต่อลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทอย่างสม่ำเสมอ				
4	พนักงานของรีสอร์ทมีความรู้เพียงพอในการตอบ คำถามของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท				
	<b>การดูแลเอาใจใส่ของผู้รับบริการ(Empathy)</b>				
1	พนักงานของรีสอร์ทให้ความสนใจและเอาใจใส่แก่ ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ทอย่างทั่วถึง				
2	รีสอร์ทมีเวลาทำงานที่สะดวกในการติดต่อสำหรับ ลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท				
3	รีสอร์ทมีพนักงานที่ให้การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มา พักในรีสอร์ททุกคน				
4	รีสอร์ทมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ที่มาพักในรีสอร์ท				
5	พนักงานของรีสอร์ทเข้าใจความต้องการที่แตกต่าง ของลูกค้าที่มาพักในรีสอร์ท				

