

มหาวิทยาลัยบูรพา
วิทยาเขตจันทบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท
บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

วิจิต สุกระสูยานนท์

๒๕๕๕

328147

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการ โรงแรม เมจิก รีสอร์ท หาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออนุเคราะห์ และคำปรึกษาเป็นอย่างดี โดยอาจารย์ธนวัฒน์ พิมลจินดา อาจารย์ที่ปรึกษา ได้ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขปัญหาพิเศษฉบับนี้จนสำเร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ของผู้วิจัยที่ท่านเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนและให้กำลังใจเป็นอย่างดีจึงทำให้ผู้ศึกษาได้รับความสำเร็จในการศึกษาและการทำงาน

ขอขอบพระคุณคุณดวงพร สุริยะ โชติ คุณสมหวัง วาสนาวิณ คุณปามาตา ปรีชาวงศ์ คุณจูปณี ชูชีพ คุณวรรณิ อิ่มหูน และเพื่อน ๆ รพม. 13 ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีได้กล่าวนาม ที่ให้ความอนุเคราะห์ในทุก ๆ เรื่อง เป็นที่ปรึกษาและเป็นกำลังใจเป็นอย่างดี ที่ทำให้ผู้วิจัยทำปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คงจะสำเร็จลุล่วง ไม่ได้หากขาดความร่วมมือจาก โรงแรมเมจิก รีสอร์ท หาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด นี้ต้องขอขอบคุณบุคลากร พนักงานของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการในรูปแบบต่างของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ตลอดทั้งประชากรกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่ช่วยตอบแบบสอบถาม จนกระทั่งได้ข้อมูลครบถ้วนเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ปัญหาพิเศษฉบับนี้คงจะอำนวยประโยชน์กับเจ้าของกิจการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท หาดคลองพร้าว เกาะช้าง และผู้ประกอบการ ด้านการบริการที่พักโรงแรมทั่วไป รวมทั้งผู้ที่สนใจพอสมควร

วิจิต สุกระสูยานนท์

ชื่อปัญหาพิเศษ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	วิจิต สุกระสูยานนท์
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับ ความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของโรงแรมที่เข้ามาใช้ บริการจำนวน 384 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน t - test, One - way ANOVA และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการที่พัก โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัย และการจัดการห้องพักมากนักทำให้เกิดความพึงพอใจเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ความปลอดภัยและการจัดการด้านห้องพักจึงถูกจัดความสำคัญเป็นลำดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่มุ่งเน้นถึงความสำคัญของความปลอดภัยและด้านการจัดการห้องพักมากนัก แต่นักท่องเที่ยวกลับไปเน้นถึง ด้านทำเลที่ตั้งของ โรงแรมมากกว่า เพราะฉะนั้นสถานที่ตั้งที่อยู่ติดชายหาด หรือสถานที่ใดปลูกสร้างติดชายหาด จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ เป็นอันดับต้น ๆ เช่นเดียวกับ โรงแรม เมจิก รีสอร์ท ที่มีสถานที่ตั้งติดชายหาดจึงเป็นเหตุผลให้ลูกค้าเกิดความ พึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรม เมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ระดับการศึกษา และ อาชีพ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 และในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

Topic	Tourist Satisfaction with the Service Quality of Magic Resort Hotel on Khlong Praw Beach, Kohchang, Trat
Researcher	Wichit Sugasuyanon
Program	Master of Public Administration (Public and Private Management)
Academic Year	2011

Abstracts

The purpose of this research was to identify and compare tourists' satisfaction of with the services provided by Magic Resort Hotel on Khlong Praw beach, Koh Chang. The sample consisted of 384 hotel guests, and questionnaires were used for data collection. The statistics used were frequency, mean, standard deviation, t-test, One- way ANOVA, and LSD, with the level of statistical significance set at .05.

The study revealed that the tourists' choice of accommodation was determined by location, not security and room condition. Thus, Magic Resort Hotel was their choice because of its location. Gender, education, and occupation were found to be relevant to the satisfaction with the level of statistical significance set at .05, while age, status and monthly income were found to be of no relevance.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานทางการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดด้านการบริการ.....	7
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	28
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	32
แนวความคิดพื้นฐานทางการตลาด.....	36
ข้อมูลทั่วไปของเมจิก รีสอร์ท.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีการวิจัย.....	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
เกณฑ์ในการแปลผล.....	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม.....	48
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด.....	50
ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	63
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผลการวิจัย.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก.....	96
ประวัติของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	101

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว.....	48
2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านทำเลที่ตั้ง.....	50
3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านราคา.....	52
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านคุณภาพของพนักงานบริการ.....	54
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านการจัดการห้องพัก.....	56
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	58
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านความปลอดภัย.....	60
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในแต่ละด้านและภาพรวม.....	61
9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของ	

นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามเพศ.....	63
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามอายุ.....	64
11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดู คุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด จำแนกตามอายุ.....	65
12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามสถานภาพ.....	66
13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดู คุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด จำแนกตามสถานภาพ.....	67
14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	68
15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามอาชีพ.....	69
16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดูคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามรายได้.....	70
17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดู	

คุณภาพการให้บริการในโรงแรมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด จำแนกตามรายได้.....	71
18 สรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	73

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 สามเหลี่ยมแห่งบริการ.....	22
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	42

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่ทำรายได้เข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทุกครั้งที่มีปัญหาทางเศรษฐกิจรัฐบาลทุกยุคทุกสมัย จะนำการท่องเที่ยวมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจในการแก้ไขปัญหาของชาติทุกครั้งไป ดังนั้นจึงถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งของประเทศไทยที่มีความสำคัญต่อการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติในแถบยุโรปที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยในช่วงฤดูหนาว จะพากันหนีหนาวมาพักผ่อนมากในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านเช่น เขมร ลาว เวียดนาม ไทยเรายังมีความได้เปรียบในเรื่องของการบริการ (Service Mind) เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แล้วเกิดความประทับใจในการให้บริการของชาวไทยจึงพักอยู่เป็นเวลาหลายเดือน เมื่อกลับไปแล้วถ้ามีโอกาสก็กลับมาใช้บริการอีกครั้ง (รุ่งเดช บุญบงษ์, 2554)

สภาพการณ์ตลาดการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและอยู่ในอัตราที่เพิ่มขึ้น จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเป็นจำนวนประมาณ 1.5 พันล้านคน และทวีปยุโรปจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกที่นิยมเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนมากที่สุด แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดของยุโรปจะลดลง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางเอเชียแปซิฟิกเปิดตัวเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเพิ่มขึ้นและยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเป็นลำดับที่ 2 ของโลกรองจากทวีปยุโรป โดยจะมีนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในทวีปเอเชียประมาณ 397 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.5 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2553 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 15.9 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554)

โดยที่องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization: WTO (Goeldner & Ritchie, 2006) ได้แสดงการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง หรือ เส้นทางออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ 2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ 3. นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ 4. นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศ และการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ยึดหลักการจัดการตามหลักเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยหาพื้นที่ที่มี

จุดขายด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมและการให้บริการที่ดีเกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมา
รองรับ สะท้อนให้เห็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีได้คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสังคม
สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น หากมีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแล้ว จะเป็นการ
กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

ส่วนคนไทยรัฐณรงค์ให้เที่ยวเมืองไทยเพื่อป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศจึงมีผล
ให้เกิดการขยายตัวในธุรกิจด้านที่พักรับรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้
ยังส่งผลให้มีธุรกิจต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่นักท่องเที่ยวทั้ง
ชาวไทยและต่างชาติรู้จักกันมากมีอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนจึงต่างพยายามหา
แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ เพื่อส่งเสริมและขยายการท่องเที่ยวของ
ประเทศไทย ในส่วนภาคตะวันออกโดยเฉพาะจังหวัดตราดก็ได้นำหมู่เกาะช้างเป็นสถานที่
ท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งมีหมู่เกาะที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติอย่างสูงอยู่มากหมู่เกาะช้างจะมี
จะมีเกาะต่าง ๆ ล้อมรอบอยู่มากมาย แต่จะมีเกาะที่ศักยภาพสูงอยู่เพียงสามเกาะ ได้แก่ เกาะช้าง
เกาะกูด และเกาะหมาก เกาะที่ได้รับการพัฒนาอันดับแรกคือ เกาะช้าง เกาะช้างยังคงมีธรรมชาติอัน
สมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นชายหาดต่าง ๆ เช่น หาดคลองพร้าว หาดทรายขาว หาดไก่อแบ้ มีน้ำตกที่มีน้ำ
ไหลตลอดปีที่สองแห่ง คือ น้ำตกคลองพลู และน้ำตกธารมะยม รวมทั้งการประมงและสวนผลไม้
สวนมะพร้าว ซึ่งปัจจุบันนี้พัฒนาไปไกลมากจนชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาตินิยมมาเที่ยวกันมากมาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีส่วนในการสร้างรายได้ในรูปแบบ
เงินตราต่างประเทศ ประกอบกับมีการจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ
รายได้จากการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจและมีการขยายกิจการ
สร้างรายได้หลากหลายในกิจการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในปัจจุบัน กิจการโรงแรมมีการแข่งขัน
ทางด้านบริการกันสูง ทุกโรงแรมและรีสอร์ท ต่างมีการเสริมการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ
ภายในโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการถือว่าเป็นกลยุทธ์
หนึ่งที่จะดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการในโรงแรมของตนให้ได้มากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,
ออนไลน์, 2554)

นอกจากนี้การบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจยังสามารถโน้มน้าวจิตใจของนักท่องเที่ยวที่เข้า
มาใช้บริการในครั้งต่อไปในโอกาสหน้า เมจิก รีสอร์ท เป็นสถานที่พักที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแห่ง
หนึ่งบนหาดคลองพร้าว อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่มีความต้องการดำเนินธุรกิจด้านการบริการ
เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้มารับบริการ ซึ่งปัจจุบันมีการแข่งขันด้านการบริการไม่ว่าจะเป็น
รีสอร์ท ระบุห้าดาวหรือระดับธรรมดาทั่วไป ซึ่งแต่ละแห่งต่างใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่าง

กันเพื่อแย่งชิงลูกค้า รวมถึงคุณภาพการให้บริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการตามความต้องการ ประกอบกับปัจจัยบนธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

สำหรับเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดก็เช่นเดียวกัน มุ่งเน้นให้ความสำคัญและสนใจการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราคา สภาพแวดล้อม สภาพห้องพักและรีสอร์ท รวมทั้งเรื่องการประกอบอาหาร ห้องสะอาดและถูกหลักอนามัย จะคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการเข้ามารับบริการผู้ประกอบการได้ศึกษาวิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามารับบริการไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ หรือจะเป็นกรู๊ปทัวร์อย่างละเอียดว่านักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มนั้นต้องการให้บริการลักษณะใด พร้อมทั้งจะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ประทับใจเป็นที่จดจำในคุณภาพการบริการที่ได้รับ อันส่งผลให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาใช้บริการซ้ำ อันมีผลต่อความอยู่รอดและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นเจ้าของกิจการเมจิก รีสอร์ท สนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของเมจิก รีสอร์ท เพื่อนำผลศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวที่มารับบริการจากโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดให้ได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมุติฐานทางการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษานี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นเนื้อหาที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการที่มาใช้บริการที่โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ซึ่งครอบคลุมประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านทำเลที่ตั้งที่พัก ด้านราคา ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ ด้านการจัดการห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย

ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร: ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการต่างๆ ในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 12,000 คน (สถิติผู้มาใช้บริการปี พ.ศ. 2553)

ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะเวลาในการทำวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2554 ถึงเดือนมีนาคม 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุขที่ความต้องการ หรือ เป้าหมายที่ตั้งใจไว้บรรลุผลและสมหวัง

2. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดและพักใช้บริการที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร สถานที่ตากอากาศ (ที่เข้ามาใช้บริการที่โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2554 - เดือนมีนาคม 2555)

3. การบริการ หมายถึง การบริการต่าง ๆ ที่ทางโรงแรมและรีสอร์ท มีไว้อำนวยความสะดวกแก่ผู้มาพักโรงแรม ได้แก่ โทรศัพท์ เคเบิลทีวี เครื่องปรับอากาศ น้ำร้อนน้ำเย็น ห้องอาหาร บริการจัดเลี้ยง โปรแกรมนำเที่ยว

4. โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่ถูกจัดขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางที่ประสงค์จะอยู่พักชั่วคราวเพื่อการพักผ่อน บนหาดคลองพร้าว

5. รีสอร์ท หมายถึง ที่พักที่สร้างเป็นหลังเดี่ยวเน้นความเป็นธรรมชาติตกแต่งบริเวณด้วยพันธุ์ไม้ต่าง ๆ

6. ลูกค้า หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการที่พักโรงแรมในปัจจุบัน, ผู้ที่เคยมาใช้บริการ, นักท่องเที่ยว, ผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

7. ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ (Place) ที่ตั้งของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว สะดวกกับการเดินทางเข้าพัก อยู่ในแหล่งธุรกิจ สถานที่ตั้งโรงแรมคั่นห่างไกลจากถนนสะดวก

8. อัตราค่าบริการห้องพักหรือราคา เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ซึ่งผู้บริโภครู้สึกทุกคนย่อมมีรายได้แตกต่างกันทำให้โอกาสในการเลือกใช้บริการห้องพักแตกต่างกันไปด้วย รวมถึงความพึงพอใจในการจ่ายเพื่อให้ได้รับการตามที่ตนปรารถนา

9. คุณภาพของพนักงานบริการ หมายถึง คุณภาพของพนักงานให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ ได้แก่สามารถบริการให้กับผู้รับบริการได้รวดเร็วทันใจ ตามความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจดีบริการถูกต้อง และเต็มใจบริการ

10. การจัดการด้านห้องพัก หมายถึง การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักให้สะดวกใช้ง่ายสะดวกและรวมถึงความสะอาดภายในห้องพัก การจัดบรรยากาศภายในห้องพัก

11. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง อุปกรณ์ที่มีไว้บริการสำหรับลูกค้าที่เข้ามาพักที่ห้องพักในรีสอร์ท เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม ตู้เย็น เป็นต้น
12. ระบบความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งหนึ่งที่ผู้บริหารและลูกค้าจะละเอียดละเอียได้ นั่นคือความปลอดภัย ด้านผู้บริหารกิจการ การให้บริการ โรงแรมต้องคำนึงถึงความสำคัญของข้อนี้เป็นพิเศษเพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้มาใช้บริการและมีการเตรียมความพร้อมอยู่เสมอในการป้องกันความปลอดภัยให้แก่ผู้มารับบริการที่พักโรงแรม
13. โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง หมายถึง ตั้งอยู่เลขที่ 34 หมู่ 4 หาดคลองพร้าว ตำบลเกาะช้าง อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
2. ทำให้ทราบผลเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. ทราบถึงปัญหาและความต้องการในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ในพื้นที่ดังกล่าว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด” เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในการใช้บริการต่าง ๆ ของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดด้านการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4. แนวความคิดพื้นฐานทางการตลาด
5. ข้อมูลทั่วไปของเมจิก รีสอร์ท
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดด้านการบริการ

ความหมายของ Sense of Service และการบริการ

Sense of Services หมายถึงการที่ผู้ให้บริการมีความสุขเมื่อเห็นคนอื่นได้รับความพึงพอใจจากการให้บริการของตนเอง นอกจากนี้ผู้บริหารที่ดีจะต้องมีทัศนคติที่ดีในงานด้านบริการ รวมทั้งสร้างความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการ

การบริการตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) หมายถึงปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่นการให้บริการ ใช้บริการ

ความสำคัญของการบริการ

ธานีทร์ สว่างสุวรรณ (2541, หน้า 4) กล่าวถึงงานการบริการว่า เป็นการสร้างความพึงพอใจและประทับใจกับลูกค้าและผู้มาติดต่อ การบริการที่ดีย่อมมีผลต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวต่อการบริหารเป็นผลเสียหายอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นผู้รับผิดชอบในการให้บริการ และการต้อนรับตระหนักและระลึกถึงอยู่เสมอ

“การบริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไป ที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้”

แนวคิดการสร้างจิตสำนึกในการบริการ

ธานินทร์ สุวงค์วาน (2541, หน้า 4) ได้อธิบายว่าแนวคิดสร้างจิตสำนึกการให้บริการให้เกิดในจิตใจผู้ให้บริการ ต้องเริ่มมาจากการมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ หากทุกคนมีจิตสำนึกในการให้บริการ และถือว่าในบริษัทมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมกันทุกคนล้วนเป็นเหตุในความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดบกพร่องในหน้าที่บกพร่องในการบริการจะมีผลต่อลูกค้า และเป็นการบ่อนทำลายชื่อเสียงของบริษัทในที่สุด ฉะนั้น ผู้ให้บริการจะต้องคิดให้ได้เสมอว่า ลูกค้าต้องถูกเสมอ ผู้ให้บริการเป็นพระเอกไม่ได้เป็นแค่พระรอง งานบริการเป็นงานของผู้ให้งานบริการเป็นงานฝึก ระดับจิตใจรักงานบริการต้องทำใจและอดทนบริการอย่างเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรายอมรับความแตกต่างของลูกค้า บริการลูกค้าเสมือนญาติของตนเองบริการเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ

การบริการอย่างมีคุณภาพ (Total Quality Service)

ธานินทร์ สุวงค์วาน (2541, หน้า 6) การบริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทำธุรกิจ การบริการที่ดีเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าจะต้องมาจาก 2 ส่วนด้วยกัน คือ ต้องเริ่มจากมีจิตสำนึกในการให้บริการผสมผสานกับการแสดงออกด้วยท่าทางบุคลิกที่ดี อ่อนน้อม สุภาพ ซึ่งเราเรียกว่ามาตรฐานการบริการ (Standard of Service) การบริการอย่างมีคุณภาพ หมายถึง การบริการที่พนักงานผู้ให้บริการมีความพร้อมทางด้านจิตใจที่จะให้บริการ และแสดงออกมากด้วยกิริยามารยาทที่ดี ควรปฏิบัติ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างยิ่ง ควรมีดังนี้

1. เทคนิคในการต้อนรับลูกค้า ต้อนรับด้วยความคุ้นเคยเป็นกันเอง ต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้า ต้อนรับด้วยความข้มแย้ม แจ่มใส ต้อนรับด้วยความเอาใจใส่ ต้อนรับด้วยการปฏิบัติหน้าที่ให้ทันใจ เห็นคุณค่าของเวลา ต้อนรับด้วยความอดทน อย่างนุ่มนวล ต้อนรับด้วยความเพียร ค้นหาข้อเท็จจริง ต้อนรับด้วยความตั้งใจ อย่างแสเสร้าง ต้อนรับด้วยการให้บริการเสมอ

2. คุณสมบัติของผู้ให้บริการที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ และรักงานบริการ อดทนอดกลั้น สุขุมเยือกเย็น ความจดจำ ความกระตือรือร้น ความจริงใจ ความมีไหวพริบ ความมีอัธยาศัย ความข้มแย้มแจ่มใส ความเป็นมิตร ความสามารถในการนำไปใช้

3. ลักษณะการให้บริการ หมายถึง การให้บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่าง ไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปเมื่อเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจ มีเฉพาะดังนี้คือ

3.1 ความไว้วางใจ การบริการเป็นกิจกรรม หรือการกระทำที่ให้ผู้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่า จะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่าจะมีการบริการที่เกิดขึ้น การตัดสินใจรับบริการนั้นจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับ การไว้วางใจ

3.2 จับต้องไม่ได้ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีบริการเกิดขึ้น การให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ คุณภาพ การให้บริการนั้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับบริการสามารถรับบริการที่เป็นรูปธรรมได้

3.3 แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแบ่งแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่ให้ผู้บริการ ทำให้มีข้อจำกัด และขอบเขตของการให้บริการ ซึ่งในบางกรณีอาจจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการอยู่ตลอดเวลา

3.4 ลักษณะแตกต่างไม่คงที่ มีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับ การให้บริการซึ่งมีวิธีให้การบริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมของการบริการที่แตกต่างกัน

3.5 ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ มีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาสำรองไว้ได้ เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดการสูญเปล่าที่ไม่สามารถเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้

3.6 ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ มีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของ เมื่อมีการบริการเกิดขึ้น เนื่องจากการบริการเป็นการแสดงความต้องการความสะดวกในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

4. การบริการ การบริการ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะดังนี้

4.1 การให้การต้อนรับ การช่วยเหลือ หมายถึง การให้การต้อนรับช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ คุงญาติพี่น้อง จะเป็นการสร้างความประทับใจกับบุคคลที่มาติดต่อ

4.2 เพื่อแสดงออกซึ่งความเอื้อเฟื้อเอาใจใส่ ทำให้อยากกลับมาติดต่ออีก

4.3 เพื่อช่วยเหลือ คือ พยายามช่วยเหลือให้ความสะดวก

4.4 เพื่อรับใช้ เพื่อช่วยทำทุกสิ่งทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ให้เต็มความสามารถ

5. คุงแจสำหรับให้การบริการ

5.1 การเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้การบริการ

5.2 การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่คิดทั้งภาษาที่พูด สำเนียง กิริยา ท่าทาง หรือ อวัจนภาษา ใช้คำพูดสุภาพ หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัวต่อหน้าผู้ใช้บริการ หลีกเลี่ยงที่จะพูดภาษาเฉพาะ หลีกเลี่ยงการบ่น ต่อหน้าผู้ใช้บริการ หน้าที่การบริการที่ดีควรฟังมากกว่าพูด อย่าตอบห้วน ๆ กับผู้ใช้บริการ อย่าทะเลาะกับผู้ใช้บริการ อย่าหัวเราะเยาะผู้ใช้บริการ มองหน้าผู้ใช้บริการเมื่อพูดกับเขาเสมอ

5.3 ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าผู้ที่มาใช้บริการ มีความสุภาพอ่อนน้อมรู้จักไปลามาไหว้ ควรรู้จักเก็บและรักษาอารมณ์ ควรสำรวจกิริยาท่าทาง รู้จักอดทนอดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทน

5.3.1 ขอมรับคำตำหนิติชม จงถือคติว่า การตำหนินั้นเป็นการกระทำ หรือการดีเพื่อก่อ มีใจดีเพื่อทำลายล้าง เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุงหรือแก้ไขให้ดีขึ้น

5.3.2 ควรตั้งใจฟังผู้ใช้บริการ

5.3.3 ควรกล่าวคำขออภัย เมื่อมีการชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ

5.3.4 ควรขอบคุณผู้ที่มาใช้บริการใน โอกาสอันควร

5.4 การมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

5.5 มีความสามารถรอบรู้ในการให้บริการ เพราะจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ

5.6 การมีความน่าเชื่อถือ

6. การบริการที่ประทับใจ ในปัจจุบันธุรกิจเกือบทุกประเภทและทุกขนาด มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและจริงจังในรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อที่จะรักษาสถานภาพ หรือเพื่อโอกาสก้าวหน้าในธุรกิจของตนเองในการแข่งขันที่มีการกระทำอย่างทุ่มเทจริงจังไม่หยุดยั้งเลย คือการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่ก้าวล้ำหน้าคู่แข่งเสมอ อย่างตามการพัฒนาในด้านนี้ จะมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพก็ตามก็ยังไม่อาจชนะหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอย่างแท้จริง เพราะความสามารถทางด้านนี้ โอกาสที่ก้าวตามให้ทันอยู่เสมอ และอาจมีโอกาสดำเนินไปด้วยปัจจุบันการแข่งขันที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่งคือ การบริการและการพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นทรัพยากรหลักของการดำเนินธุรกิจทุกชนิด ผู้บริการจะต้องตระหนักและเข้าใจถึงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าที่หวังจะได้รับ คือสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุด

6.1 ความประทับใจในครั้งแรก การจัดสถานที่ทำงาน สภาพของผู้ปฏิบัติงาน การให้ความสนใจอย่างจริงจัง การสนทนา การมีสีหน้า ท่าทาง ความรวดเร็ว และเต็มใจในการทำงาน

6.2 การให้เกียรติ ยกย่อง การให้ความสนใจการสนทนา มีท่าที สีหน้า ความเท่าเทียม

6.3 การให้ความถูกต้อง หรือการให้ข้อมูลที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้ ถูกต้อง คุณภาพในการบริการ กระบวนการควบคุมคุณภาพงานบริการ หรืออาจเรียกว่าการประกันคุณภาพของกระบวนการให้บริการนั้น มักกระทำที่การควบคุมคุณภาพของกระบวนการให้บริการ หรืออาจเรียกว่าการประกันคุณภาพของกระบวนการให้บริการส่วนผลการให้บริการนั้น ควบคุมคุณภาพ หรือประกันคุณภาพ ทำได้ยาก ดังนั้นผู้บริหารหน่วยงานบริการที่เข้าใจดี จึงมุ่งเน้น ที่การศึกษาองค์ประกอบ ปัจจัยและตัวแปรต่าง ๆ ในกระบวนการให้บริการ ให้บริการเป็นอย่างดี แล้วมุ่งเน้นที่การควบคุมคุณภาพของกระบวนการให้บริการดังกล่าวมากกว่าการมุ่งกำหนด กฎเกณฑ์ว่าผลการให้บริการใด ๆ จะมีลักษณะหรือคุณภาพที่รับประกันได้ในระดับใด (เพราะการกระทำเช่นนั้นทำได้ยาก)

7. ทฤษฎี 3 ไอ (ชานินทร์ สวงศ์วาร, 2541) แห่งการให้บริการที่ค้อยคุณภาพ สาเหตุสำคัญของการทำงานผิดพลาดหรือการให้ผลงานที่มีปัญหาและไม่ตรงเป้าของพนักงานต่าง ๆ ในองค์กรเน้นมาจากสาเหตุสำคัญ 3 ปัจจัย ทางด้านจิตวิทยา และสภาพจิตใจของผู้ปฏิบัติซึ่งได้แก่

7.1 Innocence คือ ความไร้เดียงสา หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้บริการนั้น บางทีเรียกว่า Lack of Skills หรือขาดทักษะที่เพียงพอในการปฏิบัติงาน

7.2 Ignorance คือ ความละเลยหรือความมั่งง่ายของตัวเอง

7.3 Intention คือ ความจงใจกระทำอาจเรียกอย่างหนึ่งว่าเป็น Maliciousact คือ การกระทำไปโดยความรู้และความเข้าใจ

8. หลักการ 3 อี (ชานินทร์ สวงศ์วาร, 2541) เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ หลักการ 3 อี (3 E) คือ วิธีการเข้าถึง การแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ อันประกอบด้วย แนวทาง 3 ทาง ซึ่งแต่ละแนวทางอักษรขึ้นต้นด้วยตัว E เหมือนกัน จึงเรียกว่า หลักการ 3 E เพื่อสะดวกแก่การจดจำ หลักการ 3 อี มีดังนี้

8.1 Engineering คือ แนวทางแก้ไขทางวิศวกรรมเทคนิค หรือทฤษฎี

8.2 Education คือ แนวทางแก้ไขทางการฝึกอบรม

8.3 Enforcement คือ แนวทางแก้ไขด้วยการใช้กฎเกณฑ์ควบคุม

สมชาติ กิจยรรยง (2525 อ้างถึงใน วราภรณ์ จิรพิพัฒน์, 2541, หน้า 7) ได้อธิบายความหมายของการบริการว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

กุลชน ธนาพงศ์ธร (2530, หน้า 303 - 304) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการคือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลกรเป็นส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการอำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

สุธี พนาวรร (2533, หน้า 102 - 105) กล่าวถึง คุณภาพของการบริการว่าเป็นสิ่งที่ “มองไม่เห็น” จึงมีอาจชี้ชัดลงไปได้ว่า สิ่งไหนคุณภาพไม่ดี ซึ่งเมื่อพูดอย่างวิชาการแล้วก็คือการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน เพราะฉะนั้นบริการที่ไม่ดีออกไปแล้วก็ออกไปเลย ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และตัดสินใจไม่มาใช้บริการอีก และเสียลูกค้าไปในที่สุด บริการไม่อาจตรวจสอบคุณภาพก่อนเหมือนลูกค้า ปัญหาการควบคุมคุณภาพการบริการเป็นเรื่องลึกซึ้ง และสำคัญมากกว่าอุตสาหกรรมการผลิต สรุปได้ว่า คุณภาพของบริการกำหนดด้วยส่วนประกอบ 2 ประการ คือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ คือ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับบริการขนาดใดผลการประเมินคือสิ่งที่ลูกค้าประเมินออกมาเมื่อได้ใช้บริการแล้ว พูดอีกนัยหนึ่งคือหากผลการประเมินสูงกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ จะเกิดความรู้สึกว่า “ดีกว่าที่เขาวางกันเสียอีก” และลูกค้าจะหันกลับมาใช้บริการอีกหากผลการประเมินต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ก่อน ลูกค้าจะรู้สึก “อะไรกันนี้ไม่มาอีกแล้ว” และเสียลูกค้าไปหากผลการประเมินไม่มีอะไรแตกต่างจากที่คาดหวังไว้แล้ว ลูกค้าจะรู้สึกว่าเป็นบริการธรรมดา ๆ ไม่เกิดความประทับใจ พูดง่าย ๆ คือ คุณภาพของการบริการคือ การเปรียบเทียบระหว่าง “สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้” กับ “ผลการประเมิน” จากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ๆ

ลักษณะของการบริการ

การบริการ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้น การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคน และสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปงานแต่ละด้าน โดยมีผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้รับผิดชอบหมดทุกด้านเราอาจแยกพิจารณาลักษณะของการบริการ ออกได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลอื่นที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมทั่วไปจะเห็นได้จาก การกระทำ การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ให้เห็นเด่นชัด เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและจิตใจการบริการจะเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการ ซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และ ค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้ถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3. เป็นสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการการบริการ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนร่วมสัมพันธ์ในการให้ความเชื่อเหลือแก่ผู้รับบริการ เป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

งานต้อนรับ เป็นงานบริการที่สร้างความรู้สึกระประทับใจ เมื่อมีผู้มาติดต่อเกี่ยวข้องกับตัว ให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและชุ่มฉ่ำ การต้อนรับเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการโดยตรง เพราะ จะต้องให้การช่วยเหลือด้วยความจริงใจนับแต่การทักทาย การกล่าวคำต้อนรับและการแนะนำชี้แจง ตอบข้อซักถามของผู้มาติดต่อหรือลูกค้า ซึ่งจะต้องแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีงาม

หลักการของงานให้บริการ

บริการสาธารณะ (Public Service) (อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 11) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่รัฐจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชนอาจแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการ ได้รับความปลอดภัยอย่างหนึ่ง และกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการในด้านความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต

การให้บริการสาธารณะ (Public Service Delivery) หมายถึง การที่องค์กรราชการได้ กระจายสินค้าสาธารณะ ออกไปให้กับคนในสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ธรรมชาติของการบริการ (อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 12)

1. มีลักษณะเป็นกิจกรรม การบริการมีลักษณะที่เป็นนามธรรม และมีการเคลื่อนไหว การบริการเป็นกิจกรรมของประชาชน เช่น ครู หมอ นักบริหาร เป็นต้น โดยมี “หน้าที่” หรือ

“งาน” เป็นตัวบ่งชี้ถึงชนิดของกิจกรรม การบริการเป็นการเคลื่อนไหวของคนหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง แต่หลังจากที่บริการถูกส่งออกไปแล้ว มันจะไม่มีเคลื่อนไหวอีก ขณะที่มีการส่งมอบบริการจะมีการตรวจสอบไปด้วย สำหรับการตรวจสอบทำได้โดยการสังเกตปฏิกิริยาหรือผลที่ได้หลังจากการให้บริการ

2. มีลักษณะที่ไม่จริงยั่งยืน การบริการเมื่อเกิดขึ้นก็จะสูญหายไปทันทีทันใด แม้บางครั้งการให้บริการจะถูกกำหนดเป็นช่วงระยะเวลาสั้นบ้างยาวบ้าง แต่ทันทีที่มีการส่งมอบบริการมักจะถูกบริโภคไปในทันทีทันใด

3. มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้บริการ เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่ไม่จริงยั่งยืน ดังนั้นการบริการจึงไม่สามารถอยู่อย่างโดดเดี่ยว จะต้องมียุทธศาสตร์ของการติดต่อกับผู้รับบริการที่มีความต้องการตรงกับบริการนั้น ๆ ถ้าไม่มีลูกค้าหรือผู้รับบริการ เช่น ในกรณีของครูกับห้องเรียน ที่ว่างเปล่า นั้น ไม่เรียกว่าการบริการ

4. มีขอบเขตที่ไม่ชัดเจน เป็นเรื่องยากที่จะค้นพบขอบเขตของการบริการ เนื่องจากการบริการเป็นกิจกรรม จึงมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ทำให้เห็นไม่ชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด ดังนั้น เมื่อถึงเวลาสิ้นสุดการให้บริการ จะพบว่า การให้บริการอาจถูกทำให้สำเร็จเสร็จสิ้นไปเพียงบางส่วนเท่านั้น เช่น เป็นเรื่องยากที่การให้บริการของสมุหบัญชีจะถูกทำให้สิ้นสุดลงเมื่อสิ้นปีงบประมาณ

เมื่อกล่าวถึงงานให้บริการ คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงเพียงว่าเป็นงานที่จะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้มาใช้บริการเท่านั้น แต่ตามหลักการของงานให้บริการที่ดีที่เหมาะสมแล้วจำเป็นต้องมีลักษณะอื่น ๆ ประกอบกันด้วย ตามความเห็นของนักจัดการหลาย ๆ ท่าน ดังนี้

คุณสมบัติของผู้ทำงานบริการ

คุณสมบัติ (Qualification) คือ ลักษณะประจำตัว ซึ่งบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้มาซึ่งสิทธิหรือตำแหน่งการพิจารณาว่า ผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใด หมายถึง จะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไร อาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ลักษณะของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี อาจพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. คุณลักษณะ (Trait)

คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ทำให้เห็นความดี อาจเป็นสิ่งซึ่งปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกาย รูปร่าง เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งซึ่งมีอยู่ภายใน เช่น จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น คุณลักษณะที่ดี ย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงเป็นลักษณะประจำตัวที่ดีได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัตินี้

2. พฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคล ผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดี ก็จะมีการกระทำที่ดี จึงมีคำกล่าวที่ว่า “กรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา” อันหมายถึง กรรมหรือการกระทำจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสภาพความคิดและความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มี ต้องมี เพื่อให้เกิดคุณสมบัติเช่นเดียวกับคุณลักษณะดังได้กล่าวแล้วข้างต้นพฤติกรรมที่จำเป็นต่อการทำงานบริการได้ดี มีดังต่อไปนี้

2.1 อหยาศย์ดี ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะต้อนรับด้วยอหยาศย์อันดี ทั้งด้วยสีหน้าแววตา ท่าทาง และคำพูดการต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นเสน่ห์ที่สำคัญ มีภาษิตจีนกล่าวไว้ว่า “ยิ้มไม่เป็นอย่าขายดีกว่า” การมองด้วยแววตาที่เป็นมิตรฉายแสงของความเต็มใจ ให้ความต้อนรับอย่างอบอุ่น เป็นลักษณะที่แสดงออกทางความคิดและความรู้สึกที่ดี ท่าทางกระตือรือร้น กุสิกุจจะเป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบกัน เมื่อรวมเข้ากับคำพูดที่ดี มีน้ำเสียงไพเราะ ก็จะเป็นคุณสมบัติที่ดีในด้านพฤติกรรมของผู้ทำงานบริการ

2.2 มีมิตรไมตรี ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเห็นว่ามีมิตรไมตรี ก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทการให้บริการที่คิดบวกความช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อย ๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชมของลูกค้า ถ้าผู้ทำงานบริการแสดงถึงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ ก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยืนนาน

2.3 ความเอาใจใส่สนใจงาน ความมุ่งมั่นในการให้งานบริการ มีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่งานเป็นอย่างมาก เพราะหากขาดความเอาใจใส่สนใจงานแล้ว ก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงาน หรือทำงานไปเรื่อย ๆ เฉื่อย ๆ เอาดีไม่ได้ การพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้ให้บริการว่ามีความเอาใจใส่สนใจงานหรือไม่จะต้องดูว่ามีความจริงใจในการทำงานมากน้อยเพียงใด บางคนอาจแสดงออกอย่างกระตือรือร้นค่อนหน้าผู้บังคับบัญชา แต่พอลับตาผู้บังคับบัญชาแล้วก็เลิกสนใจงานหันหลังให้งานไม่คิดที่จะปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการบริการลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่ดูแลในเรื่องความสะอาดของสถานที่และผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ให้ผลเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

2.4 แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพดี เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้มาใช้บริการ การแต่งกายที่ถูกกาลเทศะเหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงานและสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ที่มาติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ

แต่งกายสกปรกมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่พอใจแก่ผู้มารับบริการและเกิดความรู้สึกสะอิดสะเอียน ในการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพ ก็จะแสดงถึงความไม่เอาใจใส่ในความถูกต้องเหมาะสม

2.5 กิริยา มารยาทงดงาม ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอบริการจากผู้ซึ่งมีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้มีกิริยาหยาบคายหรือหมิ่นทะลึง การที่ผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน นอกจากมีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาท รู้จักที่สูงที่ต่ำ ที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระวัง หากมีข้อผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้นจะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

2.6 วาจาสุภาพ ไม่มีผู้รับบริการคนใดชอบการพูดจากระโชกโฮกฮาก พูดหยาบคาย ก้าวร้าว ทุกคนล้วนต้องการคำพูดที่ฟังแล้วรื่นหู คนที่ไม่ยอมรับความจริงว่าตนพูดไม่เข้าหูคน หรือคนเขารังเกียจที่จะฟัง จะได้รับการติฉิน โดยทั่วไป การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพ เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีความสบายใจที่มาใช้บริการ การคัดเลือกผู้มาทำงานบริการ จึงควรจะสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาป้อนคำถามและฟังคำตอบว่า บุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพไม่เพียงใด

2.7 น้ำเสียงไพเราะ การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละคนจะแตกต่างกัน บางคนพูดมีน้ำเสียงชวนฟัง น้ำเสียงแสดงถึงความเต็มใจช่วยเหลือ ในขณะที่บางคนมีน้ำเสียงห้วนหรือเรียกกันว่าพูดไม่มีหางเสียง หรือพูดเสียงคุดัน พูดตัวเคียง ไม่ว่าจะผู้ใดจะมีธรรมชาติของเสียงเปล่งออกมาเป็นคำพูดเช่นไร การที่จะทำงานบริการได้ดีก็จะต้องเป็นผู้มีน้ำเสียงไพเราะ แม้ว่าจะไม่ไพเราะหรือเสียงห้วน เสียงคืออย่างนักร้องแต่จะต้องมีน้ำเสียงชัดเจน และชวนฟังจึงจะมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่บริการ

2.8 ควบคุมอารมณ์ได้ดี ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์จะต้องพบปะผู้คนมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่าง ๆ กัน ผู้รับบางคนมีกิริยาดี มีความสุภาพ และมีความเป็นผู้ดี แต่บางคนอาจมีกิริยามารยาทไม่ดี แสดงท่าทางหยิ่งโส พูดจาโอหัง ก้าวร้าว หรือมีอุปนิสัยใจร้อนต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ตั้งใจอาจพูดคำหยาบหรืออาจถึงขั้นขู่ตะคอกด้วยกิริยาหยาบคาย ในงานบริการไม่อาจแสดงอารมณ์โต้ตอบได้ ผู้ให้บริการจะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

2.9 รับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการ จะต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใด ๆ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเบื้องต้น จะคว่นบอกปิดหรือแสดงท่าที่ไม่สนใจ

รับรู้ปัญหาข้อมไม่ได้ นอกจากการแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้วจะต้องมีความรู้สึกเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย เพราะการทำให้ผู้บริการเพียงแต่รับฟังปัญหาอย่างเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอที่จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเป็นการรับฟังอย่างขอไปที แต่ถ้าเมื่อใดมีความกระตือรือร้นดำเนินการแก้ปัญหาจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.10 กระตือรือร้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการหากผู้ทำงานบริการเป็นผู้ทำงานเนิบเนือยเฉื่อยและแล้ว ย่อมมีลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการหมดศรัทธาและไม่คาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างทันท่วงที บุคคลที่ขาดความกระตือรือร้น นอกจากจะทำให้ภาพลักษณ์ของงานบริการเสียแล้ว ยังจะเป็นผลให้การบริการล่าช้าและผิดเวลาหรือไม่ทันกำหนดที่ควรจะเป็น

2.11 มีวินัย ผู้ทำงานบริการที่มีระเบียบวินัย จะทำงานเป็นระบบ คงเส้นคงวา และมีนิสัยยึดมั่นในคำสัญญา เมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่า จะให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างไรแล้ว ก็จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ดังนั้น ในการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติในการเป็นผู้ทำงานบริการ จึงควรพิจารณาทดสอบความมีวินัยเป็นเรื่องสำคัญ

2.12 ซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมา ไม่บิดพลิ้วหรือใช้เล่ห์กลฉ้อฉล ผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์และรักษาคำพูด ไม่ชอบติดต่อกับคนพูดไปปดมดเท็จตลบตะแลง ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

จิตสำนึกต่องานบริการ

งานบริการใดความหมายที่กว้าง มิได้จำกัดอยู่ที่การซื้อสินค้าหรือบริการ แต่งานบริการเกิดขึ้นได้ในทุกกรณี และหลายครั้งที่เราให้บริการ โดยที่ไม่ได้พบหน้าผู้รับบริการ เมื่อเราเกิดสำนึกรับผิดชอบว่า บริการเป็นงานส่วนหนึ่งที่ทุกคนในกิจการต้องมีความรับผิดชอบร่วมกัน เราย่อมตระหนักถึงภารกิจอันสำคัญในความสัมพันธ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการตลอดเวลา ทุกคนล้วนมีความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดใด ๆ ย่อมมีผลต่อลูกค้า เป็นการทำลายชื่อเสียงของหน่วยงาน ในด้านการตลาด มีการกล่าวว่า “ลูกค้าคือพระราชา” (Customer is the King) บางความคิดหนักซื่อกว่านั้น ถือว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” (Customer is God) งานบริการซึ่งเป็นส่วนสัมพันธ์กับการตลาดมีการกล่าวว่า “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” (Customer is Always Right)

บุคคลแต่ละคนจะมีจิตสำนึก (Conscious) ต่างกันออกไป บางคนมีจิตสำนึกในการที่จะกระทำแต่สิ่งที่ดีงาม เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม ในขณะที่บางคนมีจิตสำนึกในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองฝ่ายเดียว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำที่อำมหิต โหดเหี้ยม เลวร้าย ปานใดก็ตามจิตสำนึกของแต่ละคนได้รับการสั่งสมมานาน มิใช่ช่วงเวลาเพียงชั่วครู่ไม่มีใครมาพูด

ให้เปลี่ยนแปลงจิตสำนึกได้ในทันที หากแต่จะต้องได้รับการปลูกฝัง (Cultivate) ด้วยกระบวนการที่เป็นขั้นตอนติดต่อกันอย่างเป็นระบบ และใช้เวลายาวนาน ซึ่งมาสามารถกำหนดได้ว่าจะสั้นจะยาวเพียงใด อาจจะไม่ใช้เวลามากอย่างที่คิดก็ได้ หากมีสิ่งเร้า (Stimulus) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างพอเหมาะจนเกิดการเรียนรู้ (Learning) และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปลักษณะค่อนข้างถาวรและอาจจำเป็นต้องใช้แรงเสริม (Reinforcer) อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เช่น ได้รับรางวัลทุกครั้งที่มีพฤติกรรมทำให้บริการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการให้เกียรติยกย่องด้วยวิธีการที่สัมฤทธิ์ผล

ในเรื่องของการบริการอาจเริ่มต้นด้วยการปลูกฝังอุปนิสัย (Habitualiz) ให้พนักงานกระทำซ้ำ ๆ กัน ในการบริการที่ดี จนกลายเป็นพฤติกรรมแบบฉบับ (Behavioral Pattern) เมื่อมีลูกค้ามาติดต่อดูด้วย ก็จะทำเช่นนี้อย่างสม่ำเสมอ แม้จะไม่ถึงขั้นเกิดจิตสำนึกในการบริการ แต่ก็จะมีจิตใจบริการ (Service Mind) ซึ่งการกระทำเป็นแบบอย่าง (Modeling) จะช่วยเป็นตัวนำและเมื่อนักงานทำถูกต้องเหมาะสมหรือไม่เพียงใดก็ใช้การขัดเกลาให้เข้ารูปทรง (Shaping) ไปเรื่อย ๆ จนได้ผลดีตามวัตถุประสงค์ให้เกิดจิตใจบริการ และอาจพัฒนาไปถึงจุดที่เกิดจิตสำนึกในการบริการได้

การปลูกฝังจิตสำนึกในงานบริการ

การทำให้คนแต่ละคนมีจิตสำนึกที่ดีในงานบริการเป็นสิ่งที่ไม่อาจเร่งรัดให้เกิดขึ้นได้ในทันทีทันใดดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ซึ่งได้รับการอบรมสั่งสอนในการให้บริการแก่ผู้อื่นมาดี เช่น บิคารมาคาราศีกอบรมให้ตัดข้าวให้พี่ให้น้องรับประทานทุกมื้ออาหาร คอยรินน้ำคั้นดื่มให้ผู้อื่นในโต๊ะอาหารปฏิบัติเช่นนี้มาเป็นอาจิม ก็จะเคยชินกับการเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้อื่นด้วยความสนิทใจและไม่รู้สึกและไม่เห็นเป็นเรื่องยุ่งยาก หากไม่เคยปฏิบัติมาก่อนเมื่อตอนเป็นเด็ก จะมาฝึกตอนเป็นผู้ใหญ่ก็ยิ่งอยู่ในวิสัยที่พอจะทำได้ แต่ต้องอาศัยความตั้งใจและเล็งเห็นประโยชน์จึงจะทำได้โดยไม่ขัดเงิน

การปลูกฝังไม่ต้องมีการเตรียมดินโดยเลือกใช้ดินดี ปุ๋ยดี และปลูกอย่างถูกวิธีในที่ซึ่งเหมาะสมได้แดดได้ลมพอเหมาะพอควร และต้องหมั่นรดน้ำพรวนดินให้รากได้รับทั้งน้ำทั้งอากาศและปุ๋ยอย่างถูกต้องฉนั้นใด การปลูกฝังจิตสำนึกในงานบริการให้แก่คนก็เป็นฉนั้น

ทัศนคติต่องานบริการ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ชอบ หรือ ไม่ชอบ ที่มนุษย์เรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทัศนคติต่องานบริการเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ให้บริการอย่างมาก รศ.ดร.จันทน์ วิบูลย์ศรี ให้ความเห็นไว้ว่า “ทัศนคติดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของพวกเราไม่น้อย

“ไปกว่าความเชื่อและความนิยมนั้น กล่าวคือ ถ้าเรามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใด เราก็จะให้ความสำคัญต่อสิ่งนั้น ยกย่องสิ่งนั้น เชื่อถือสิ่งนั้นเพิ่มขึ้น”

การเสริมสร้างทัศนคติที่ถูกต้องว่างานบริการเป็นงานของมนุษยชาติจะต้องมาจากการศึกษาทำความเข้าใจที่ถูกต้องว่า ทุกคนเมื่ออยู่ในฐานะใด มีตำแหน่งหน้าที่ใด ก็จะต้องทำหน้าที่ให้บริการซึ่งเป็นไปตามตำแหน่งหน้าที่นั้น ๆ มีทัศนคติที่ดีต่องาน ต่อองค์กร ต่อลูกค้า มีความรู้สึกเชื่อมั่นในภารกิจที่มีอยู่ว่าเป็นสิ่งที่จะต้องรับผิดชอบทำให้ดีที่สุดเสมอ

แม้คนส่วนมากจะตระหนักรู้ว่าชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ขึ้นอยู่กับบริการที่ดีแต่การให้บริการเป็นสิ่งจะต้องปลูกฝังจนติดเป็นนิสัย คนจำนวนไม่น้อยที่เคยเป็นผู้รับบริการ และไม่เคยให้บริการแก่ใครมาก่อนเลย จู่ ๆ จะให้เปลี่ยนพฤติกรรมผู้รับถ่ายทอดเข้ามาเป็นผู้ให้ดูจะเป็นเรื่องต่อความคิด ความรู้สึกอย่างหน้ามือเป็นหลังมือ

การจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จะต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนเพื่อให้ความรู้สึก และความเชื่อเปลี่ยนตามไปด้วย การเป็นผู้ให้เป็นเรื่องของการเสียสละ มีน้อยคนจักยอมตาม จึงต้องใช้เวลาและพื้นฐานทางจิตใจที่มีความโน้มเอียงอยู่ทางด้านเป็นผู้มาให้หล่อหลอมความคิด ความรู้สึก และความเชื่อ ให้เห็นว่าการบริการเป็นสิ่งที่ดีงาม เหมือนคำขวัญของชาวโลออนส์ ที่ว่า “เราบริการ” และชาวโรงเรียนปลูกฝังความคิดว่า “บริการเหนือตนเอง” (Service Above Self)

ในการเสริมสร้างทัศนคติต่อคุณภาพของงานบริการอาจพิจารณาจากการปลูกฝังทัศนคติที่ญี่ปุ่น ใช้ส่งเสริมคุณภาพงาน ดังนี้

1. จงถือว่าคำวิจารณ์ของผู้รับบริการ คือ เกณฑ์วัดคุณภาพ
2. จงวัดคุณภาพของสินค้า จากความเห็นของผู้ซื้อ
3. จงวัดความอร่อยของอาหารจากผู้บริโภค มิใช่รสนิยมนของคนครัว
4. จงอย่าคิดว่าผู้จำหน่ายบริการคือศัตรู
5. จงมองให้กระจ่างว่า สินค้าของเราคืออะไร ใครคือลูกค้า จงระลึกว่าหน่วยงานถัดไปก็เป็นลูกค้าที่มีความสำคัญ จงเลิกทำงานแบบตัวใครตัวมัน

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการ

สมิต ธรรมกร (2542, หน้า 173 - 174) ได้ให้ความเห็นถึงความคิดเกี่ยวกับการบริการและหลักการให้บริการว่าการให้การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้การบริการ

แม้ว่าจะเป็นการให้การช่วยเหลือที่เราคิดว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้บริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและยึดถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณแต่คุณค่าของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้การบริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็น ได้ชัด คือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้า หรือให้บริการตรงตามกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งคืนสินค้าทันกำหนดแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

ลักษณะของการบริการที่ดี

ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้การบริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้การบริการกำหนดไว้เป็นกรอบ หรือแนวทางปฏิบัติของพนักงานเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบาย

มนูญ พุฒทอง (ม.ป.ป. อ้างถึงใน สมิต สัมภกร, 2542, หน้า 174 - 176) ประธานกรรมการบริหารกลุ่มห้องอาหารวิจิตรยกยอ ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับการบริหารไว้โดยกำหนดนโยบายในการให้บริการเพื่อเป็นหลักการให้พนักงานทุกคนและทุกระดับของกิจการ ถือเป็นแนวปฏิบัติ 3 ประการได้แก่

1. ลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงลูกค้าก่อนสิ่งอื่นใด
2. ลูกค้าถูกเสมอ ไม่ว่าลูกค้าจะพูดจะทำอย่างไรต้องไม่โต้แย้ง เพื่อยืนยันว่าลูกค้าผิด
3. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น สบายใจ

ด้วยหลักการดังกล่าวข้างต้นความนิยมของลูกค้า เพราะนอกจากอาหารอร่อย มีรสชาติถูกปากแล้ว ยังมีบริการทางอารมณ์ เช่น มีคนตรีประคบประหงมระหว่างรับประทานอาหาร ที่สำคัญคือ มีการเสนอรูปแบบของบริการที่แปลกใหม่อยู่เสมอการให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุนิสัย อารมณ์ แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล แต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจถ้ามีความรักในงานบริการ ก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่าง ในการช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดเป็นผลด้านดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาคารปรับอากาศ จึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างกตัญญูในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้ช่วยรับบริการมีความสุข และความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักการของการให้บริการว่าการให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จะเป็นการตอบสนองความต้องการ และความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะได้บริการที่ดี หรือเหนือกว่าผู้อื่นหากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการให้เป็นพิเศษ แก่บางคนก็เท่ากับ เราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจแก่คนเพียงคนเดียว แต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนจำนวนมาก เราอาจพูดพอได้ขึ้นกับลูกค้าบางคนว่า เราบริการให้เป็นพิเศษ แต่ต้องการให้คนทั่วไปเห็นว่า เราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปิติ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

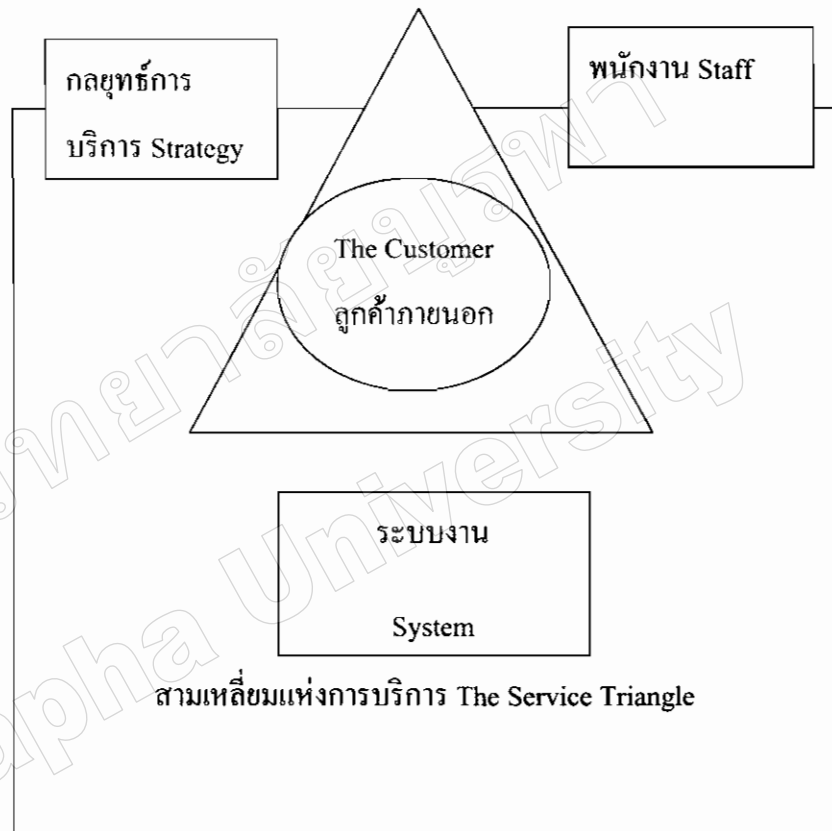
ลักษณะเด่น ๆ ของบริการที่ดีตามที่อธิบายข้างต้น เป็นลักษณะพื้นฐาน หลายสิ่งหลายอย่าง ที่อาจช่วยเหลือให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่ง ๆ ขึ้นอีกเช่นการอภัยสัจที่ดีของผู้ให้บริการความสุภาพน่ารัก และความเอาใจใส่ติดตามเรื่องการช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์สุจริตการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

สิทธิชัย สมบูรณ์เวชการ (2543, อ้างถึงในสมิต สัจจบุตร, 2542, หน้า 176 - 177) กรรมการผู้จัดการบริษัท ถ้วยอัน โอสด ซึ่งประสบความสำเร็จจากการให้บริการลูกค้า ด้วยการปรับปรุงเทคโนโลยีทันสมัยในการผลิตยาสมุนไพร และการให้ที่บริการลูกค้าพอใจ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การบริการที่ดีผมยึดถือความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และตรงต่อเวลานัดหมายบริการจัดสินค้าด้วยความเร็ว พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการในทุกระดับต้องสุภาพ พุดจาไพเราะ นอบน้อม ถ่อมตน”

ลักษณะบริการที่ดีของบริษัทที่คุณสิทธิชัย บริการอยู่จึงเน้นความรวดเร็วตรงต่อเวลา มีสินค้าที่ลูกค้าต้องการหลากหลายและครบถ้วน ลูกค้าไม่ต้องไปหาซื้อจากที่อื่นอีกและสินค้าที่มีไว้บริการมีรูปแบบทันสมัยสวยงามน่าใช้

สามเหลี่ยมแห่งการบริการ (Service Triangle (ST) จากหนังสือ Service America ของ Albrecht (1987 อ้างถึงใน วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 96 - 100) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญ ของการให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้าว่า ควรประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละ

ปัจจัยเปรียบเทียบ ด้านแต่ละด้านของรูปสามเหลี่ยมเท่ารูปหนึ่ง ซึ่งภายในบรรจุวงกลมซึ่งเสมือนลูกค้า หากขาดเสียปัจจัยตัวหนึ่งตัวใดไป สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะเป็นรูปสามเหลี่ยมต่อไปไม่ได้ นั่นคือ จะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ จำเป็นต้องมีปัจจัย 3 ด้าน ให้ครบในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย สามเหลี่ยมที่อ้างถึงนี้เรียกว่า The Service Triangle หรือสามเหลี่ยมแห่งบริการ รายละเอียดภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 สามเหลี่ยมแห่งบริการ Service Triangle (ST)

(วิระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 96)

จากรูปด้านบนนี้ หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายบริการ คือ การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการก็คือ จะต้องจัดการ หรือบริหารงาน เพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมบริการนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันคือ

1. กลยุทธ์เชิงธุรกิจ คือ การวางแผนกลยุทธ์ หรือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้ตกลงใจกำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองการทำให้บรรลุเป้าหมายในธุรกิจตามที่ได้กำหนดไว้โดยมีความยืดหยุ่นตัวที่เพียงพอมีความแม่นยำตรงเข้าเป้าหมายได้ดี กลยุทธ์ด้านการบริการควรเป็น

Customer - Driven Strategy หรือกลยุทธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างจริงจัง

2. ระบบงาน (System บางทีใช้คำว่า Process) จะต้องทำให้ระบบการบริการขององค์กรเป็นแบบ Customer Friendly System กล่าวคือ ควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน จัดองค์กรตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่ที่ต้องการบริการให้ดีที่สุด เป็นองค์กรที่ลูกค้าเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย มีความคล่องตัวสูง และกฎระเบียบต่าง ๆ เอื้ออำนวยต่อการให้บริการที่ดี แก่ลูกค้าและไม่เป็นนายด้วยตัวของมันเอง

3. พนักงาน (Staff บางทีใช้คำว่า People) หมายถึง บรรดาพนักงานในทุกระดับความรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องสรรหา พัฒนา และปรับพฤติกรรมตลอดจน สติได้การทำงานให้มีลักษณะ Service - Conscious คือ มีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี Customer Guidance คือ ระบบนำทาง หรือการชี้แนะนำแก่ลูกค้า ที่สื่อความหมายกับลูกค้าได้ดี อาทิ ป้ายบอกทางฝ่าย/ ส่วนงาน อาทิ:

1. การใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจ
2. การใช้สัญลักษณ์สากลที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. มีทีมงาน/ บุคลากรในการแนะนำแก่ลูกค้า
4. มีการแจกคู่มือ แผ่นปลิว (Brochure) หรือป้าย Information Board ที่ลูกค้าสามารถกดปุ่ม สอบถามข้อมูลได้

ระบบบริการแบบ Best in Co - Operation คืออย่างไร

การสื่อความที่ทรงประสิทธิภาพ ความร่วมมือระหว่างหน่วยบริการสูง บริการลูกค้าช่วยเหลือดีเยี่ยม สามารถดำเนิน หรือแจ้งจุดบกพร่องกันได้ตรงไปตรงมา

Staff หรือพนักงานบริการ

พนักงานบริการแบบ Service - Conscious เป็นอย่างไร มีทัศนคติที่ดีต่องาน ทำที่ที่ดีต่อลูกค้า มีความศรัทธาต่อองค์กร เห็นคุณค่าของการบริการที่ดี ทุกช่วงเวลาสัมผัสการบริการ มีสติและระลึกตลอดเวลาว่า ตนคือใครมีหน้าที่อะไร วิธีใด คือความถูกต้อง และลงมือปฏิบัติโดยไม่ต้องมีคำสั่ง (MOT = Moment of Truth)

แนวคิดเรื่องน้ำตก 3 ชั้น แห่งความสำเร็จด้านบริการ (Service Success Cascade)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539, หน้า 108 - 110) ได้เสนอแนวคิดเรื่องน้ำตก 3 ชั้น แห่งความสำเร็จด้านบริการว่า จะต้องประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการดังนี้

1. ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยแห่งบริการที่ดี คือ การมีกลยุทธ์ที่ดี การมีระบบงานที่เอื้ออำนวย การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ และมีความสามารถในการให้บริการที่เหมาะสมได้

2. กลยุทธ์ที่ดีอันเป็นปัจจัยตัวที่ 1 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการ เป็นผลมาจากวิสัยทัศน์อันกว้างไกล และแจ่มใสของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งรู้เขารู้เรา และรู้งาน รู้ว่าเราอยู่ในธุรกิจอะไร และลูกค้าของเราคือใครบ้าง และมีความต้องการอะไรจากเขารวมทั้งปัจจัยคุณภาพอะไรบ้างที่ถูกกล่าวได้คาดหวังจากบริการของเรา

3. ด้วยกลยุทธ์ที่ดี สิ่งก็ตามมาก็คือ องค์กรแห่งนั้น ผู้บริหารระดับสูงจะมีหรือมีความแจ่มชัดต่อภารกิจแห่งธุรกิจของตน ซึ่งจะทำให้พวกเขา กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ทำให้การวางแผนและอำนวยการในโครงการต่าง ๆ ไม่สับสน นอกจากนี้พวกเขายังมีการมุ่งเน้นที่ทรัพยากรทางการจัดการที่ชัดเจน ทำให้มีการใช้สอยทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อประโยชน์สูงสุดไม่ซ้ำซ้อน หรือสิ้นเปลืองเงินจำเป็นในการกำหนดคน หมายก็จะมีความชัดเจน ทำให้ปฏิบัติงานไม่ขัดแย้ง หรือลังเลสงสัย

4. กลยุทธ์ที่ดีจะนำมาซึ่งผลสำคัญต่อเนื้ออีก 2 ประการ คือ

4.1 Style หรือลักษณะเฉพาะตัว

4.2 Structure หรือ โครงสร้างของการจัดกิจการ ซึ่งลักษณะเฉพาะตัวจะส่งผลเกี่ยวเนื่อง ต่อพนักงานซึ่งเป็นปัจจัยตัวที่ 3 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการ ส่วนตัวโครงสร้างจะส่งผลกระทบต่อระบบเกี่ยวเนื่องต่อระบบการทำงาน อันเป็นปัจจัยตัวที่ 2 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการ

5. ระบบงานที่ดี คือ ระบบปฏิบัติงานซึ่งเป็นมิตรที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Friendly) และเป็นระบบที่เน้นผลการให้บริการ ไม่ใช่เน้นกฎเกณฑ์กติกา หรือวิธีการปฏิบัติซึ่งมักจะยุ่งยาก และสร้างความรำคาญใจให้แก่ลูกค้าเสมอ นอกจากนี้ระบบที่ดียังมีลักษณะ

5.1 Service Oriented หรือเน้นการให้บริการ

5.1.1 Customer Driven หรือลูกค้าต้องเป็นผู้กำหนดเกณฑ์ และรูปลักษณะของระบบ

5.1.2 Flexible หรือมีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ง่าย

5.1.3 Dynamic หรือเคลื่อนไหว ไวสัมผัสตลอดเวลา

6. พนักงานที่ดี (Good Staff) คือปัจจัยที่ 3 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการ ที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

6.1 ผู้บริหารระดับสูงเอาใจใส่ต่อการบริการ (Good Concern from Top Management)

6.2 ผู้บริหารระดับต่าง ๆ มีประสานการณ์อย่างดี (Good Coordination among Middle Management)

6.3 หัวหน้างานระดับปฏิบัติงาน หรือบริการ มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี (Good Service - Conscious Staff)

หากมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 ประการ ข้างต้นแล้ว พวกเขาจะช่วยกันประสานผลงาน ออกมาในรูปแบบของบริการที่เป็นเลิศ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้

7. เมื่อลูกค้าพึงพอใจ ต้นไม้แห่งธุรกิจของเราก็เจริญงอกงาม ออกดอกออกผลคือ กำไร แห่งกิจกรรม ซึ่งผู้บริหารระดับสูงจะสัมผัสได้ และเสริมความมั่นใจในการพัฒนาองค์การต่อไป เพื่อให้ปัจจัย 3 แห่งสามเหลี่ยมบริการมั่นคงและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไปไม่สิ้นสุด

เวเบอร์ (Weber, 1966 อ้างถึงใน อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 13) ให้ทรรศนะ เกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน มากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลและไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคน จะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

สำหรับแคทซ์และดานเนต (Katz & Danet, 1973 อ้างถึงใน อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 14) เสนอความเห็นว่ หลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติ ทั้งในองค์การของรัฐ และเอกชนควรยึดหลักการปฏิบัติดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับ หน่วยงานจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มา เกี่ยวข้องด้วย
2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) หมายความว่า พนักงานจะต้อง ปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่ถือเขาถือเรา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมา ก่อนก็ได้รับบริการก่อน เป็นต้น
3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการ ลูกค้าโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามายุ่งเกี่ยวกับงาน ปฏิบัติงานด้วยเหตุผลและใช้หลักการความ ถูกต้อง ไม่ขู่ตะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

จะเห็นได้ว่า หลักการที่ดีของงานให้บริการนั้นมีด้วยกันหลายรูปแบบด้วยกัน ซึ่งนักวิชาการแต่ละคนก็มีแนวความคิดที่แตกต่างกันไป แต่ในที่สุดแล้วจะมุ่งไปสู่จุดหมายเดียวกัน ที่ประสิทธิผลของการให้บริการนั่นก็คือ ผู้รับบริการส่วนใหญ่พึงพอใจ

ลักษณะของการให้บริการนั้น ไม่ว่าจะ เป็นของหน่วยงานไหน ทั้งในภาครัฐและเอกชน จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ ผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และสภาพบรรยากาศของ

องค์การประกอบรวมกันเป็นระบบของการให้บริการ โดยพิจารณาจากแนวความคิดของนักวิชาการ ผู้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการได้ดังนี้

แคทซ์และดาเนต (Katz & Danet, 1973 อ้างถึงใน อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 14) เสนอปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาศึกษาสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้ากับองค์การว่ามี อยู่ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบจากสภาวะแวดล้อม (Environmental Factors) หมายถึง ลักษณะทาง วัฒนธรรม หรือธรรมเนียมปฏิบัติทั่วไปในสังคมที่ประกอบเป็นสภาพแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ องค์การและลูกค้า เช่น ค่านิยม มารยาทในสังคม เป็นต้น
2. องค์ประกอบภายในองค์การ (Organizational Factors) หมายถึง ลักษณะที่เกิดขึ้น ภายในองค์การเอง เช่น เป้าหมายขององค์การ กฎ ระเบียบ คำสั่ง แนวทางในการปฏิบัติงาน ระดับ ของพนักงานผู้ให้บริการ การควบคุมบังคับบัญชา เป็นต้น
3. องค์ประกอบของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการติดต่อ (Situational Factors) เช่น ช่วงเวลาที่พบปะ สภาพสถานที่ ความสนิทสนมใกล้ชิดเป็นส่วนตัว เป็นต้น

ปรัชญา เวสารัชช์ (2521 อ้างถึงใน อรรถชล ทรัพย์ทวี, 2537, หน้า 15) ได้นำ แนวความคิดของแคทซ์และดาเนต ดังกล่าวข้างต้นมาดัดแปลงเป็นกรอบแนวความคิดอีกรูปแบบ หนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีผลกระทบต่อเจ้าหน้าที่องค์การ ผู้รับบริการ และสภาพการพบปะ ระหว่างคนทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งได้เชื่อมโยงตัวแปรกลุ่มต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้รับอิทธิพลจากตัวองค์การเอง นอกจากนี้สภาพการพบปะที่ออกมาย่อมมีผลสะท้อนออกมา ในรูปของทัศนคติ หรือการกระทำ ซึ่งจะส่งผลย้อนไปหาเจ้าหน้าที่องค์การ ลูกค้าผู้รับบริการ และ องค์การเอง ซึ่งจากการสังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการเผชิญหน้าระหว่างเจ้าหน้าที่องค์การกับ ลูกค้า ซึ่งปรัชญา เวสารัชช์ เห็นว่าองค์ประกอบหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมระหว่าง การพบปะของทั้งสองฝ่าย อาจแยกได้ 3 ประเภท คือ องค์ประกอบที่เกิดจากตัวเจ้าหน้าที่องค์การเอง องค์ประกอบที่เกิดจากสภาพการพบปะและองค์ประกอบทางด้านลูกค้าผู้รับบริการ โดยพิจารณา รายละเอียดขององค์ประกอบแต่ละประเภทได้ดังนี้

1. องค์ประกอบที่เกิดจากตัวเจ้าหน้าที่ การที่เจ้าหน้าที่มีพฤติกรรมบางอย่างในการปฏิบัติ ต่อลูกค่านั้นขึ้นกับสาเหตุหลายประการ ซึ่งอาจแยกออกพิจารณาดังต่อไปนี้

- 1.1 ลักษณะทางจิตวิทยา การศึกษาในแง่นี้มองอารมณ์ บุคลิกภาพ สภาพจิตใจของ เจ้าหน้าที่เป็นเกณฑ์ เจ้าหน้าที่ผู้มีสภาพจิตใจไม่ปกติ เช่น กำลังอารมณ์เสีย เป็นคนอ่อนไหวง่าย หยาดคาย แข็งกระด้าง ย่อมมีแนวโน้มในทางปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างไม่เป็นที่น่าพอใจ ตรงกันข้าม เจ้าหน้าที่ที่มีนิสัยร่าเริงแจ่มใส อุดทน ก็มักจะทำให้ลูกค้าพอใจได้ง่ายกว่าเจ้าหน้าที่แบบแรก

1.2 บทบาทที่เกี่ยวกับตำแหน่งหน้าที่ เป็นการพิจารณาเจ้าหน้าที่องค์การ โดยอาศัย ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) มาอธิบาย ซึ่งสรุปได้ว่าพฤติกรรมของบุคคลจะมีลักษณะ อย่างไร ขึ้นกับว่าบุคคลผู้นั้นสวมบทบาทอยู่ในตำแหน่งอะไร เปรียบเหมือนกับสวมหัวโขน บทบาทนี้เป็น แนวทางปฏิบัติและเป็นสิ่งที่คนทั่วไปคาดหวังว่าผู้สวมบทบาทจะปฏิบัติด้วย เช่นเราคาดหวังว่า พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีกริยามารยาทนุ่มนวล เอาใจใส่ลูกค้า ผู้พิพากษาต้องมีความเคร่งขรึม เที่ยงธรรม หรือผู้คุมมีความเด็ดขาดและพร้อมจะใช้กำลัง เป็นต้น

1.3 ทักษะติดต่อลูกค้าและการพบปะกับลูกค้า การที่เจ้าหน้าที่องค์การจะปฏิบัติ ต่อลูกค้าอย่างไรนั้นส่วนหนึ่งขึ้นกับทัศนคติต่อลูกค้า ซึ่งอาจแยกเป็นทัศนคติต่อลูกค้าเฉพาะราย หรือทัศนคติต่อลูกค้าโดยส่วนรวม ทัศนคติต่อลูกค้าเฉพาะรายนั้นเป็นเรื่องส่วนตัวเฉพาะคน ลูกค้าบางรายเคยมีเรื่องวิวาทกับเจ้าหน้าที่มาก่อน เจ้าหน้าที่ก็ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างไม่เหมาะสม หรืออย่างน้อยก็ทำตามหน้าที่อย่างไม่เต็มใจ สำหรับทัศนคติต่อลูกค้าโดยส่วนรวมนั้น เป็นสิ่งที่น่า ศึกษามากกว่าทัศนคติเฉพาะตัว เพราะผู้สังเกตอาจหาข้อสรุปทั่วไปที่อธิบายพฤติกรรมของ เจ้าหน้าที่ได้มากมาย

สมชาติ กิจยรรยง (2536, หน้า 42) กล่าวว่า การบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติ คนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้การบริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและ ทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข

วิระพงษ์ เถลิณจิระวัฒน์ (2539, หน้า 6 - 7) การบริการ คือ กระบวนการ กระบวนการกิจการ ในการส่งมอบการบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และจับต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะ ได้การทำให้ขึ้น โดยบริกร และจะส่งมอบผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือ ในทันเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544, หน้า 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บริการหมายถึง กิจกรรมประ โยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดรวมกับการขายบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการ กระทำนั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544, หน้า 8)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของการพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือการพอใจ (Satisfaction) ตามความหมายของพจนานุกรมทางจิตวิทยา (Chaplin, nd) ได้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อกับรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ นักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ Morse, 1953, p. 37; Smith, 1955, p.155; Yoder, 1958, p.6 ได้กล่าวไว้ว่า ทักษะคติในทางบวกของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกันนั้นสามารถลดความตึงเครียดเป็นบ่อเกิดของความไม่พึงพอใจ ความตึงเครียดมีผลเกี่ยวเนื่องจากความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์ ถ้าบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการความตึงเครียดก็จะลดลง มนุษย์จะเกิดความพอใจมากขึ้น

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543, หน้า 37) ความรู้สึกหรือความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานหรือผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง จะเห็นได้ว่าจุดสำคัญคือการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้าจะไม่พอใจถ้าการปฏิบัติงานไม่ตรงความคาดหวังของลูกค้า หรือการปฏิบัติงานสูงความคาดหวัง ลูกค้าก็จะพอใจและเกิดความปิติยินดีอย่างยิ่ง

ปฐม มณีโรจน์ (2538 อ้างถึงใน ชาญณรงค์ วิริยะลัทปะ, 2546, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่าเป็นการบริการ ในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่าประกอบด้วยผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

ดีเรค (Direk, 1972, p. 35 อ้างถึงใน สุมิสา ถาวรวิริยะนันท์, 2548, หน้า 63) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

เวกซเลย์ และยูกิ (Wexley & Yuki, 1975 อ้างถึงใน สันทัด ไบลี, 2537, หน้า 51) ให้ความหมายถึงความพึงพอใจในการทำงานว่า หมายถึง ทัศนคติทั่วไปของพนักงานที่มีต่องานโดยที่งานนั้นมีผลหรือคุณภาพตามที่พนักงานคาดหวัง ความพึงพอใจในงานอาจเกิดขึ้นจากผลสืบเนื่องจากหลาย ๆ อย่าง เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง การนิเทศงาน ประเภทของงาน เพื่อนร่วมงานและนโยบายขององค์กร เป็นต้น

บลูมและไนลอน (Blum & Naylor, 1968 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว แป้นถึง, 2538, หน้า 33) กล่าวว่า “ความพึงพอใจในการทำงานเป็นทัศนคติต่าง ๆ ซึ่งได้ผลมาจากงานและปัจจัยแวดล้อม

เช่น ค่าจ้าง สถานภาพโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชา และความเหมาะสมของปริมาณ เป็นต้น”

กิติมา ปริติติก (2534, หน้า 321 - 322) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และเข้าได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

เด่นพงษ์ พลละคร (ม.ป.ป. อ้างถึงใน กิ่งแก้ว เป็นต้น, 2538, หน้า 24) กล่าวว่า “ความพึงพอใจในงาน เป็นความรู้สึกพอใจของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมของงานที่ตนเองทำซึ่งก็มีปัจจัยหลายประการที่ดึงดูดหรือยั่ว (Incentive) ในการทำงาน”

กู๊ด (Good, 1975 อ้างถึงใน สุทธิ ปันมา, 2548, หน้า 19) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจที่มีผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติต่อบุคคลนั้น ๆ

เชลว (Shellv, 1975 อ้างถึงใน จีราพร วีระหงส์, 2538, หน้า 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวก อื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้อาจมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางด้านบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจของมนุษย์จะ ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจการศึกษา ว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใด เป็นสิ่งที่ต้องการทำให้เกิดความพอใจ และความสุแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

เลอเมอร์ (Lermer, 1963, p. 333 อ้างถึงใน วิรุฬห์ สัตยสันต์สกุล, 2538, หน้า 10) เขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{Satisfaction} = \text{Achievement} : \text{Aspiration}$$

ความพึงพอใจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ประกอบไปด้วยบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายแรกได้แก่ ผู้มีอำนาจหน้าที่ในบริการ ฝ่ายที่สองได้แก่ ผู้รับบริการ การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้น เฮอเบิร์ด (Hepert A. Simon) เห็นว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสูดนั้น สามารถพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้ากับผลผลิตที่ได้รับออกมา โดยพิจารณาจากผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า แต่ถ้า เป็นเรื่องการบริหารรัฐกิจก็ต้องบวกความพึงพอใจของผู้บริการด้วย ซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (o - i) + s$$

โดย E คือ ประสิทธิภาพของงาน (Efficiency)

O คือ ผลผลิตที่ได้รับออกมา (Output)

I คือ ปัจจัยที่นำเข้าไป (Input)

S คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)

วิลลิสทริ ทรียงกุล (2526, หน้า 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่มีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก - เลว พอใจ - ไม่พอใจ สนใจไม่สนใจ เป็นต้น

ชริณี เคชจินดา (2530, หน้า 50) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

หลุยส์ จำปาเทศ (2533, หน้า 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมากจะมีความสุข สังกัดได้จากสายตาคำพูดและการแสดงออก

จากที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ” ต่าง ๆ กันไปแต่พอสรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดี ความรู้สึก ความรู้สึกชอบและสุขใจ โดยความพึงพอใจจะเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก นอกจากนี้ ความพึงพอใจจัดเป็นทัศนคติที่ต้องผ่านกระบวนการ และตีความชอบของบุคคลซึ่งมีการประเมินค่าของสิ่งที่รับรู้ว่าจะชอบหรือไม่ ประารถนาหรือไม่ปรารถนา พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2524, หน้า 58) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึงความถึงลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวคิด และการตอบสนองในเชิงประเมินต่อสิ่งเร้าทั้งหลาย ฉะนั้น ผลที่ติดตามก็คือ บุคคลทั้งหลายต่าง ๆ อาจเป็นบวกมาเป็นลบหรือเป็นกลาง

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคตินั้น ก่อนข้างจะมีผู้ศึกษาอย่างกว้างขวาง ในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ (จิระพร วีระหงษ์, 2538, หน้า 24) ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกมีสองลักษณะ คือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบพอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ

2. องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้ และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับเกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคล หรือสถานการณ์ขึ้น องค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมา ว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ ดี

จากที่กล่าวมาโดยสรุปพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น จนบังเกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตน แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ไป ขึ้นอยู่กับค่านิยม ประสบการณ์ และแรงจูงใจที่ได้รับ

มิลเลท (Millitt, 1954, pp. 937 - 400 อ้างถึงใน วิรุพห์ สัตยสัตย์สกุล, 2538, หน้า 7) ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณค่าประการแรกของการบริหารรัฐกิจทั้งหมด คือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างทัดเทียมกัน (Equitable Service) โดยยึดหลักว่าคนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกัน หมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสិทธิเท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมาย และทางการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศิพ หรือความยากจนตลอดจนสถานะทางสังคม

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (Timely Service) จะไม่มีงานทางสาธารณะใด ๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ หากไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้ว การบริการนั้นก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและน่าพอใจ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) นอกจากจะให้บริการอย่าง เท่าเทียมกัน และให้อย่างรวดเร็วแล้ว ต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการตลอดเวลา ต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการศึกษาอบรมอยู่เป็นประจำ เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการบริการที่มีความเจริญ คืบหน้าไปทั้งด้านผลงานและคุณภาพ เทคโนโลยีที่ทันสมัย

อีลิชและเบรนดา (Elihu & Brenda, 1973, pp. 4 - 60 อ้างถึงใน วิรุพห์ สัตยสัตย์สกุล, 2538, หน้า 8) ได้รับศึกษาการบริการประชาชน เช่นว่าหลักการที่สำคัญการให้บริการขององค์กร ของรัฐประกอบด้วย 3 ประการคือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นหลักการที่ต้องการให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในหาคคลองพร้าวในปี 2548 เพื่อให้การควบคุมเป็น ไปตามระเบียบกฎเกณฑ์ และทำ

ได้ง่ายทั้งนี้ โดยดูจากเจ้าหน้าที่ให้บริการว่า ให้บริการประชาชนเฉพาะเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ หากมีการให้บริการไม่เฉพาะเรื่องและสองถามเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากจะทำให้ล่าช้าแล้ว ยังทำให้การควบคุมเจ้าหน้าที่เป็นไปได้ยาก

2. การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการ (Universality) หมายถึง การที่ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างทางการ ไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัว แต่ยึดถือการ ให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยจะต้องไม่นำเอาเรื่องของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้อง

4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจ และโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

กันเลท และนิวสัน (Gundlach & Nelson, 1983 อ้างถึงใน วราภรณ์ จิรพิพัฒน์, 2541, หน้า 8 - 9) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะกับพฤติกรรมกรให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชน ที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากได้รับการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ไว้ดังนี้ รัชดา ดันติสารศาสน์ (2548, หน้า 14) กล่าวว่า คุณภาพการบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การเปรียบเทียบของผู้รับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า (Expect Services) กับบริการที่ได้รับในความคิดของผู้บริการ (Perceived Service) เป็นสำคัญ

ปิติชัย รังสิยานนท์ (2541, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการระดับความพึงพอใจของผู้บริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

พรพรรณ เกิดในมงคล (2541, หน้า 11) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยแพทย์ที่มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย โรคและการรักษาโรค ตลอดจนพยาบาลที่มีความรู้ความสามารถในการให้การพยาบาล การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจรักษา การสื่อสารที่ผู้ให้บริการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลแก่ผู้รับบริการ

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ (2548, หน้า 17) กล่าวว่า คุณภาพบริการหมายถึง การทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นจนครอบคลุม ไปถึงความคาดหวัง (Expectation) ของผู้ใช้บริการด้วย

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 335 อ้างถึงใน สุทธิ ปันมา, 2548, หน้า 17)

ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ว่าหมายถึง คุณภาพของการบริการตามการรับรู้ (Perceived service Quality) ของผู้บริโภคคือ การประเมินหรือลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการ โดยภาพรวม (Global Judgment) แต่จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค พบว่า นักวิชาการทางการตลาดจำนวนไม่น้อยมีทัศนะว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการในรูปแบบของทัศนคติโดยเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับบริการตามการรับรู้ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงไร การให้บริการที่มีคุณภาพ หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความหวัง หรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1988 อ้างถึงใน สุภวรรณ ฉินศิริเศรษฐ, 2553, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ ว่าหมายถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริง โดยได้สร้างเครื่องมือ ที่เรียกว่า SERVQUAL โดยกำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่

1. ด้านการสัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)
4. ด้านความรู้ความสามารถที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อมั่นและเชื่อถือ (Assurance)
5. ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy)

คุณภาพการบริการ ลูกค้าคือผู้ตัดสิน

คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการว่าตรงหรือเหนือความคาดหวังมากน้อยเพียงใด ดังนั้นลูกค้าจึงเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการบริการ ที่นำเสนอโดยพนักงานของธุรกิจนั้น ๆ (ชัยเสถียร พรหมศรี, 2549, หน้า 50 - 52)

ประเมินผลคุณภาพการบริการ (Customer Evaluation of Service Quality)

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่ลูกค้าจะประเมิน เพราะการบริการไม่เหมือนการประเมินคุณภาพสินค้าที่สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้หรือ

ลองได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ หรือที่เรียกว่า “การค้นหาคุณภาพ” ไม่ว่าจะเป็นการลองเสื้อผ้า ก่อนตัดสินใจซื้อ หรือการลองขับรถยนต์ เป็นต้น

ส่วนมากแล้วการตัดสินใจคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับ “ประสบการณ์” เช่น รสชาติความพึงพอใจ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สามารถประเมินได้เฉพาะช่วงเวลาที่รับบริการเท่านั้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับ “ความเชื่อถือ ศรัทธา” แม้บางครั้งลูกค้าก็ไม่สามารถประเมินคุณภาพได้หลังจากรับบริการ เช่น การผ่าตัด การรับคำปรึกษาทางกฎหมาย เพราะลูกค้ามีความรู้ไม่เพียงพอที่จะประเมินคุณภาพของการบริการในลักษณะนี้ได้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพ

การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพให้ลูกค้าไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะความผิดพลาดสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ ทั้งจากการกระทำของมนุษย์และเครื่องจักรที่มีมนุษย์เป็นผู้ควบคุม ทำให้ธุรกิจไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพได้ 100% แต่ผู้ให้บริการก็ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพเพื่อนำไปสู่การหาวิธีปรับปรุง ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการมีด้วยกัน 4 ประการคือ

1. การวิเคราะห์ความต้องการหรือคาดหวังของลูกค้า โดยที่ผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการและคาดหวัง เพื่อให้ตรงหรือเกินกว่าความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. เจาะจงคุณภาพการบริการ เมื่อบริษัทหรือองค์กรเข้าใจความต้องการของลูกค้าแล้ว ต้องกำหนดเป้าหมายเพื่อสร้างความแน่ใจต่อการนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งเป้าหมายเหล่านี้ถูกกำหนดขึ้นจากการปฏิบัติของพนักงานหรือเครื่องจักร
3. การปฏิบัติของพนักงาน หลังจากที้องค์กรได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพการบริการ โดยที่ผู้จัดการและพนักงานทุกคนให้คำมั่นสัญญาที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้แล้ว ก็ต้องหาแนวทางที่จะทำให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม เพื่อแน่ใจว่ามีประสิทธิภาพในการให้บริการในการให้บริการเป็นอย่างดี
4. จัดการต่อความคาดหวังในการบริการ เนื่องจากความคาดหวังที่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อประเมินคุณภาพ ดังนั้นองค์กรหรือผู้ใช้บริการต้องกำหนดความคาดหวังที่เป็นจริงในการนำลูกค้า ซึ่งสามารถได้โดยผ่านการโฆษณาหรือการสื่อสารภายในองค์กร เช่น ให้คำมั่นสัญญาเกี่ยวกับการบริการที่จะมอบให้ลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี หากการบริการนั้น ๆ ไม่เป็นตามที่คาดหวัง

องค์ประกอบเพื่อการวัดคุณภาพการบริการ

พาราสุรามาน, ซีทอล และเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml และ Berry, 1983 อ้างถึงใน สุภวรรณ ฉินศิริเศรษฐ, 2553, หน้า 19 - 20) ได้กล่าวถึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการเพื่อ

ค้นคว้าหาว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ตัดสินคุณภาพบริการในสายตาลูกค้านั้นในปี ค.ศ. 1983 นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิทางการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ศึกษาและพัฒนาเกณฑ์ชี้วัดคุณภาพบริการตามที่ได้รับบริการประเมิน ประกอบด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ 10 ด้าน ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
 2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้ และมีความน่าเชื่อถือ
 3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ทันที
 4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน
 5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
 6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ
 7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย ในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
 8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ
 9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจ และรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
 10. การเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน
- คอตเบิร์ก (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 22) ให้ความเห็นว่าการบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ
1. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ หมายถึง สภาพการทำงานที่เป็นด้านกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อม เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงาน ต่าง ๆ
 2. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง มีส่วน

สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน มีความจริงใจในการให้บริการ มีการจัดองค์กรที่ดี
 คมีการบริหารงานที่ดี

3. ด้านการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงความพยายามที่จะรับฟังและเข้าใจลูกค้า
 ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การรับรู้ถึงความต้องการ

แนวความคิดพื้นฐานทางการตลาด

แนวความคิดพื้นฐานทางการตลาดของ กอตเลอร์ (Kotler, 2003, p 11) เป็นการศึกษาพฤติกรรม
 ของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด จำเป็นต้องตั้งคำถาม 6 ข้อ ซึ่ง
 แยกประเด็นดังนี้คือ

1. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย (Who is in the market?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึง
 เป้าหมายว่าเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใด ชาวไทยหรือต่างประเทศ ชายหรือหญิงมีรายได้แต่ละเดือน
 ประมาณเท่าไร และประกอบอาชีพอะไร เป็นต้น
2. ตลาดต้องการสินค้าอะไร (What does the market buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึง
 ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการที่พักแรม แบบโรงแรมระดับ 5 ดาว 3 ดาว
 และรายละเอียดของการบริการแบบใด
3. เวลาที่ตลาดต้องการ (When does the market buy?) เป็นคำถามที่ต้องการถึงจังหวะ
 โอกาสในการซื้อของผู้บริโภค โดยโอกาสในการใช้บริการ อาจแบ่งเป็น
 - 3.1 ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูของปี เช่น Low Season หรือ High Season
 - 3.2 ช่วงวันใดของเดือน เช่น วันที่มีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน เป็นต้น
 - 3.3 เทศกาลพิเศษ เช่น ช่วงวันขึ้นปีใหม่ หรือช่วงสงกรานต์ เป็นต้น
4. ใครคือผู้เกี่ยวข้องในการซื้อ (Who is involved in the buying?) เป็นคำถามที่ต้องการ
 ทราบถึงผลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นผู้ร่วมเดินทาง ได้แก่ พ่อแม่
 ญาติเพื่อน คู่รัก และอื่น ๆ เป็นต้น โดยที่บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมีดังนี้
 - 4.1 เป็นผู้ตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ
 - 4.2 เป็นผู้มีอิทธิพลการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ
 - 4.3 เป็นผู้ซื้อหรือใช้บริการ
5. เพราะเหตุผลใดจึงเกิดการซื้อหรือใช้บริการ (Why does the market buy?) เป็นคำถาม
 ที่ต้องการทราบถึง วัตถุประสงค์เหตุผล หรือปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ
 ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา

6. การซื้อเกิดขึ้นได้อย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แสดงถึงอิทธิพลต่าง ๆ ที่มุ่งใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อซึ่งอาจแบ่งเป็นขั้นตอนในการตัดสินใจได้ดังนี้ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของของ Kotler เป็นการเน้นถึงทางเลือกของพฤติกรรม ซึ่งได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือการใช้บริการกับการตอบสนองซื้อหรือการใช้บริการโดยผ่านช่องทางและกระบวนการของผู้บริโภค นั่นคือ สิ่งที่มีต่ออิทธิพลต่อการใช้บริการที่พักรวมของผู้บริโภค ได้แก่ ราคา คุณภาพของ สินค้าและบริการ การมีสินค้าหรือบริการอย่างพอเพียงการบริการแบบทางเลือก และจิตนาภาพของสินค้า จะถูกส่งถึงผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ คือสื่อโฆษณา พนักงาน คนรู้จักหรือคุ้นเคย ครอบครัวเหมือนการสังเกตบุคคลเมื่อผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ก็จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ โดยตัวของผู้บริโภคเอง ก่อให้เกิดการตอบสนองการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า ผู้ขาย ปริมาณ และ ความถี่ในการซื้อสินค้าหรือบริการ ประกอบในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ๆ

ข้อมูลทั่วไปของเมจิก รีสอร์ท (โรงแรมเมจิก รีสอร์ท, 2554)

เมจิก รีสอร์ท (Magic Resort) ตั้งอยู่เลขที่ 34 หมู่ 4 หาดคลองพร้าว ตำบลเกาะช้าง อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด โรงแรมเมจิก รีสอร์ท เปิดให้บริการมาแล้วกว่า 20 ปี มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการที่พักและบริการต่าง ๆ

อาคารที่พัก เมจิก รีสอร์ทมีอาคารที่พักทั้งหมด 72 หลัง แต่ละหลังสามารถรับนักท่องเที่ยวได้ 2 - 4 ท่าน ดังนั้นขีดความสามารถในการรับนักท่องเที่ยวได้วันละ 150 - 180 ท่าน ตัวอาคารเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กชั้นเดียวมีทั้งห้องเดี่ยวและห้องคู่ภายในหนึ่งหลัง

ลักษณะภายใน ภายในห้องเป็นห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น แอร์ ทีวี ตู้เย็น น้ำร้อนน้ำอุ่น เติงเดี่ยวสำหรับนอนคู่ เติงคู่สำหรับนอนเดี่ยว

สถานที่ตั้ง อาคารที่พักในแต่ละหลังปลูกสร้างอยู่ริมชายหาดหันหน้าออกทะเลทุกหลังสามารถมองออกทะเลได้ สวยงามด้วยทัศนียภาพธรรมชาติมองเห็นเกาะเล็กเกาะน้อยที่ห่างออกไปจากเกาะช้าง

ราคาที่พัก ราคาที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท มีราคาห้องพักสองท่านนอน 1,300 บาทและราคา 2000 - 2500 บาทสำหรับ 4 ท่าน

ด้านการบริการอื่น ๆ มีร้านอาหารที่ยื่นลงไปทะเลบรรยากาศเหมือนทานอาหารอยู่ในทะเลให้บริการอาหารประเภทอาหารทะเลและอาหารนานาชาติกันทุกวัน และบริการจัดทัวร์ส่งลูกค้าดำน้ำดูปะการังตามหมู่เกาะต่าง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชิตชัย นำวิวัฒน์ (2532, อ้างในถึง รสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์, 2544, หน้า, 28) ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษาในเครืออิมพีเรียล ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารที่มีผลต่อการขยายบริการของโรงแรมอิมพีเรียล โดยทำการศึกษาทั้ง 3 ด้าน คือด้านห้องพัก ห้องจัดเลี้ยงและห้องอาหาร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการของหน่วยประเภทต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการโรงแรม ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการโรงแรมของผู้บริโภคโดยกำหนดในการศึกษา 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ปัจจัยด้านการต้อนรับพนักงาน หรือการบริการ ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมชาวไทยให้ความสำคัญต่อยอดพักรักษาห้องพัก ในขณะที่ชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยอื่น และเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุพบว่าชาวไทยไม่ว่าอยู่ในวัยใด ต่างก็ให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพักมากที่สุด ส่วนชาวต่างชาติที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพักเป็นอันดับแรกแต่ชาวต่างชาติมีอายุ 25 - 55 ปี กลุ่มอายุ 55 ปีเห็นสภาพห้องพักเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ส่วนชาวต่างชาติมีปัจจัยในการเลือกโรงแรมต่างกัน ตามกลุ่มรายได้

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการห้องพัก ด้านความสะอาดนั้นอยู่ในระดับดี รองลงมาตอบว่าดีมาก ในด้านบริการของพนักงานก็ได้รับคำยกย่องชมเชยว่าอยู่ในระดับดีรองลงมาตอบว่าดีมากแต่ในด้านราคาผู้ใช้บริการส่วนใหญ่บอกว่าราคาแพงมากด้านการจัดเลี้ยง และห้องอาหาร ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความเห็นว่าห้องจัดประชุมสัมมนาอยู่ในระดับดีแต่ต้องการให้ปรับปรุงด้านการตกแต่งภายใน เปลี่ยนแปลงอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ทันสมัยด้านสถานที่จอดรถ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตอบว่า สถานที่จอดรถไม่สะดวก เมื่อมีผู้มาใช้บริการมาก ๆ เช่น มีงานเลี้ยง ควรปรับปรุงขยายที่จอดรถให้กว้างกว่าเดิมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการบริโภคหรือบริการหรือผู้บริโภค โดยสามารถสรุปผลงานได้ดังนี้ระดับการให้บริการโรงแรม ความความสะดวกสบายในการเดินทางทางอากาศ จำนวนห้องพักจำนวนห้องประชุมระดับราคา การให้การต้อนรับ คุณภาพใน

การบริการของภัตตาคาร/ร้านอาหารความปลอดภัยส่วนบุคคล ความน่าสนใจของท้องถิ่น ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

กรณีย์ สุทธารมณ (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัลไคมอน จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมทั้ง 4 ด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมรอยัลไคมอน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ด้านผลิตภัณฑ์และด้านจัดจำหน่ายอยู่ในระดับสูงนอกจากนี้ผลการทดสอบสมมุติฐานยังพบว่า ลูกค้ากลุ่มเพศ ระดับการศึกษา และประเภทของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรม ทั้ง โดยรวม และรายด้าน ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงแรมด้านผลิตภัณฑ์พบว่าระบบ สาธารณูปโภครูปแบบของห้องพัก หลากหลาย ความเหมาะสมของจำนวนห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในห้องพัก ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ด้านราคา พบว่าความเหมาะสมของราคาห้องพัก กับคุณภาพบริการและความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มกับคุณภาพบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าการติดต่อกับพนักงานขายและพนักงานขายไป ติดต่อกับที่สำนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการจัดเทศกาลอาหารบุฟเฟต์ราคาประหยัดลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพื่อพิจารณารายด้าน โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รัชนิพร ก้อนคำ (2547) ทำการศึกษาคูณภาพบริการของ โรงแรมเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคูณภาพการบริการจากการเปรียบเทียบ ความต้องการบริการของผู้รับบริการต่อการบริการของ โรงแรม ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการมีการรับรู้ให้บริการจริงจากโรงแรมโดยรวมและเป็นงาน 5 ด้านคือ การสร้างความมั่นใจ การตอบสนองต่อลูกค้าได้ทันท่วงที ความเชื่อถือได้ การดูแลเอาใจใส่ และสิ่งสัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก

สุปราณี สิด โทเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษามูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิสเขาใหญ่ รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 245 คน โดยศึกษาปัจจัยทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านชื่อเสียงของ โรงแรม ด้านบรรยากาศและการจัดสวน ด้านสภาพห้อง

พนักงาน ด้านราคา ห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมในโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านบริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบรรยากาศ การจัดสวน ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย และด้านการบริการ ตามลำดับ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมูลเหตุโดยรวมด้าน โรงแรมโดยรวม และรายด้านในระดับมาก นักท่องเที่ยวที่มีเพศ รายได้ อาชีพ จำนวนครั้งที่เข้าพัก และผู้ร่วมพักต่างกัมีมูลเหตุจูงใจด้านราคา ห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และด้านรักษาความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เข้าพักต่างกันมีเริ่มจาก 1 ครั้ง 2 - 4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไปมีมูลเหตุจูงใจในทำเลที่ตั้ง ด้านบรรยากาศ การจัดสวน และด้านรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับสูง

ฉัตรสุตา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้ของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้ำมีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้ำที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบึงกะโลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนราคาและด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทย ผู้พักโรงแรมชลจันทร์พัทยา รีสอร์ท มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาว่าระดับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการพักรวม ที่โรงแรมชลจันทร์พัทยา รีสอร์ท และเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง และคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการพักรวมที่โรงแรมชลจันทร์พัทยา รีสอร์ท ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยต่อ

คุณภาพการบริการของ โรงแรมชลจันทร์พัทยารีสอร์ท อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นของผู้ที่มาใช้บริการ ด้านความหน้าเชื่อถือความไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการและด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมชลจันทร์พัทยารีสอร์ท อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความหน้าเชื่อถือความไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมชลจันทร์พัทยารีสอร์ท พบว่าคุณภาพการบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจ โดยช่องว่างในการรับรู้และความคาดหวังมีค่าเป็นบวก ซึ่งคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจมีช่องว่างเป็นบวก ส่วนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้านนั้นคุณภาพการบริการ ไม่เป็นที่พึงพอใจมีช่องว่างเป็นลบ

วิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านขบวนการด้านให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในระดับพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ทฤษฎีด้านบริการ และทฤษฎีด้านความพึงพอใจ และแนวคิดของพาราสุรามาน (Parasuraman) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาประยุกต์ใช้พร้อมวัสดุประสงคของการศึกษามาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวใช้บริการของที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดจำนวน 12,000 คน (สถิติผู้มารับบริการในปี พ.ศ. 2553) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดจำนวน 387 คน ในการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (ม.ป.ป. อ้างถึงใน สุทธนู ศรีไสย์, 2551, หน้า 132 - 133) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน .05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้าน ทำเลที่ตั้ง ราคา คุณภาพของพนักงานบริการ การจัดการด้านห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย โดยผู้ศึกษา

ได้เลือกสร้างแบบสอบถามแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งผู้ศึกษาได้ให้นำหนักคะแนน ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมาก
3	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจค่อนข้างมาก
2	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยได้ค่าระดับความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.9714 แบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถและนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้วิธีการเก็บแบบบังเอิญ
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่พนักงานของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ในเขตอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างหรือลูกค้าของ โรงแรม พร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหรือลูกค้าของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท จนได้ครบ 387 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนแบบสอบถามที่ต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลค่าทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

1.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์

1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.4 ประมวลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ผู้วิจัยตั้งไว้

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

2.1 อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ คำนวณเป็นค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอผลในรูปตารางประกอบความเรียง

2.2 นำข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในทุก ๆ ด้านในการหาค่าความแตกต่างโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

2.3.1 สถิติ t - test ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรอิสระที่มีสองกลุ่มกับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

2.3.2 สถิติ one - way ANOVA ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรอิสระที่มีมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปกับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เกณฑ์ในการแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากผลที่ได้ค่าอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดค่าเฉลี่ยของระดับมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ของนักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.8 และกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลเป็น 5 ระดับ

ช่วงคะแนน	4.21 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.41 - 4.20	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ช่วงคะแนน	2.61 - 3.40	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.81 - 2.60	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ช่วงคะแนน	1.00 - 1.80	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 387 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลศึกษานำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลผลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวน

ลักษณะของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	45.48
หญิง	211	54.52
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	47	12.14
21 - 30 ปี	109	28.17
31 - 40 ปี	116	29.97
41 - 50 ปี	88	22.74
51 - 60 ปี	22	5.68
61 ปีขึ้นไป	5	1.29
สถานภาพ		
โสด	162	41.86
สมรส	130	33.59
หม้าย	34	8.79
หย่าร้าง	36	9.30
แยกกันอยู่	25	6.46
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	134	34.63
ปริญญาตรี	202	52.20
สูงกว่าปริญญาตรี	51	13.18
รวม	387	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	53	13.70
ธุรกิจส่วนตัว	123	31.78
ข้าราชการ/พนักงาน		
รัฐวิสาหกิจ	121	31.27
พนักงานบริษัทเอกชน	75	19.38
อื่น ๆ	15	3.88
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	98	25.32
10,001 - 15,000 บาท	160	41.34
15,001 - 20,000 บาท	71	18.35
20,001 - 25,000 บาท	29	7.49
25,001 บาทขึ้นไป	29	7.49
รวม	387	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

เพศของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว พบว่าเป็นเพศหญิง มีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.52 และเพศชาย มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.48

อายุของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.97 รองลงมาคืออายุ 21 - 30 ปี, 41 - 50 ปี, ต่ำกว่า 20 ปี, 51 - 60 ปี และ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 109 คน, 88 คน, 47 คน, 22 คน และ 5 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 28.17, 22.74, 12.14, 5.68 และ 1.29 ตามลำดับ

สถานภาพของท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมาสถานภาพสมรส, หย่าร้าง, หม้าย และแยกกันอยู่ มีจำนวน 130 คน, 36 คน, 34 คน และ 25 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 33.59, 9.30, 8.79 และ 6.46 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 134 คน และ 51 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 34.63 และ 13.18 ตามลำดับ อาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.78 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ มีจำนวน 121 คน, 75 คน, 53 คน, และ 15 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 31.27, 19.38, 13.70 และ 3.88 ตามลำดับ

รายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.34 รองลงมาคือไม่เกิน 10,000 บาท, 15,001 - 20,000 บาท, 20,001 - 25,000 บาทและ 25,001 ขึ้นไป มีจำนวน 98 คน, 71 คน, 29 คนและ 29 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 25.32, 18.35, 7.49 และ 7.49 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความพึงพอใจ					X	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. ความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก	- (0.00)	17 (4.39)	194 (50.13)	139 (35.92)	37 (9.56)	3.51	0.73	มาก	3
2. บรรยากาศรอบ ๆ ที่พัก	- (0.00)	6 (1.55)	181 (46.77)	149 (38.50)	51 (13.18)	3.63	0.73	มาก	2
3. สถานที่ตั้งชายหาด	- (0.00)	- (0.00)	84 (21.71)	189 (48.84)	114 (29.46)	4.08	0.71	มาก	1
รวมด้านทำเลที่ตั้ง						3.74	0.54	มาก	-

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.54$) และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

สถานที่ที่ตั้งติดชายหาด พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08, S.D. = 0.71$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

บรรยากาศรอบ ๆ ที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

สรุปผลการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า จะมีในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก ซึ่งสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมิได้ให้ความสำคัญทางด้านความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านสถานที่ที่ตั้งติดชายหาดเป็นอันดับแรกมากกว่าความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก สถานที่พักติดหาดเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่จะใช้บริการที่โรงแรมเมจิก รีสอร์ท และรองลงมาความสำคัญอันดับสอง คือ บรรยากาศโดยรอบที่พักก็มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สถานที่ที่ตั้งติดชายหาดทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการตัดสินใจเข้ารับบริการที่พักรวมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ทบนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
ในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					X	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. อัตราค่าที่พักในวันธรรมดา	- (0.00)	25 (6.46)	214 (55.30)	130 (33.59)	18 (4.65)	3.36	0.67	ค่อนข้างมาก	5
2. อัตราค่าที่พักในวันหยุดหลายวัน	1 (0.26)	23 (5.94)	188 (48.58)	145 (37.47)	30 (7.75)	3.47	0.73	มาก	1
3. การมีส่วนลดเมื่อพักหลายคืน	1 (0.26)	29 (7.49)	205 (52.97)	131 (33.85)	21 (5.43)	3.37	0.71	ค่อนข้างมาก	3
4. การมีส่วนลดของลูกค้าประจำ	- (0.00)	31 (8.01)	212 (54.78)	117 (30.23)	27 (6.98)	3.36	0.73	ค่อนข้างมาก	4
5. ราคาอาหารเครื่องดื่มที่พัก	- (0.00)	19 (4.91)	207 (53.49)	133 (34.37)	28 (7.24)	3.44	0.70	มาก	2
รวมด้านราคา						3.40	0.54	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านราคา พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิกรีสอร์ทบนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านราคาอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.40, S.D. = 0.54$) และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

อัตราค่าที่พักในวันหยุดหลายวัน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ราคาอาหารเครื่องดื่มในที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44, S.D. = 0.70$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

การมีส่วนลดเมื่อพักหลายคืน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.71$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

การมีส่วนลดของลูกค้ำประจำ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.36, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4

อัตราค่าที่พักในวันธรรมดา พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.36, S.D. = 0.67$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5

สรุปผลการศึกษา ด้านราคา พบว่า จะมีในเรื่องอัตราค่าที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้ำประจำ ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกรับบริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านราคาค่าที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้ำประจำมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านราคาในวันหยุดหลายวันมากกว่าเพราะคิดว่าการมีวันหยุดหลายวันอาจทำทางผู้ประกอบการตัดสินใจขึ้นราคาค่าบริการต่าง ๆ จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนราคาทางด้านลูกค้ำพักประจำ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยกว่า การมีส่วนลดเมื่อลูกค้ำพักหลายคืน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญในราคาค่าบริการในวันหยุดหลายวันของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท เป็นอันดับแรกก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านคุณภาพของพนักงานบริการ

ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. พนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็ว	1 (0.26)	30 (7.75)	217 (56.07)	118 (30.49)	21 (5.43)	3.33	0.71	ค่อนข้างมาก	7
2. พนักงานพูดสุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย	- (0.00)	41 (10.59)	185 (47.80)	134 (34.63)	27 (6.98)	3.38	0.77	ค่อนข้างมาก	4
3. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในด้านการบริการ	1 (0.26)	35 (9.04)	190 (49.10)	141 (36.43)	20 (5.17)	3.37	0.73	ค่อนข้างมาก	6
4. พนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	- (0.00)	30 (7.75)	200 (51.68)	131 (33.85)	26 (6.72)	3.40	0.73	ค่อนข้างมาก	3
5. พนักงานเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง	3 (0.78)	55 (14.21)	157 (40.57)	141 (36.43)	31 (8.01)	3.37	0.85	ค่อนข้างมาก	5
6. พนักงานบริการสุกค่าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	- (0.00)	21 (5.43)	196 (50.65)	145 (37.47)	25 (6.46)	3.45	0.70	มาก	2
7. บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	- (0.00)	27 (6.98)	188 (48.58)	144 (37.21)	28 (7.24)	3.45	0.73	มาก	1
8. พนักงานต้อนรับฟังและเค็มใจแก้ปัญหา	5 (1.29)	53 (13.70)	200 (51.68)	109 (28.17)	20 (5.17)	3.22	0.79	ค่อนข้างมาก	8
รวมด้านคุณภาพของพนักงานบริการ						3.37	0.47	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านคุณภาพของพนักงานบริการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.47$) และเมื่อจำแนกรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.70$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

พนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.40, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

พนักงานพูดจาสุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.38, S.D. = 0.77$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4

พนักงานเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.85$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5

พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในด้านการบริการ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.73$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 6

พนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็ว พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.71$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 7

พนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ

โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.22, S.D. = 0.79$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 8

สรุปผลการศึกษาด้านคุณภาพของพนักงานบริการ พบว่า จะมีในเรื่องของพนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็วที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักในโรงแรม โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการ พนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็ว แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านบุคลิกภาพการแต่งกายของพนักงานให้บริการเป็นอันดับแรกบุคลิกภาพการแต่งกายที่ดี เรียบร้อย สะอาดตา และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน นั้นจะเห็นว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในส่วนของกรให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และบุคลิกภาพของพนักงานก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเลือกใช้บริการของ โรงแรม เมจิก รีสอร์ท

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านการจัดการห้องพัก

ด้านการจัดการห้องพัก	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. ความสะอาดภายในห้องพัก	16 (4.13)	89 (23.00)	165 (42.64)	89 (23.00)	28 (7.24)	3.06	0.96	ค่อนข้างมาก	3
2. ความสะอาดภายในห้องน้ำ	15 (3.88)	90 (23.26)	150 (38.76)	113 (29.20)	19 (4.91)	3.08	0.93	ค่อนข้างมาก	2
3. ความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง	2 (0.52)	57 (14.73)	166 (42.89)	137 (35.40)	25 (6.46)	3.33	0.82	ค่อนข้างมาก	1
รวมด้านการจัดการห้องพัก						3.16	0.65	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านการจัดการห้องพัก พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านการจัดการห้องพักอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.16, S.D. = 0.65$) และเมื่อจำแนกรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

ความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.82$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ความสะอาดภายในห้องน้ำ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.08, S.D. = 0.93$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ความสะอาดภายในห้องพัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.06, S.D. = 0.96$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

สรุปผลการศึกษา ด้านการจัดการห้องพัก พบว่า จะมีในเรื่องของความสะอาดภายในห้องพัก จึงเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักรที่โรงแรม โดยจะได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อความสะอาดภายในห้องพักเป็นอันดับแรก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง และความสะอาดภายในห้องน้ำมากกว่า การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผ้าปูที่นอนนั้น ผ้าปูที่นอนจะต้องสะอาดอ่อนนุ่มนอนสบาย นั้นหมายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ทางด้านความสะอาดภายในห้องน้ำมีผลต่อความพึงพอใจอันดับรองลงมาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. โทรทัศน์	3 (0.78)	21 (5.43)	174 (44.96)	156 (40.31)	33 (8.53)	3.50	0.76	มาก	1
2. โทรศัพท์	7 (1.81)	43 (11.11)	178 (45.99)	121 (31.27)	38 (9.82)	3.36	0.87	ค่อนข้างมาก	5
3. ตู้เย็น	0 (0.00)	37 (9.56)	171 (44.19)	142 (36.69)	37 (9.56)	3.46	0.80	มาก	2
4. เครื่องปรับอากาศ	1 (0.26)	33 (8.53)	194 (50.13)	136 (35.14)	23 (5.94)	3.38	0.74	ค่อนข้างมาก	4
5. พัดลม	20 (5.17)	120 (31.01)	143 (36.95)	81 (20.93)	23 (5.94)	2.91	0.98	ค่อนข้างมาก	6
6. เครื่องทำน้ำอุ่น	2 (0.52)	31 (8.01)	196 (50.65)	121 (31.27)	37 (9.56)	3.41	0.79	มาก	3
รวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก						3.34	0.51	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.34, S.D. = 0.51$) และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

โทรทัศน์ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50, S.D. = 0.76$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ตู้เย็น พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46, S.D. = 0.80$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

เครื่องทำน้ำอุ่น พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41, S.D. = 0.79$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

เครื่องปรับอากาศ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.38, S.D. = 0.74$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4

โทรศัพท์ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.36, S.D. = 0.87$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5

พัดลม พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 2.91, S.D. = 0.98$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 6

สรุปผลการศึกษา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จะมีในเรื่องของพัดลม และ โทรศัพท์ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ และจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวไม่ได้สนใจในสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องของพัดลมมากนักแต่กลับให้ความสนใจในเรื่องของโทรทัศน์มาเป็นอันดับแรก เพราะนักท่องเที่ยวเห็นว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารสื่อทางโทรทัศน์สามารถทำให้รับรู้ข่าวสารจากภายนอกได้มากที่สุด ส่วนทางด้านของโทรศัพท์ พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจ

เป็นอันดับรองสุดท้ายนั้นหมายถึงว่าการมีโทรศัพท์ภายในโรงแรมที่ให้บริการนั้นมีความจำเป็นอันดับหลัง เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนมากมีโทรศัพท์มือถือกันแทบทุกคน จึงมองเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญน้อยกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ค่อนข้างมาก	มาก	มากที่สุด				
1. ความปลอดภัยในบริเวณที่พัก	11 (2.84)	49 (5.43)	188 (48.58)	117 (30.23)	22 (5.68)	3.23	0.85	ค่อนข้างมาก	2
2. ความปลอดภัยในห้องพัก	11 (2.84)	64 (16.54)	197 (50.90)	98 (25.32)	17 (4.39)	3.12	0.83	ค่อนข้างมาก	3
3. มาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	9 (2.33)	62 (16.02)	154 (39.79)	139 (35.92)	23 (5.94)	3.27	0.88	ค่อนข้างมาก	1
รวมด้านความปลอดภัย						3.21	0.72	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.72$) และเมื่อจำแนกรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

ระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.27, S.D. = 0.88$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ความปลอดภัยในบริเวณที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.23, S.D. = 0.85$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ความปลอดภัยในห้องพัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.12, S.D. = 0.83$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

สรุปผลการศึกษา ด้านความปลอดภัย พบว่า จะมีในเรื่องของความปลอดภัยในห้องพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในห้องพักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนความปลอดภัยในบริเวณที่พักนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับรองลงมา ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะมองภาพรวมทางด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าจึงเกิดความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในแต่ละด้านและภาพรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	อันดับ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.74	0.54	มาก	1
2. ด้านราคา	3.40	0.54	ค่อนข้างมาก	2
3. ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ	3.37	0.47	ค่อนข้างมาก	3
4. การจัดการด้านห้องพัก	3.16	0.65	ค่อนข้างมาก	6
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.34	0.51	ค่อนข้างมาก	4
6. ความปลอดภัย	3.21	0.72	ค่อนข้างมาก	5
ภาพรวม	3.37	0.38	ค่อนข้างมาก	-

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.38$) และเมื่อจำแนกรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.54$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ด้านราคา พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.40, S.D. = 0.54$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 0.47$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.34, S.D. = 0.51$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4

ด้านความปลอดภัย พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.21, S.D. = 0.72$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5

ด้านการจัดการด้านห้องพัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.16, S.D. = 0.65$) และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 6

สรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการที่พักรวมเมจิก รีสอร์ท ไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัย และการจัดการห้องพักมากนักที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ความปลอดภัยและการจัดการด้านห้องพักจึงถูกจัดความสำคัญเป็นลำดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่มุ่งเน้นถึงความสำคัญของ ความปลอดภัยและการจัดการห้องพักมากนัก แต่นักท่องเที่ยวกลับไปเน้นถึงด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมตั้งมากกว่า เพราะฉะนั้นสถานที่ตั้งที่อยู่ติดชายหาดหรือสถานที่ใดปลูก

สร้างติดยาเสพติด จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอันดับต้น ๆ เช่นเดียวกับโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่มีสถานที่ตั้งติดยาเสพติดจึงเป็นเหตุผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	<i>t</i>	Sig.
ชาย	176	3.36	0.39	0.020	0.886
หญิง	211	3.38	0.37		

$p < 05$

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ *t* - test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้บริหารงาน/ เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.020$, Sig. = 0.886) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีทั้งเพศชาย และเพศหญิง ได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมเมจิก รีสอร์ท นักท่องเที่ยวทั้งเพศชาย และหญิงได้ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่อยู่ติดยาเสพติด จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ระหว่างกลุ่ม	5	1.68	0.34	2.38	0.04*
ภายในกลุ่ม	381	53.73	0.14		
รวม	386	55.41			

* $p < .05$

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน ($F = 2.38, Sig. = 0.04$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
คุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด
ตราด จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	61 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.11	-	*				
21 - 30 ปี	3.45		-	*			
31 - 40 ปี	3.29			-	*		
41 - 50 ปี	3.39				-		
51 - 60 ปี	3.39					-	
61 ปีขึ้นไป	3.41						-

จากตารางที่ 11 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference Test) ของอายุ กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่าแตกต่างกันดังนี้

คู่ที่ 1 ต่ำกว่า 20 ปี กับ 21 - 30 ปี

คู่ที่ 2 21 - 30 ปี กับ 31 - 40 ปี

คู่ที่ 3 31 - 40 ปี กับ 41 - 50 ปี

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 41 - 50 ปี จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน เพราะนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะได้รับการให้บริการโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จึงแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี เพราะนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนมากเป็นวัยที่กำลังเรียนและยังไม่มียางานทำจึงยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง จึงเลือกใช้บริการในการท่องเที่ยวที่แตกต่าง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 - 30 ปีที่ส่วนใหญ่มีงานทำและมีรายได้เป็นของตนเองจึงมีความสามารถเลือกใช้บริการได้มากกว่า ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี มีความสามารถที่เลือกใช้บริการที่เท่าเทียมกัน เพราะคู่เปรียบเทียบทั้งสองนี้เป็นวัยทำงานทั้งคู่และมีรายได้เป็นของตนเอง จะขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาที่จะเลือกใช้บริการเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

สมมุติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ระหว่างกลุ่ม	4	1.72	0.43	3.05	0.02*
ภายในกลุ่ม	382	53.69	0.14		
รวม	386	55.41			

* $p < .05$

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน ($F = 3.05, Sig. = 0.02$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามสถานภาพ

อายุ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	3.35	-				
สมรส	3.43		-		*	
หม้าย	3.44			-	*	
หย่าร้าง	3.21				-	
แยกกันอยู่	3.30					-

จากตารางที่ 13 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference Test) ของสถานภาพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่าแตกต่างกันดังนี้

คู่ที่ 1 สมรส กับ หย่าร้าง

คู่ที่ 2 หย่าร้าง กับ หม้าย

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีสถานภาพหย่าร้าง จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีสถานภาพ หมายจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว พ่อ แม่ ลูก จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ หย่าร้างซึ่งจะมาเป็นหมู่คณะ และสามารถเลือกใช้บริการที่ได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเป็นคู่สมรส จะมีการเลือกใช้บริการในขอบเขตที่จำกัด ส่วนหย่าร้างกับหม้ายมีความแตกต่างกันที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นที่ต่างกันในการเลือกใช้บริการ

สมมุติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	0.65	0.33	2.29	0.10
ภายในกลุ่ม	384	54.75	0.14		
รวม	386	55.41			

$P < .05$

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ผู้บริหารงาน/เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน ($F = 2.29, Sig. = 0.10$) จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในของนักท่องเที่ยว มองว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ผู้บริหารงาน/ เจ้าของโรงแรมเน้นเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด คือจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการ อีกในครั้งต่อไป บางครั้งยังมีการแนะนำให้เพื่อน ๆ มาใช้บริการด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะนำมาซึ่งรายได้ ชื่อเสียงของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

สมมุติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ระหว่างกลุ่ม	4	0.50	0.13	0.88	0.48
ภายในกลุ่ม	382	54.90	0.14		
รวม	386	55.41			

$p < .05$

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ คุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน ($F = 0.88$, $Sig. = 0.48$) จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยว มองว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ผู้บริหารงาน/ เจ้าของโรงแรมจะเน้นเรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป บางครั้งยังมีการแนะนำให้เพื่อน ๆ มาใช้บริการด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะนำมาซึ่งรายได้ ชื่อเสียงของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ระหว่างกลุ่ม	4	3.44	0.86	6.33	0.00*
ภายในกลุ่ม	382	51.96	0.14		
รวม	386	55.41			

* $p < .05$

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับ บริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน ($F = 6.33, Sig. = 0.00$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ
คุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด
ตราด จำแนกตามรายได้

อายุ	\bar{X}	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.43	-	*	*	*	
10,001 - 15,000 บาท	3.33		-		*	
15,001 - 20,000 บาท	3.29			-	*	
20,001 - 25,000 บาท	3.64				-	*
25,001 ขึ้นไป	3.30					-

จากตารางที่ 17 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference Test) ของรายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่าแตกต่างกันดังนี้

- คู่ที่ 1 ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 10,001 - 15,000 บาท
- คู่ที่ 2 ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 15,001 - 20,000 บาท
- คู่ที่ 3 ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 20,001 - 25,000 บาท
- คู่ที่ 4 10,001 - 15,000 บาท กับ 20,001 - 25,000 บาท
- คู่ที่ 5 15,001 - 20,000 บาท กับ 20,001 - 25,000 บาท
- คู่ที่ 6 20,001 - 25,000 บาท กับ 25,001 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท, 15,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 25,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันเพราะว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากก็สามารถเลือกสถานที่พักในโรงแรมตามรูปแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้ตั้งใจต้องการ แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย นักท่องเที่ยวก็จะต้องเลือกสถานที่พักที่มีราคาถูกไว้ก่อน เพื่อที่จะเก็บเงินไว้ใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเดินทาง อาหารการกิน รวมไปถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ แต่ในเรื่องของการให้บริการของสถานที่พักนั้นก็จะมีมาตรฐาน โดยถือว่านักท่องเที่ยวทุกคนที่เข้ามาใช้บริการเท่าเทียมกัน โดยใช้ความเสมอภาคไม่ว่านักท่องเที่ยวคนนั้นจะมีรายได้ในระดับใดก็ตาม จากสิ่งที่กล่าวมาจะเห็นได้จากการเลือกรับบริการของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 18 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด มีวัตถุประสงค์การศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของโรงแรมที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 387 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้สถิติค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ใช้สถิติ t - test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว, สถิติ One - way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว และใช้ LSD เพื่อทดสอบว่าตัวแปรคู่ใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปผลการศึกษานำเสนอตามลำดับดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี และ 61 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และแยกกันอยู่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เป็นส่วนน้อยที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาพักที่โรงแรมเมจิก รีสอร์ท มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ และอื่น ๆ เป็นส่วนที่น้อยที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท และ 25,001 ขึ้นไปเป็นส่วนน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด อยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับที่ 1

ด้านราคา อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เป็นอันดับที่ 2

ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เป็นอันดับที่ 3

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับ เป็นอันดับที่ 4

ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เป็นอันดับที่ 5

ด้านการจัดการด้านห้องพัก อยู่ในระดับ เป็นอันดับที่ 6

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการที่พักรวมโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัย และการจัดการห้องพักมากนักที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ความปลอดภัยและการจัดการด้านห้องพักจึงถูกจัดความสำคัญเป็นลำดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่มุ่งเน้นถึงความสำคัญของ ความปลอดภัยและด้านการจัดการห้องพักมากนัก แต่นักท่องเที่ยวกลับไปเน้นถึง ด้านทำเลที่ตั้งมากกว่า เพราะฉะนั้นสถานที่ตั้งที่อยู่ติดชายหาดหรือสถานที่ไปปลูกสร้างติดชายหาด จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอันดับ

ต้นๆ เช่นเดียวกับโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ที่มีสถานที่ตั้งติดชายหาดจึงเป็นเหตุผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ด้านทำเลที่ตั้ง

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

สถานที่ตั้งติดชายหาด พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

บรรยากาศรอบ ๆ ที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง จะมีในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก ซึ่งสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้ายๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมิได้ให้ความสำคัญทางด้านความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านสถานที่ตั้งติดชายหาดเป็นอันดับแรกมากกว่าความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พักสถานที่พักติดหาดเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่จะใช้บริการที่ โรงแรมเมจิก รีสอร์ทและรองลงมา ความสำคัญอันดับสอง คือ บรรยากาศโดยรอบที่พักที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ สถานที่ตั้งติดชายหาดทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการตัดสินใจเข้ารับบริการที่ ที่พัก โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ด้านราคา

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านราคา พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านราคาอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

อัตราค่าที่พักในวันหยุดหลายวัน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ราคาอาหารเครื่องดื่มในที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ด้านราคา จะมีในเรื่องอัตราค่าที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้าประจำ ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกรับบริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านราคาที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้ายิ่งมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านราคาในวันหยุดหลายวันมากกว่าเพราะคิดว่าการมีวันหยุดหลายวันอาจทำทางผู้ประกอบการตัดสินใจขึ้นราคาค่าบริการต่าง ๆ จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอันดับแรก ส่วนราคาทางด้านลูกค้าพักประจำ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยกว่า การมีส่วนลดเมื่อลูกค้าพักหลายคืน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญในราคาค่าบริการในวันหยุดหลายวันของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท เป็นอันดับแรกก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านคุณภาพของพนักงานบริการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

พนักงานบุคลิกภาพและการแต่งกาย พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

พนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ จะมีในเรื่องของพนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการ ได้รวดเร็วที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักในโรงแรม โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการ พนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการ ได้รวดเร็ว แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายของพนักงาน

ให้บริการเป็นอันดับแรกบุคลิกภาพการแต่งกายที่ดูดี เรียบร้อย สะอาดตา และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน นั้นจะเห็นว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในส่วนของบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และบุคลิกภาพของพนักงานก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเลือกใช้บริการของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท

ด้านการจัดการห้องพัก

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านการจัดการห้องพัก พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านการจัดการห้องพักอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อจำแนกรายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

ความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ความสะอาดภายในห้องน้ำ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า ด้านการจัดการห้องพัก จะมีในเรื่องของความสะอาดภายในห้องพัก จึงเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักรที่โรงแรม โดยจะได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อความสะอาดภายในห้องพักเป็นอันดับแรก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง และความสะอาดภายในห้องน้ำมากกว่า การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผ้าปูที่นอนนั้น ผ้าปูที่นอนจะต้องสะอาดอ่อนนุ่มนอนสบายนั้นหมายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ทางด้านความสะอาดภายในห้องน้ำมีผลต่อความพึงพอใจอันดับรองลงมาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท หาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลอง

พร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

โทรทัศน์ พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

คู่เย็น พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะมีในเรื่องของพัสดุ และโทรศัพท์ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ และจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวไม่ได้สนใจในสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องของพัสดุมากนักแต่กลับให้ความสนใจในเรื่องของโทรศัพท์มาเป็นอันดับแรก เพราะนักท่องเที่ยวเห็นว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์สามารถทำให้รับรู้ข่าวสารจากภายนอกได้มากที่สุด ส่วนทางด้านของโทรศัพท์ พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเป็นอันดับรองสุดท้ายนั้นหมายถึงการมีโทรศัพท์ภายในโรงแรมที่ให้บริการนั้นมีความจำเป็นอันดับหลัง เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนมากมีโทรศัพท์ มือถือกันแทบทุกคน จึงมองเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ไม่จำเป็นน้อยกว่าเรื่องอื่น

ด้านความปลอดภัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อจำแนกรายชื่อมีรายละเอียดดังนี้

ระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ความปลอดภัยในบริเวณที่พัก พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า ด้านความปลอดภัย จะมีในเรื่องของความปลอดภัยในห้องพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในห้องพักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนความปลอดภัยในบริเวณที่พักนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับรองลงมา ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะมองภาพรวมทางด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าจึงเกิดความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกสถานภาพส่วนบุคคล

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการใน โรงแรม นั้น จะต้องมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ โรงแรม ซึ่งภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรสุดา เคชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมบังกะ โลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้ของ โรงแรมบังกะ โลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก และขัดแย้งกับงานวิจัยของ ปัญญา ดันเงิน (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการบริการของ สำนักงานที่ดิน จังหวัดชลบุรี สาขาสัตหีบ ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดชลบุรี สาขาสัตหีบ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษามูลเหตุของใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมจุฑาศิลาใหญ่ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 245 คน โดยศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมูลเหตุโดยรายด้านอยู่ในระดับมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก ซึ่งสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการใน โรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมิได้ให้ความสำคัญทางด้านความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านสถานที่ตั้งชายหาดเป็นอันดับแรกมากกว่าความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก สถานที่พักคิดหาเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่จะใช้บริการที่ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท และรองลงมาความสำคัญอันดับสอง คือ บรรยากาศโดยรอบที่พักก็มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สถานที่ตั้งคิด

ชายหาดทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการตัดสินใจเข้ารับบริการที่พักโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

1.2 ด้านราคา ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิกรีสอร์ทบนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านราคาอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งขัดแย้งงานวิจัยของกรณีย์ สุทธารมณ (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม รอยัล ไคมอน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าด้านราคา ความเหมาะสมของราคาห้องพัก กับคุณภาพบริการและความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มกับคุณภาพบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องอัตราค่าที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้าประจำ ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกรับบริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านราคาที่พักในวันธรรมดา และการมีส่วนลดของลูกค้าประจำมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านราคาในวันหยุดหลายวันมากกว่าเพราะคิดว่าการมีวันหยุดหลายวัน อาจทำทางผู้ประกอบการตัดสินใจขึ้นราคาค่าบริการต่าง ๆ จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนราคาทางด้านลูกค้าพักประจำ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยกว่า การมีส่วนลดเมื่อลูกค้าพักหลายคืน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญในราคาค่าบริการในวันหยุดหลายวันของ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท เป็นอันดับแรกก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ

1.3 ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านคุณภาพของพนักงานบริการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะจะทำให้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้นแค่ไหน และในวันข้างหน้าก็จะกลับมาใช้บริการ ณ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท อีกพร้อมทั้งมีการบอกต่อ ก็จะทำให้โรงแรมมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องของพนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็วที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักในโรงแรม โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการพนักงานรับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา และพนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็ว แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านบุคลิกภาพการแต่งกายของพนักงานให้บริการเป็นอันดับแรกบุคลิกภาพการแต่งกายที่ดูดี เรียบร้อย สะอาดตา และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน นั้นจะเห็นว่า

นักท่องเที่ยวพึงพอใจในส่วนของกาให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และบุคลิกภาพของพนักงานก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเลือกใช้บริการของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

1.4 ด้านการจัดการห้องพัก ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านการจัดการห้องพักอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การจัดการห้องพักเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพราะในเรื่องของความสะอาดภายในห้องพักเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้บริการเป็นอันดับต้น ๆ ของการเลือกใช้บริการในโรงแรมต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องของความสะอาดภายในห้องพัก จึงเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักรที่โรงแรม โดยจะได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ จึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อความสะอาดภายในห้องพักเป็นอันดับแรก แต่กลับให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดของผ้าปูที่นอนและเครื่องใช้ภายในห้อง และความสะอาดภายในห้องน้ำมากกว่า การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผ้าปูที่นอนนั้น ผ้าปูที่นอนจะต้องสะอาดอ่อนนุ่มนอนสบาย นั้นหมายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ทางด้านความสะอาดภายในห้องน้ำมีผลต่อความพึงพอใจอันดับรองลงมาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

1.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของสุปราณี ศิล โกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษามูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิศเขาใหญ่ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 245 คน โดยศึกษา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมในโรงแรม ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมูลเหตุโดยรวมรายด้านอยู่ในระดับมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องของพัสดุ และโทรศัพท์ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ และจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวไม่ได้สนใจในสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องของพัสดุมากนักแต่กลับให้ความสนใจในเรื่องของโทรศัพท์มาเป็นอันดับแรก เพราะนักท่องเที่ยวเห็นว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารสื่อทางโทรศัพท์สามารถทำให้รับรู้ข่าวสารจากภายนอกได้มากที่สุด ส่วนทางด้านของโทรศัพท์ พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเป็นอันดับรองสุดท้ายนั้นหมายถึงว่าการมีโทรศัพท์ภายในโรงแรมที่ให้บริการนั้นมีความจำเป็นอันดับหลัง

เพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนมากมีโทรศัพท์มือถือกันแทบทุกคน จึงมองเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ทำเป็นน้อยกว่าเรื่องอื่น

1.6 ด้านความปลอดภัย ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของสุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษามูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิสเขาใหญ่ รีสอร์ทแอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 245 คน โดยศึกษา ด้านการรักษาความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมูลเหตุโดยรวมรายด้านอยู่ในระดับมาก

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า จะมีในเรื่องของความปลอดภัยในห้องพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่โรงแรม โดยจะให้ความสำคัญเป็นอันดับท้าย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในห้องพักมากนัก แต่กลับให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนความปลอดภัยในบริเวณที่พักนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับรองลงมา ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะมองภาพรวมทางด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าจึงเกิดความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการที่พักโรงแรม เมจิก รีสอร์ท

2. เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

2.1 เพศ นักท่องเที่ยวมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้บริหารงาน/ เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีทั้งเพศชาย และเพศหญิงได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจของการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท นักท่องเที่ยวทั้งเพศชาย และหญิง ได้ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง
ของโรงแรมเมจิก รีสอร์ทที่อยู่ติดชายหาด จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2.2 อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญ
เรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว
เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ
วิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
โรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึง
พอใจของผู้มาใช้บริการผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการ
ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านขบวนการด้านให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในระดับพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ
ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึง
พอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรสุดา เคชะปัญญา (2548)
ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมบังกะ โลฌายสุข จังหวัด
สระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการของโรงแรมบังกะ โลฌายสุข
จังหวัดสระแก้ว และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โล
ฌายสุข จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรม
บังกะ โลฌายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึง
พอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลฌายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการ
รับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด
แตกต่างกัน เพราะว่านักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะได้รับการ
ให้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด จึงแตกต่างไปจาก
นักท่องเที่ยวที่มารับบริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี เพราะนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนมากเป็นวัย
ที่กำลังเรียนและยังไม่มียานพาหนะจึงไม่มีรายได้เป็นของตนเอง จึงเลือกใช้บริการในการท่องเที่ยวที่
แตกต่าง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 - 30 ปีที่ส่วนใหญ่มีงานทำและมีรายได้เป็นของตนเองจึงมี
ความสามารถเลือกใช้บริการได้มากกว่า ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปีและอายุ 41 - 50 ปี
มีความสามารถที่เลือกใช้บริการที่เท่าเทียมกัน เพราะคู่เปรียบเทียบทั้งสองนี้เป็นวัยทำงานทั้งคู่และ
มีรายได้เป็นของตนเอง จะขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาที่จะเลือกใช้บริการเมจิก รีสอร์ท
หาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด ตราด

2.3 สถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนัตราสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมบังกะ โลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้ของ โรงแรมบังกะ โลนายสุข จังหวัดสระแก้ว และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลนายสุข จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ โรงแรมบังกะ โลนายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว พ่อ แม่ ลูก จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสภาพ หย่าร้างซึ่งจะมาเป็นหมู่คณะ และสามารถเลือกใช้บริการที่ได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเป็นคู่สมรส จะมีการเลือกใช้บริการในขอบเขตที่จำกัด ส่วนอยู่ร้างกับหม้ายมีความแตกต่างกันที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นที่ต่างกันในการเลือกใช้บริการ

2.4 ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ผู้บริหารงาน/ เจ้าของ โรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของวิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านขบวนการดำเนินการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในระดับพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัด

ตราด ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว มองว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ผู้บริหารงาน/เจ้าของโรงแรมเน้นเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด คือจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป บางครั้งยังมีการแนะนำให้เพื่อน ๆ มาใช้บริการด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะนำมาซึ่งรายได้ ชื่อเสียงของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

2.5 อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ผู้บริหารงาน/เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านขบวนการด้านให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในระดับพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน เพราะในเรื่องของความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว มองว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ผู้บริหารงาน/เจ้าของโรงแรมจะเน้นเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป บางครั้งยังมีการแนะนำให้เพื่อน ๆ มาใช้บริการด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะนำมาซึ่งรายได้ ชื่อเสียงของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

2.6 รายได้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน ผู้บริหารงาน/เจ้าของโรงแรมได้ให้ความสำคัญเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยว โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกรณี สุทธธรรมณ์ (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัล ไดมอนด์ จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพื่อพิจารณารายด้าน โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่อ

เดือนต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากก็สามารถเลือกสถานที่พักในโรงแรมตามรูปแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการได้ดังใจต้องการ แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย นักท่องเที่ยวก็จะต้องเลือกสถานที่พักที่มีราคาถูกไว้ก่อน เพื่อที่จะเก็บเงินไว้ใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเดินทาง อาหารการกิน รวมไปถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ แต่ในเรื่องของการให้บริการของสถานที่พักนั้นก็จะมีมาตรฐานโดยถือว่านักท่องเที่ยวทุกคนที่เข้ามาใช้บริการเท่าเทียมกัน โดยใช้เวลาเสมอภาคไม่ว่านักท่องเที่ยวคนนั้นจะมีรายได้ในระดับใดก็ตาม จากสิ่งที่กล่าวมาจะเห็นได้จากการเลือกรับบริการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่ใช้บริการโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ดังปรากฏผลการศึกษานำเสนอและสรุปไว้แล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นบางอย่างที่สำคัญ จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ผู้ศึกษาวิจัยจึงขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อให้เป็นแนวทางในการแก้ไขคุณภาพการให้บริการในระยะยาวดังนี้

1. ควรจัดทำด้านราคาที่พักและราค่าบริการต่าง ๆ ในการมีส่วนลดให้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นวันธรรมดาหรือวันหยุดหลายวัน รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นประจำ
2. ควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในงานด้านการบริการแก่พนักงานที่คอยให้บริการให้เกิดความรู้ความเข้าใจในงานด้านการบริการ
3. ควรจัดทำระเบียบเป็นเชิงนโยบายให้แก่พนักงานปลูกฝังจิตสำนึกในการทำงานของพนักงานทางด้านบริการ ความสะอาด บุคลิกภาพ และการรับผิดชอบต่อน้ำที่ตนเองรับผิดชอบ
4. จัดทำแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในธุรกิจบริการของโรงแรมเมจิก รีสอร์ท ให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาใช้บริการ รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลในการให้บริการเพื่อเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากผลการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบการบริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อคุณภาพการให้บริการที่ทำให้ได้ทราบว่า หัวข้อไหนของด้านใดที่ยังเป็นสิ่งที่ควรปรับปรุง โดยทำให้นักศึกษาวิจัยนำมาใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้ง

1.1 จัดทำป้ายชื่อ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท ให้เห็นเด่นชัด สะดุดตาสะดวกแก่การเดินทางเข้าที่พัก

1.2 บรรยากาศโดยรอบควรตกแต่งด้วยวัสดุจากธรรมชาติให้มากโดยเฉพาะการตกแต่งด้วยต้นไม้ นานาพันธุ์ ไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น

2. ด้านราคา

2.1 ลดราคาพิเศษในการให้บริการในวันธรรมดาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท

2.2 ทำบัตรสมาชิกลดราคา ค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นประจำ

3. ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ

3.1 เพิ่มการบริการให้รวดเร็วฉับไวถูกต้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ

3.2 รับฟังเข้าใจในความต้องการที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะรู้และขอรับบริการ

3.3 พนักงานให้บริการต้องพัฒนาตนเองให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3.4 บริการอย่างเต็มใจยิ้มแย้มแจ่มใส บริการประทับใจ และเกิดความพึงพอใจ

4. ด้านการจัดการห้องพัก

4.1 ต้องตรวจเช็ครักษาความสะอาดทุกวัน ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นอะไรภายในห้องพัก ไม่ว่าห้องนั้นจะถูกใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

5.1 เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักบางอย่างที่ยังไม่มี เช่น เมนูอาหารในห้องพัก แผ่นพับ ใบปลิว เอกสารเผยแพร่แนะนำเที่ยวสถานที่ต่างๆภายในห้องพัก

5.2 ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ชำรุดให้ง่ายต่อการใช้งาน

6. ด้านความปลอดภัย

6.1 เพิ่มพนักงานรักษาความปลอดภัย ภายในบริเวณที่พัก

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

หากผู้สนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านของความพึงพอใจ เลือกใช้บริการหรือด้านอื่น ๆ ผู้ศึกษาวิจัยอยากเสนอแนะเชิงวิชาการดังนี้

1. เนื่องจากงานวิจัยเล่มนี้ ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด และยังเป็นการศึกษาแนวทางปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการในครั้งต่อ ๆ ไป หาดคลองพร้าว เกาะช้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาใช้บริการที่พัก โรงแรมหรือรีสอร์ทเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เพื่อปรับกลยุทธ์ ในการให้บริการ และนำผลไปปฏิบัติเป็นแนวทาง ให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่อไป

บรรณานุกรม

- กฤษฎี กาญจนกิตติ. (2541). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภรณ์ย์ สุทธารมณ. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัล ไดมอนด์ จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาธุรกิจศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). การท่องเที่ยวจังหวัดตราด. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก www.tat.or.t
- กิติมา ปรีดิติก. (2534). ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กิ่งแก้ว แป้นถึง. (2538). ขวัญและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานคุมประพฤติ: ศึกษาเฉพาะ กรณีสำนักงานคุมประพฤติในส่วนกลาง กระทรวงยุติธรรม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารงานบุคคล, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- กุลชน ธนาพงศธร. (2528). การบริหารงานบุคคล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- จงรัก มงคลธรรม. (2548). การให้บริการตามหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของโรงพยาบาล พระปกเกล้า ตามทัศนะของผู้รับบริการ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิราพร วีระหงส์. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการ ของกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตคลองเต้. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, สถาบันพัฒนบริหาร ศาสตร์.
- ฉัตรสุดา เดชะปัญญา. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโล กล้วยสุช จังหวัดสระแก้ว. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ชรีณี เดชจินดา. (2530). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม
แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2549). ทำอย่างไรให้ลูกค้าเป็นขาประจำ. กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- ชาญณรงค์ วิริยะลักณะ. (2546). การให้บริการของพนักงานเทศบาลตำบลท่าช้าง จังหวัดจันทบุรี
ในทัศนะของประชาชนผู้ใช้บริการ. ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธานินทร์ สุวงศ์วาร. (2541). เอกสารประกอบการอบรมการให้บริการ สำหรับโรงพยาบาล
รามาริบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพยาบาลรามาริบัติ.
- ปัญญา ดันเงิน. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการบริการของสำนักงานที่ดิน
จังหวัดชลบุรี สาขาสัตหีบ. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประดับ นวลละออง. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียน
อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปิติชัย รังสิยานนท์. (2541). การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขตบึงกุ่ม.
ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2524). สมรรถภาพของตำรวจในการควบคุมอาชญากรรม. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรพรรณ เกิดในมงคล. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทย
พาณิชย์ จำกัด (มหาชน): ศึกษากรณีฝ่ายการต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ. (2548). การจัดการทางการแพทย์เพื่อความปลอดภัย.
กรุงเทพฯ: สุขุมวิทการพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). จิตวิทยาบริการ. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- รสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์. (2544). ปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมใน จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่จัดการประชุม. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหา บัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชดา ตันติสารศาสน์. (2548). ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ณ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัชนีพร ก้อนคำ. (2547). คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ รุ่งเดช นุษย์บงษ์. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการของหินลาด รีゾート. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและ ภาคเอกชน. วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โรงแรมเมจิก รีสอร์ท. (2554). ตั้งอยู่เลขที่ 34 หมู่ 4 หาดคลองพร้าว ตำบลเกาะช้าง อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. ตราด: โรงแรมเมจิก รีสอร์ท.
- วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์. (2549). คุณภาพบริการความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ผู้พักที่โรงแรมชลจันทร์พัทยา รีสอร์ท. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป. วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วารกรณ์ จิรพิพัฒน์. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการสินค้า ของธนาคารอาคาร สงเคราะห์สาขาจังหวัดกาฬสินธุ์. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ การพัฒนาสังคม, สถาบันคิดพัฒนาบริหารศาสตร์.
- วิมลสิทธิ หรยางกูร. (2526). พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อ การออกแบบและวางแผน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุพห์ สัตย์สั่นหส์สกุล. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานี ดำรวจภูธรภายหลังปรับโครงสร้างองค์กรใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดละโว้. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, สถาบันพัฒนาบริหาร ศาสตร์.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น)

ศุภวรรณ นินศิริเศรษฐ. (2553). คุณภาพการบริการของเทศบาลเมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว.

ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน,
วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมิต สัจฉกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: วิทยุชุมชน.

สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: เดช - เอนการพิมพ์.

สันทัด ไบลี. (2537). ความพึงพอใจในการปลูกยางพาราของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเร่งรัดการ
ปลูกยางพารา เพื่อกระจายรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดเลย ระหว่าง
พ.ศ. 2532 - 2535. วิทยานิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนา
สังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุทธิ ปันมา. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย

สาขาภาพสินค้า. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศิลปศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.

สุมิสา ถาวรวิริยะนันท์. (2548). การเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี.

ภาคินพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการบริการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุธี พนาวรร. (2533). เศรษฐศาสตร์เบาสมอง. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.

สุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์. (2547). มุมเหตุของใจและความพึงพอใจในการ ใช้บริการ โรงแรมจุฬาลงกรณ

ใหญ่ รีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยวไทย. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุทธนู ศรีไสย์. (2551). แบบวัดและประเมินผลผู้วิจัย. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุนมา อยู่โพธิ์. (2544). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หลุยส์ จำปาเทศ. (2533). จิตวิทยาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อคุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

อรรถชล ทรัพย์ทวี. (2537). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการให้บริการประชาชนของเจ้าหน้าที่

ผู้ปฏิบัติงานทะเบียนราษฎร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*.

(10th ed). New Jersey: John Wiley & Sons.

Kotler. (2003). *Marketing Management*. (10th ed). New Jersey: Prentice v Hall Inc.

Morse C. (1953). *Satisfaction in the white Collar Job Ann Arbor*. Michigan:

University of Michigan Press.

Smith.H.C. (1955). *Sychology of industrial*. New York: Mc. Graw - Hill.

Yoder, D & Smith. (1958). *Handbook of Personal Management and Labour Realation*. New

York: Mc. Graw - Hill.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา

Burapha University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

บนาหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท บนาหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด ทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยบูรพา ศูนย์จันทบุรี

ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามชุดนี้ จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการทำแบบสอบถามชุดนี้ ให้ครบทุกข้อและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาในการทำแบบสอบถามชุดนี้มา ณ ที่นี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

สำหรับผู้วิจัย

1. เพศ
- 01) ชาย 02) หญิง
2. อายุ
- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 02) 20 – 30 ปี
- 3) 31 – 40 ปี 04) 41 – 50 ปี
- 5) 51 – 60 ปี 06) 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
- 01) โสด 02) สมรส 03) หม้าย
- 04) หย่าร้าง 05) แยกกันอยู่
4. วุฒิการศึกษา
- 01) ต่ำกว่าปริญญาตรี 02) ปริญญาตรี 03) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
- 01) นักเรียน / นักศึกษา 02) ธุรกิจส่วนตัว
- 03) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 04) พนักงานบริษัทเอกชน
- 05) อื่นๆ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 01) ไม่เกิน 10,000. บาท 02) 10,000 - 15,000 บาท
- 03) 15,001 - 20,000.บาท 04) 20,000 - 25,000 บาท
- 05) 25,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการในโรงแรมเมจิก รีสอร์ท

บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่เห็นด้วยมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิกรีสอร์ท บนหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด	ระดับการมีผลต่อความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้าง มาก	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้งที่พัก					
1. ความสะดวกในการเดินทางเข้าที่พัก					
2. บรรยากาศรอบ ๆ ที่พัก (Location)					
3. สถานที่ตั้งคิชายหาด					
ด้านราคา					
1. อัตราค่าที่พักในวันธรรมดา					
2. อัตราค่าที่พักในวันหยุดหลายวัน					
3. การมีส่วนลดเมื่อพักหลายคืน					
4. การมีส่วนลดของลูกค้าประจำ					
ด้านคุณภาพของพนักงานบริการ					
1. สามารถให้บริการได้รวดเร็ว					
2. พนักงานพูดจาสุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย					
3. มีความรู้ความเข้าใจในด้านการบริการ					
4. สุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
5. เข้าใจให้บริการที่ถูกต้อง					
6. บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน					
7. บุคลิกภาพและการแต่งกาย					
8. รับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา					

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการใน โรงแรมเมจิรีสอร์ท บনหาดคลองพร้าว เกาะช้าง จังหวัดตราด	ระดับการมีผลต่อความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้าง มาก	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านการจัดการห้องพัก					
1. ความสะอาดภายในห้องพัก					
2. ความสะอาดภายในห้องน้ำ					
3. ความสะอาดของผ้าปูที่นอน					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. โทรทัศน์					
3. โทรศัพท์					
4. ตู้เย็น					
6. เครื่องปรับอากาศ					
7. พัดลม					
8. เครื่องทำน้ำอุ่น					
ด้านความปลอดภัย					
1. ความปลอดภัยในบริเวณที่พัก					
2. ความปลอดภัยในห้องพัก					
3. ระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน					

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ข้อมูล

328147

ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

ชื่อ - สกุล	นาย วิชิต สุกระสูยานนท์
วัน เดือน ปี เกิด	4 พฤษภาคม 2511
สถานที่เกิด	ตำบลเกาะช้าง อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	34/ 15 หมู่ 4 ตำบลเกาะช้าง อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2538 - 2546	ประธานชมรมท่องเที่ยวอำเภอแหลมงอบ ผู้บริหาร โรงแรมบลูรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เกาะช้าง ผู้บริหาร กัดตาการหัวปลาหม้อไฟ เกาะช้าง ผู้บริหาร โรงแรมเมจิก รีสอร์ท เกาะช้าง
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ. 2552	ปริญญาตรี (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
พ.ศ. 2555	ปริญญาตรี (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี