

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมहरषा เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

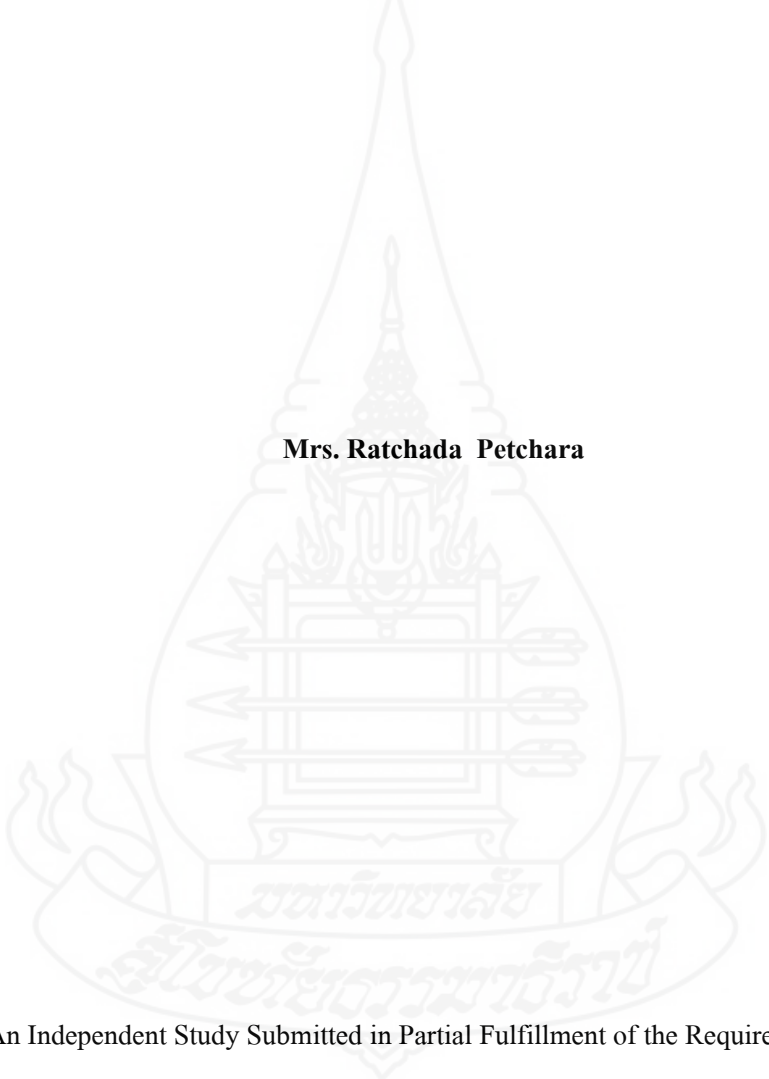


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

**The Expectations and Perceptions on Service Quality among Thai Tourists
towards the Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province**

Mrs. Ratchada Petchara



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science
SukhothaiThammathirat Open University

2013

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ชื่อและนามสกุล นางรัชดา เพ็ชรชระ
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2556

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จรรยาภรณ์ สุทธิम्मสภา)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้ศึกษา นางรัชดา เพ็ชรชระ รหัสนักศึกษา 2503004315 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง **ปีการศึกษา** 2556

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (2) ศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ (3) วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการในโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน จำนวนรวม 36,288 คน ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2555 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จำนวน 353 คน คำนวณโดยใช้สูตรทาร์โร ยามาเน่ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการให้บริการที่ให้ความมั่นใจ (2) ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านรูปแบบการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการที่ให้ความมั่นใจ และ (3) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ความคาดหวังและการรับรู้ คุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทย โรงแรมहरรรษา เจบี
จังหวัดสงขลา

Independent Study title: The Expectations and Perceptions on Service Quality among Thai Tourists towards the Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province

Author: Mrs. Ratchada Petchara; **ID:** 2503004315; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Dr. Suree Kemthong, Assistant Professor, **Academic year:** 2013

Abstract

The purposes of this study were: (1) to examine levels of Thai tourists' expectations on service quality provided by Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province; (2) to determine the level of perceived service quality among Thai tourists towards the Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province; and (3) to investigate the differences in levels of Thai tourists' expectations and perceptions on the service quality provided Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province.

This study was conducted by means of a survey research. The number of population was approximately 36,288 Thai tourists who stayed at Hunsa JB Hotel for at least one night during January-December 2012. The sample selected by systematic sampling method consisted of 353 respondents. Survey questionnaires were used as an instrument to collect the data. Data were analysed by statistical tools including frequency, percentage, mean, standard deviation and Paired Sample t-test.

The results of this study were as follows: (1) overall levels of Thai tourists' expectations towards the service quality of Hunsa JB Hotel were at the high level. When considering by each of service quality aspects, it was found that the aspect of responsiveness was the most important, followed by the aspect of assurance respectively; (2) as for the overall levels of Thai tourists' perceptions towards the service quality of Hunsa JB Hotel were also at the high level. When considering by each of service quality aspects, it was found that the Thai tourists' perceptions towards the tangibles were the most important, followed by the aspect of assurance respectively; and (3) there were no statistically significant differences in levels of Thai tourists' expectations and perceptions on the service quality provided by Hunsa JB Hotel, Hat Yai, Songkhla Province at level of 0.05. It was found that levels of Thai tourists' expectations and perceptions towards the service quality of Hunsa JB Hotel in both overall and each of aspects were in similar levels.

Keywords: Expectations and Perceptions, Service Quality, Thai Tourists, Hunsa JB Hotel, Songkhla Province.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระและประธานกรรมการประจำสาขาวิชา วิทยาการจัดการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนข้อผิดพลาดอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาในการจัดทำการศึกษา ค้นคว้าอิสระและติดตามการทำการศึกษาย่างใกล้ชิด ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระทุกท่านที่ได้เสียสละเวลา ตรวจสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณ ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมहरรรษา เจริญ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ในการศึกษา ค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่คอยห่วงใยและเป็นกำลังใจ รวมทั้ง อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทุกคน และอาจารย์สุรัชัญญา ฐิตุปการ ที่เป็นกำลังใจในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วง ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ หากคุณค่าใดๆ ที่พึงเกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ศึกษา

รัชดา เพ็ชรชระ

พฤษภาคม 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	2
สมมติฐานการศึกษา.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการบริการ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการ.....	17
ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมहरस्था เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้ หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	35
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและ ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการ บริการของโรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	45
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
สรุปการศึกษา	52
อภิปรายผล	57
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	64
ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ	65
ข แบบสอบถาม	67
ประวัติผู้ศึกษา	72

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	คุณภาพการบริการตามกรอบแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (1990) ประกอบด้วย 5 ด้าน.....	27
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	32
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	32
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	33
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	33
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	34
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การเข้าพักโรงแรม.....	34
ตารางที่ 4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา.....	35
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरररररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	36
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरररररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้.....	37
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरररररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ.....	38
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरररररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ.....	39
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมहरररररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	41
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้.....	42
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ.....	43
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ.....	44
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการ ของนักท่องเที่ยว.....	45
ตารางที่ 4.18 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับ การรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ ของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	46
ตารางที่ 4.19 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับ การรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ ของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้.....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ.....	48
ตารางที่ 4.21 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ.....	48
ตารางที่ 4.22 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	49
ตารางที่ 4.23 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरยา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน.....	50



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	3
ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง.....	8
ภาพที่ 2.2 ความคาดหวังของผู้รับบริการ.....	16



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจบริการที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมหาศาล โดย ในปี 2550 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 928,200 ล้านบาท ซึ่งกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าจับตามองคือกลุ่มธุรกิจที่พักแรมอันได้แก่ที่พักและโรงแรมซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้จากที่พักที่นักท่องเที่ยวจ่ายในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักประเภทหนึ่ง ของการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของปี 2547-2551 ไว้ดังนี้ 1) การเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้ไทยเป็นประตูภูมิภาคเอเชีย การพัฒนาระบบสารสนเทศ 2) การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ และ 3) การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ เป็นต้น ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวดังกล่าวมีเป้าหมายสำคัญที่จะวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็น “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย (Tourism Capital of Asia)” ภายในปี 2551 ตามวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ปี 2555 ประเทศไทยมุ่งก้าวสู่ “มาตรฐานโลก”

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นเมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เนื่องจากอยู่ห่างจากด่านสะเดาเพียง 60 กิโลเมตร ปัจจัยที่ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากก็คือ การเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษา และการท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักโรงแรมต่างๆ ในหาดใหญ่จึงได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเข้ามาใช้บริการ ซึ่งโรงแรมหรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จัดเป็นโรงแรมหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเลือกใช้บริการ เพราะตั้งอยู่เลขที่ 99 ถนนจตุติอนุสรณ์ ตำบลหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรมสูง 11 ชั้น ให้บริการห้องพักจำนวน 432 ห้อง พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ทันสมัย ระยะห่างจากอำเภอหาดใหญ่ประมาณ 5 กิโลเมตร ระยะเวลาเดินทางสู่สนามบิน 20 นาที

ดังนั้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ ตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือคนสำคัญ” หรือการดำเนินธุรกิจโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องรู้ถึงความต้องการ ความคาดหวัง สิ่งที่อยู่ในใจของลูกค้า รวมไปถึงความรู้สึกของลูกค้า และเพื่อการให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านั้นบริษัทจำเป็นต้องศึกษาหรือประเมินจากลูกค้าที่ใช้บริการ และสินค้า โดยตรงเพราะข้อมูลที่ได้มาจะตอบคำถามได้ตรงจุด และสามารถนำมาใช้ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินการ กลยุทธ์ทางการตลาด ปรับปรุงคุณภาพของการบริการ และสินค้า ได้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด (อมรศักดิ์ บุญเรือง, 2546)

การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวนห้องพักรวม 432 ห้อง ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและสนใจลงทุน รวมทั้งหน่วยธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มาใช้บริการในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

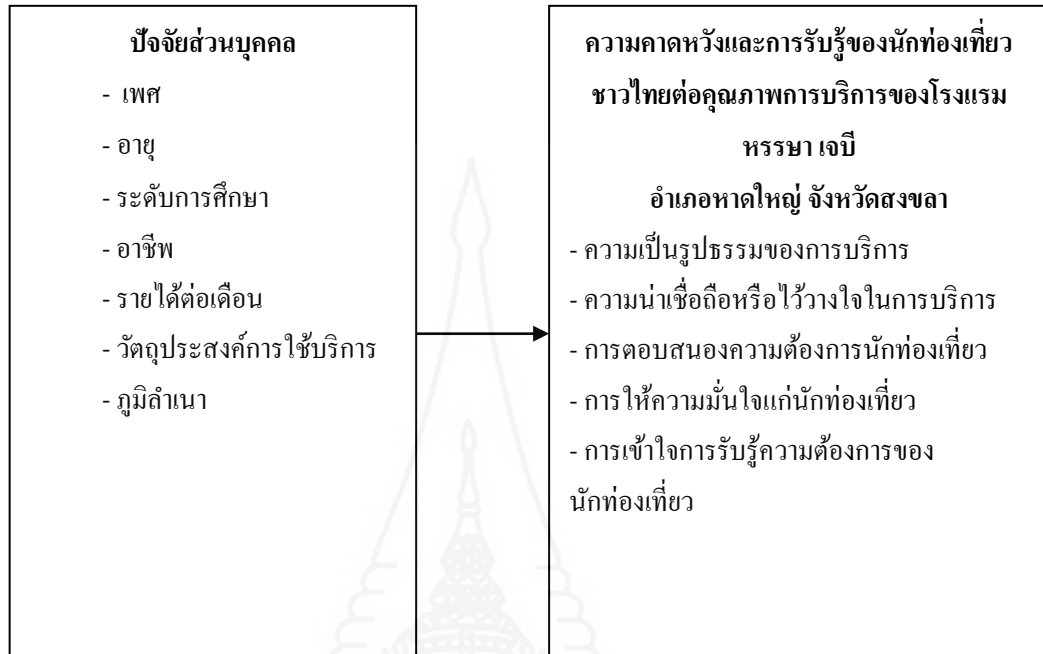
2.3 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาได้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

ความคาดหวังก่อนการใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน

5. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरररर เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการในโรงแรมทรรรยา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ตลอดปี พ.ศ. 2555 รวมประมาณ 36,288 คน เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 3,024 คน คุณอาชีวะ อาลี ผู้ให้สัมภาษณ์ (2555, 10 กุมภาพันธ์) ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า ณ โรงแรมทรรรยา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งนางรัชดา เพ็ชรชระ ผู้สัมภาษณ์

5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการ โรงแรมทรรรยา เจบี จำนวน 353 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 135 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2545: 107) และแจกแบบสอบถามเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่คืนห้องพักเป็นลำดับเลขที่เท่านั้น โดยวิธีการสุ่มแบบมีระบบ

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเนื้อหาในการศึกษา ได้แก่ การใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการตามแนวคิดของพาราสุรามาน ประกอบด้วย 5 ประการ คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้ความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร 2 ประเภท คือ

5.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์การให้บริการ ภูมิภาค

5.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความคาดหวังการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้ความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม

2555

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนใช้บริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

6.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ผ่านการสัมผัสต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

6.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย (Thai Tourists) หมายถึง ชาวไทยที่มีสัญชาติไทยที่เข้าใช้บริการในโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

6.4 การบริการ (Services) หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการบริการแก่ผู้อื่น ซึ่งในที่นี้หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับจากพนักงานโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

7.2 นำข้อมูลที่ได้เสนอต่อผู้จัดการทั่วไป โรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวกับแนวคิด ความคาดหวัง การรับรู้ ธุรกิจการบริการ การประเมินคุณภาพการบริการ และผลงานวิจัยที่มีผู้วิจัยมาแล้ว ซึ่งมีความเกี่ยวข้องและสำคัญต่องานวิจัยที่ผู้ศึกษากำลังศึกษาอยู่ โดยเรียบเรียงลำดับเนื้อหาของงานนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการ
5. ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

Lovelock et al. (Lovelock et al., 2007 อ้างถึงใน สุริย์ เข็มทอง, 2553) ให้ความหมาย ความคาดหวัง หมายถึง การคะเนสิ่งที่จะได้รับจากการบริการก่อนเข้ารับบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2549: 56) ความคาดหวังของแต่ละคนนั้นแตกต่างกันออกไป ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นนั้นมีผลมาจากในส่วนของผู้ให้บริการ หรือเกิดในส่วนของผู้บริโภคก็ได้ เช่น ประสบการณ์ในอดีต การได้ข้อมูลจากคนที่อยู่รอบข้าง เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค อาจแบ่งได้ดังนี้

1. ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) การที่คนแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความต้องการพื้นฐานของแต่ละคนต่างกัน ซึ่งสิ่งนี้ส่งผลให้ระดับของความคาดหวังของลูกค้าต่างกัน

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) อาจเกิดได้จากการที่ลูกค้าเคยใช้สินค้าหรือรับบริการจากผู้ให้บริการเดิม หรือมีประสบการณ์จากการใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากบริษัทคู่แข่ง

3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) ซึ่งอาจเป็นในลักษณะการสื่อสารของบริษัทผ่านทางตลาด เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ คำสัญญา โดยการผ่านทางสื่อต่างๆ หรืออาจเกิดจากการสื่อสารที่มาจากองค์ประกอบภายในองค์กร เช่น อัตราค่าบริการที่สูง อาจทำให้ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีในระดับสูง หรือบริษัทที่มีสถานที่ที่หรูหรา มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบครัน อาจทำให้ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับการที่สะดวกสบาย

4. ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) สถานการณ์หรือจังหวะที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า เช่น หากวันเวลาที่ลูกค้าไปใช้บริการมีคนมาใช้บริการมาก ลูกค้าอาจมีความคาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบาย หรือความรวดเร็วในระดับต่ำ

5. คำบอกเล่ากันแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Comments) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ความคาดหวังซึ่งเกิดจากการสื่อสารถึงกันเองของลูกค้า เช่น คำแนะนำจากเพื่อน การพูดถึงของบุคคลรอบข้างหลังจากได้ไปใช้บริการ โดยการสื่อสารหรือคำพูดที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

ความคาดหวังของลูกค้า

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551: 38-39) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าจะเข้าไปรับบริการในองค์กรใดก็ตามเขาย่อมไปพร้อมด้วยความคาดหวัง จะคาดหวังมากหรือน้อยแล้วแต่ตัวบุคคล แต่โดยทั่วไปแล้วความคาดหวังของลูกค้ามักขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

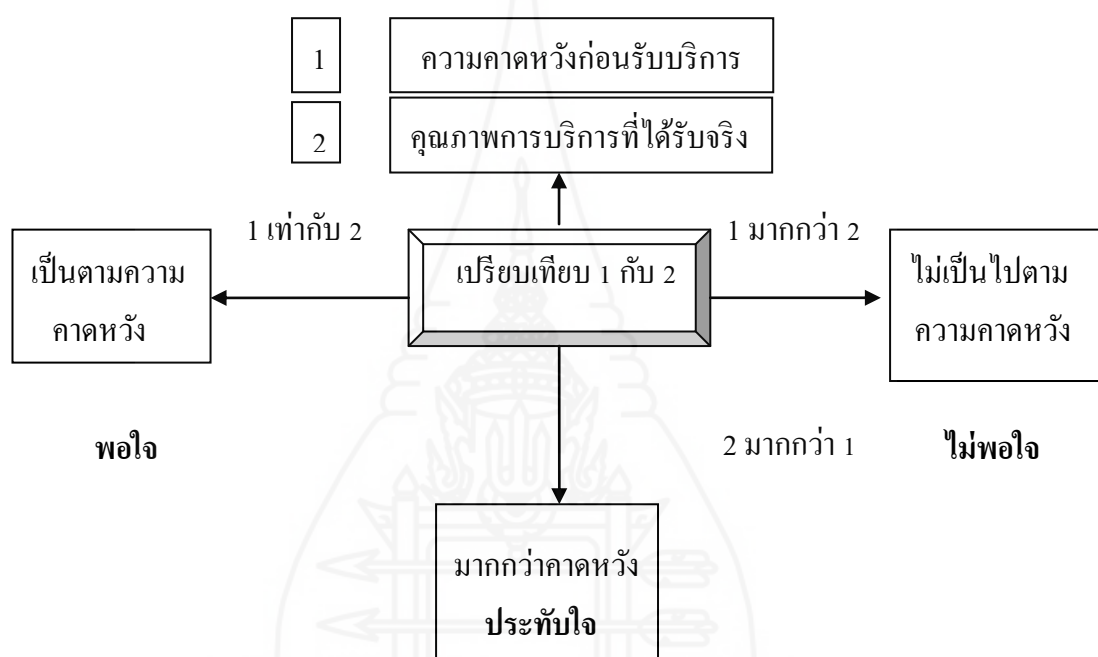
1. ชื่อเสียงผ่านทาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กรเอง หากเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปว่าองค์กรนั้นมีชื่อเสียงในทางที่ดี หรือลูกค้าอาจได้ยินชื่อเสียงในทางใดทางหนึ่งเกี่ยวกับองค์กรนี้ ก็ย่อมเกิดความคาดหวังบางประการเกี่ยวกับการไปรับบริการ

2. คำบอกเล่าหรือพูดปากต่อปาก เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด คำบอกเล่าปากต่อปากเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทรงพลังที่สุด หากมีผู้มาเล่าให้ลูกค้าฟังถึงประสบการณ์การบริการที่ดี ที่ได้รับจากองค์กรนี้ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงว่าจะได้รับการบริการเช่นเดียวกับที่ได้รับฟังมา

3. ราคา ความคาดหวังแปรผันโดยตรงกับราคาสินค้า/บริการ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงกับการบริการที่ราคาแพง

4. ความต้องการส่วนบุคคล ลูกค้าอาจเข้ามาใช้บริการด้วยวัตถุประสงค์และความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ผู้ที่ไม่มีความต้องการสิ่งใดเป็นพิเศษก็ยอมคาดหวังน้อย แต่ผู้มีความต้องการเป็นพิเศษยอมคาดหวังมาก เช่น ในการไปใช้บริการจัดหน้าและเสริมสวยที่สปา ลูกค้าผู้หญิงที่มีผิวสวยอยู่แล้วยอมมีความคาดหวังต่ำกว่าลูกค้าที่ผิวมีปัญหาจุดต่างดำและกระฝ้า

5. ประสบการณ์ที่ผ่านมา หากลูกค้าเคยได้รับประสบการณ์บริการที่ดีในครั้งก่อนก็ยอมคาดหวังการบริการที่เท่ากับหรือดีกว่าการบริการครั้งที่แล้ว



ที่มา: จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551: 39)

ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการบริการที่ได้รับจริง

เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการด้วยความคาดหวังแล้ว หลังจากได้รับบริการย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่เขาจะเปรียบเทียบประสบการณ์บริการที่ได้รับ กับความคาดหวังก่อนรับบริการ หากคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงดีน้อยกว่าความคาดหวังแล้ว ลูกค้าย่อมไม่พึงพอใจ หากความคาดหวังและคุณภาพการบริการเท่ากัน ลูกค้าก็จะพึงพอใจ แต่หากการบริการมีคุณภาพดีเกินความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกมากกว่า “ความพึงพอใจ” ความรู้สึกนั้นเรียกว่า “ความประทับใจ”

จากคำกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคะเนสิ่งที่จะได้รับจากการบริการก่อนเข้ารับบริการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังประกอบด้วย ความต้องการส่วนบุคคลหรือความต้องการของลูกค้า อาจเข้ามาบริการที่มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการที่ต่างกัน ประสบการณ์ในอดีตหรือประสบการณ์ที่ผ่านมา การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ โดยผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กรเอง ปัจจัยทางสถานการณ์ ปัจจัยราคา และคำบอกเล่ากันแบบปากต่อปากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด จากปัจจัยที่กล่าวมานี้ หากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่เท่ากับความคาดหวังที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ จะมีผลทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และหากว่าลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่มากกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ จะมีผลทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ซึ่งมีผลให้เขามาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ

ฮัฟแมน และคณะ (Huffman et al., 1994 อ้างถึงใน เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2548: 67) ให้ความหมายของคำว่า การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร การจัดระบบและการแปลความหมายข้อมูลที่รู้สึกไปสู่การมองภาพทางจิตใจที่นำไปใช้ในกิจกรรมของบุคคล

เบนจามิน และคณะ (Benjaman et al., 1994 อ้างถึงใน เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2548) ให้ความหมายของคำว่า การรับรู้ คือ กระบวนการจัดระบบและการแปลความหมาย การกลั่นกรองข่าวสารด้วยความพินิจพิจารณาโดยมีความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมณี (2545) ให้ความหมายของการรับรู้ (Reception) ว่าเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภกละเลือกจัดการและแปลความสิ่งที่มากระทบ หรือที่เรียกว่าปัจจัยนำเข้า ในการสร้างภาพที่มีความหมายโดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส และความรู้สึกทางจิตใจ แล้วทำการสรุปและตีความสิ่งสัมผัสนั้นๆ เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองที่มีความหมายหรือมีความสอดคล้องกับภาพความทรงจำเดิม และส่งผลให้เกิดการกระทำ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550: 66) ให้ความหมายของการรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลแปลความจากสิ่งสัมผัส โดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ และตีความเป็นข้อมูลตามความสามารถ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

จากคำนิยามข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้^๑นั้นเกิดจากความคิด การมองของแต่ละบุคคล เหตุการณ์เดียวกันคนแต่ละคนอาจมีการรับรู้แตกต่างกัน นั่นเป็นเพราะมีการตีความ การแปลผลที่ต่างกันไป หรือแม้กระทั่งในคนคนเดียวก็เมื่อเวลาหรือสถานการณ์เปลี่ยนไป อาจทำให้การรับรู้แตกต่างกันไป โดยปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค^๒นั้นมียู่มากมาย ซึ่งสามารถจัดเป็นกลุ่มใหญ่ได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเทคนิค ซึ่งหมายถึง สภาพที่เป็นจริงของสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้ที่ไม่ได้เกิดจากการตีความ เช่น ขนาดของสินค้า สี สันที่ใช้ ความเข้มข้น การเคลื่อนไหว การตัดกัน รวมถึงตำแหน่งที่มีการวางสินค้าขึ้น
2. สภาพความพร้อมของจิตใจของผู้บริโภคที่มีต่อการรับรู้ หมายถึง สภาพจิตใจทัศนคติของผู้บริโภคในแต่ละคนที่มีต่อสภาพความพร้อมที่จะรับรู้ ซึ่งอาจมาจากนิสัยในการรับรู้ระดับความตั้งใจ ความระมัดระวัง ความมั่นใจในการรับรู้ของคนแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค เป็นปัจจัยพื้นฐานสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความคาดหวัง โดยประสบการณ์ที่แตกต่างกันส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อสิ่งนั้นต่างกันในระดับความคาดหวังที่ต่างกัน จึงส่งผลให้การรับรู้ของผู้บริโภคต่อสิ่งนั้นต่างออกไป
4. อารมณ์ของผู้บริโภค คือ ความรู้สึก ทัศนคติ และสภาวะจิตใจของผู้บริโภคในขณะนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ เพราะหากเวลานั้นเป็นช่วงที่ผู้บริโภคอารมณ์ไม่ดี อาจส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ยอมรับรู้ ไม่อยากสนใจในสินค้าขึ้น หรืออาจรับรู้สิ่งนั้นว่าไม่ดีก็ได้
5. ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น ชนชั้นที่ต่างกันสังคมที่แตกต่างกัน ค่านิยมที่ไม่เหมือนกัน วัฒนธรรมเฉพาะของบุคคลที่ต่างกัน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลที่ทำให้การรับรู้ของผู้บริโภคแตกต่างกัน

จากความหมายของการรับรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ สรุปได้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ แล้วสิ่งนั้นมากระทบต่อความรู้สึกหรือเรียกว่า ปัจจัยนำเข้าซึ่งทำให้การรับรู้แตกต่างกันไป และปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค สรุปได้คือ ปัจจัยด้านเทคนิค สภาพความพร้อมของจิตใจของผู้บริโภคที่มีต่อการรับรู้ ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคอารมณ์ของผู้บริโภค ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการบริการ

ความหมายของการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) กล่าวว่า การบริการ (Service) ในความหมายโดยทั่วไป คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น แต่ในเชิงธุรกิจการบริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายให้การช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ ความสุขกาย ความสุขใจหรือความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้ว อาจเกิดความประทับใจหรือไม่ประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒน์กิจ (2548) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า คือ การกระทำใดๆ เพื่อช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น (Hospitality) โดยเป็นการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่ อย่างมีไมตรีจิต

Kotler (Kotler, 1988 อ้างถึงใน เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒน์กิจ, 2548) ให้นิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติใดๆ ที่กลุ่มบุคคลนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของต่อสิ่งนั้น

Lehtinen (Lehtinen, 1983 อ้างถึงใน เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒน์กิจ, 2548) ให้นิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

เอนกกลาก สุทธินันท์ (2547) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ การแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้อง ในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการหรือภายหลังจากที่ลูกค้ามารับบริการ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลหนึ่งเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และทำให้เกิดประโยชน์กับผู้รับบริการเกิดความพอใจ

องค์ประกอบด้านจิตวิทยา

สุริย์ เข็มทอง (2555) ได้กำหนดเป้าหมายหลักของการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ เพราะผู้รับบริการเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในกระบวนการบริการ ดังนั้น การเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจะต้องเรียนรู้ เข้าใจ และค้นหาความต้องการและความคาดหวังไปพร้อมๆ กัน เพื่อจะได้ให้การบริการที่ประทับใจและสร้างความผูกพันให้แก่ผู้รับบริการให้กลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การจัดการบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่ผู้รับบริการจำเป็นต้องศึกษาองค์ประกอบด้านจิตวิทยาที่มีต่อการบริการของผู้รับบริการ ได้แก่ ลักษณะความแตกต่างเฉพาะบุคคล ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ รูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการ รวมทั้งพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้รับบริการ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะความแตกต่างเฉพาะบุคคลของผู้รับบริการ

ก่อนที่จะเข้าใจว่าผู้รับบริการมีความคาดหวังอะไร และจะอย่างไรให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ จะต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความแตกต่างระหว่างบุคคล ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา มักจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสียก่อน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุ ก็คือ ความต้องการที่อาจเกิดจากแรงขับหรือสิ่งเร้าที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั่นเอง หรือ “พฤติกรรม” คือ การแสดงออกของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากทั้งแรงขับหรือสิ่งเร้าที่อยู่ภายในและภายนอกตัวบุคคล

รูปแบบของพฤติกรรมของผู้รับบริการที่แสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ ที่แตกต่างกันเนื่องจากปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factors) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) และปัจจัยด้านภายนอกตัวบุคคล (External Factors)

1) **ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factors)** หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) อายุ (age) 2) ขั้นตอนชีวิตครอบครัว (family life cycle stage) เช่น เป็นโสด คู่สมรสใหม่ ครอบครัวที่มีบุตร 3) อาชีพ (occupation) 4) รายได้ (income) 5) การศึกษา (education) และ 6) รูปแบบการดำเนินชีวิต (life style) การเลือกสินค้าหรือบริการจะมีความแตกต่างกันถูกปรับเปลี่ยนไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคน

2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ในที่นี้ แบ่งเป็น 6 ปัจจัย คือ

(1) **ความจำเป็น ความต้องการ และแรงจูงใจ (need, want, motivation)** ทั้งสามประการนี้มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ความจำเป็นเป็นสิ่งที่ทุกคนมีอยู่ เมื่อเรามีความจำเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือความต้องการที่จะได้รับการบริการ แรงจูงใจในการที่จะซื้อบริการจึงได้เข้ามาเกี่ยวข้อง นั่นคือ ผู้รับบริการจะแสดงพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ

(2) **การรับรู้ (perception)** หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรร จัดระเบียบและแปลความหมายของสิ่งเร้าจากการได้ยิน การได้เห็น การได้สัมผัส และการได้กลิ่น ดังนั้น การตัดสินใจในการใช้บริการของผู้รับบริการจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับรู้เกี่ยวกับการบริการนั้นๆ ได้ดีเพียงใด

(3) **การเรียนรู้ (learning)** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ผู้รับบริการจะมีการปรับความคาดหวังและพฤติกรรมของตนให้สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผ่านมา

(4) **ทัศนคติ (attitude) ความเชื่อ (belief)** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นในทิศทาง ที่เกิดจากข้อมูลในแต่ละคนได้รับ ผู้รับบริการจะมีทัศนคติในการเลือกสินค้าและบริการตามความชอบและความเชื่อส่วนตัวที่แตกต่างกัน

(5) **บุคลิกภาพ (personality)** หมายถึง คุณลักษณะและอุปนิสัยเฉพาะตัวของบุคคลที่ได้รับการปลูกฝังตั้งแต่เยาว์และเป็นตัวกำหนดลักษณะท่าทางการแสดงออกของบุคคล การที่ผู้รับบริการแต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน จึงย่อมส่งผลทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือใช้บริการมีความแตกต่างกัน

(6) **แนวคิดของตนเอง (self-concept)** เป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้เกี่ยวกับตนเองของคนเราประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ตัวตนที่แท้จริง (real self) คือส่วนที่เราเป็นอยู่จริง 2) ตัวตนในอุดมคติ (ideal self) คือ ส่วนที่เราต้องการจะเป็น 3) ตัวตนจากกลุ่มคนอ้างอิง (reference group self) เป็นส่วนที่เราคิดว่าคนอื่นเห็นว่าเราเป็น และ 4) ภาพลักษณ์ของตนเอง (self images) เป็นส่วนที่เราเห็นตัวเราเอง โดยทั่วไปผู้รับบริการมักเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับตัวตนในอุดมคติและตัวตนจากกลุ่มอ้างอิง

3) ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (External Factors) ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม กล่าวคือ

(1) **ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factors)** เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ซึ่งทำให้พฤติกรรมของผู้รับบริการต่างเชื้อชาติกันมีความแตกต่างกัน

(2) **ปัจจัยด้านสังคม (social factors)** เป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมนวมถึงบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง (reference group) และครอบครัวหรือบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อหรือใช้บริการ

จะเห็นว่าพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันถูกกำหนดขึ้นจากปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factors) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) และปัจจัยด้านภายนอกตัวบุคคล (External Factors)

2. ความต้องการของบุคคล

ความต้องการ (Needs) เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์และความต้องการจะเป็นแรงผลักดันหรือเปลี่ยนแปลงเป็นแรงจูงใจ (Motives) ซึ่งจะมีอิทธิพลที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในทางจิตวิทยาความต้องการของมนุษย์จะเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการพื้นฐานไปจนถึงความต้องการสูงสุด ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการดังกล่าวและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ดังที่จะกล่าวต่อไป

1) ลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตามทฤษฎีของมาสโลว์ นักจิตวิทยา อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) เป็นผู้กำหนดทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น โดยจัดลำดับความสำคัญจากความต้องการระดับต่ำ แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ความต้องการด้านร่างกายและความต้องการความปลอดภัยไปยังลำดับความต้องการระดับสูง แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ความต้องการทางด้านสังคม ความรัก การเป็นพวกพ้อง ความต้องการการยกย่อง เกียรติยศ ชื่อเสียง และความต้องการประสบความสำเร็จ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs) มาสโลว์พิจารณาว่าความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเสมือนพื้นฐานที่มาก่อนความต้องการอื่นทั้งหมด หากความต้องการนี้ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้วจะเกิดความต้องการขั้นต่อไปไม่ได้ เช่น นักท่องเที่ยวจะเดินทางต่อเมื่อมีแรงจูงใจมากขึ้น แรงจูงใจนี้อาจจะเป็นต้องการการพักผ่อน ลดความเครียดจากการทำงาน เพื่อรักษาสุขภาพของร่างกายและจิตใจ เป็นต้น

(2) ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (safety needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว ความต้องการทางด้านความปลอดภัยก็จะเกิดขึ้นตามความต้องการ ความปลอดภัยนี้มีอยู่ 2 แบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกายและความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ เช่น มีสุขภาพแข็งแรง มีเวลาว่างเพียงพอ มีฐานะทางการเงิน หรือได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่มีภาระทางครอบครัวที่ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด เช่น บุตรที่ยังเล็กอยู่ หรือญาติที่เจ็บป่วย

(3) *ความต้องการทางด้านสังคม ความรัก หรือการเป็นพวกพ้อง (social or love or belongingness needs)* เป็นความต้องการในด้านความรัก ความเป็นเจ้าของ และความรักใคร่ คนเราปรารถนาที่จะมีเพื่อน ความต้องการทางด้านความรักนี้เป็นความต้องการที่จะเป็นผู้ให้ความรักและได้รับความรักใคร่จากคนอื่นด้วย เช่น การเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นต่อเมื่อต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆ ใหม่ ๆ หรือต้องการพบปะผู้คนเพื่อทำความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ที่อยู่ในวงการอาชีพ เดียวกัน หรือมีความสนใจร่วมกัน หรือพบปะเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องและผู้ที่ยังคุ้นเคยกัน ต้องการกันพัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางวิชาการหรือวิชาชีพ เป็นต้น ความต้องการการยกย่อง เกียรติยศและชื่อเสียง เป็นความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองและมีบุคคลอื่นยอมรับ

(4) *รับนับถือ (esteem needs)* เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการการได้รับการยอมรับและได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่นเมื่อทำสิ่งใดได้สำเร็จ และรวมทั้งความต้องการการมีฐานะเด่นทางสังคม สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเองและความรู้สึกว่าคุณค่าตนเองมีค่า เช่น ความต้องการของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ผู้ให้บริการให้การดูแลเอาใจใส่ ตลอดเวลาที่รับบริการหรือเดินทาง

(5) *ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (self-actualization)* มาสโลว์ กล่าวว่า “สิ่งที่บุคคลสามารถเป็นได้เข้าก็จะต้องเป็นให้ได้” เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะตอบสนองศักยภาพที่บุคคลมีความสามารถจะต้องการเป็น เช่น ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ทุกคนตั้งใจและใฝ่ฝัน เป็นต้น

ความต้องการพื้นฐาน 5 ลำดับข้างต้นเป็นความต้องการที่จำเป็นของบุคคล ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องศึกษาและนำไปประยุกต์กับการให้บริการ เพื่อที่จะเข้าใจว่าอะไรคือสิ่งที่จำเป็นของบุคคล ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องศึกษาและนำไปประยุกต์กับการให้บริการ เพื่อที่จะเข้าใจว่าอะไรคือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและจำเป็น นั่นคือ กิจกรรมการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการซึ่งขาดไม่ได้

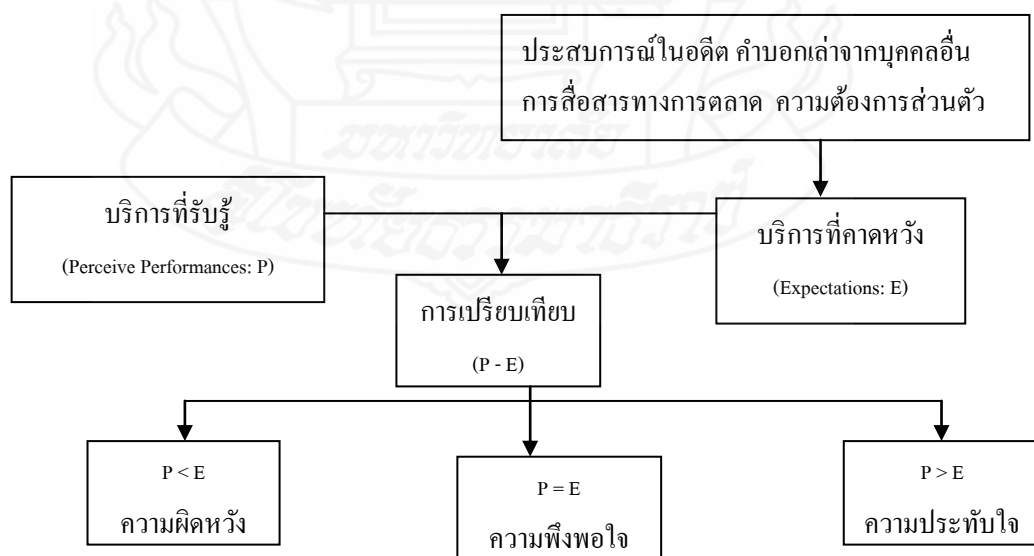
2) ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(1) *ความต้องการของผู้รับบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* ความต้องการพื้นฐานของผู้รับบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะได้รับการตอบสนองหรือไม่นั้น ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยภายนอก เช่น กรณีที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือสถานการณ์ยุ่งยากทางการเมืองไม่ว่าจะเกิดขึ้นภายในประเทศ หรือระหว่างประเทศก็ตาม ย่อมมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ลดลง ในทางตรงกันข้ามหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองหรือมีความสงบเรียบร้อยทางการเมือง ความต้องการด้านการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มปริมาณมากขึ้น

ดังนั้น ความต้องการการท่องเที่ยวของผู้รับบริการในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป นอกจากจะขึ้นอยู่กับความต้องการที่เกิดจากปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคลแล้วยังขึ้นอยู่กับความพร้อมและสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าจะมีความต้องการท่องเที่ยวแต่ก็อาจไม่ได้ไปเนื่องจากสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวยโดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำและภาวะยุ่งยากทางการเมือง เป็นต้นจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบว่าสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและจำเป็นคืออะไรแล้วยังจำเป็นต้องค้นหาว่าสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและคาดหวังคืออะไร เพราะการนำเสนอการบริการที่ตอบสนองตามความต้องการของผู้รับบริการอาจจะไม่เพียงพออีกต่อไป อย่างไรก็ตามในยุคที่มีการแข่งขันสูง กิจการบริการควรจะต้องพยายามนำเสนอการบริการที่อยู่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ (Exceed Expectation) จึงจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้ (to delight the customers)

(2) ความคาดหวังของผู้รับบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความคาดหวัง หมายถึง การคาดคะเนสิ่งที่จะได้รับการบริการก่อนเข้ารับบริการ (Lovelock et al., 2007)

ความคาดหวังของผู้รับบริการไม่ได้เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านจิตวิทยาภายในของแต่ละบุคคล ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติ และแนวคิดของตนเอง ความคาดหวังของผู้รับบริการยังเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังนี้ คือ ประสบการณ์ของผู้รับบริการในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Experience) ข้อมูลที่ได้จากคำบอกเล่าของเพื่อน (word-of-mouth) คู่แข่งขัน การโฆษณาและการทดลองใช้ ดังภาพที่ 2.2



ที่มา: สุริย์ เข็มทอง (2555: 4-26)

ภาพที่ 2.2 ความคาดหวังของผู้รับบริการ

ลักษณะการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การบริการที่รับรู้ (perceive performance) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการได้รับบริการแล้วเกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการที่ได้รับและวิธีปฏิบัติ ในกระบวนการให้บริการว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด เช่น นักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่ง ห้องพักได้จัดไว้อย่างเรียบร้อยและสะอาด พนักงานให้การต้อนรับและการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ย่อมทำให้ผู้รับบริการรับรู้ต่อการบริการที่ได้รับและภาพพจน์ที่ดีของโรงแรม

2) การรับรู้จากความคาดหวัง (expectation) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของผู้รับบริการในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต ข้อมูลที่ได้จากคำบอกเล่าของเพื่อน (word-of-mouth) จากข้อมูลโฆษณา ภาพพจน์ที่สื่อให้เห็น และความต้องการของผู้รับบริการเอง เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมตามคำแนะนำหรือบอกกล่าวจากเพื่อนว่าเป็น โรงแรมที่มีพนักงานให้การบริการ และต้อนรับดี สถานที่และห้องพักสะอาดและตกแต่งสวยงาม นักท่องเที่ยวผู้นี้จะคาดหวังว่าจะได้รับบริการเช่นนั้นด้วย

ผู้รับบริการจะมีการเปรียบเทียบการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่ได้รับจากประสบการณ์จริงหากการบริการได้รับตรงตามความคาดหวัง ($P = E$) ก็ย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ แต่ถ้าหากการบริการที่ได้รับจากประสบการณ์จริงต่ำกว่าการบริการที่คาดหวัง ($P < E$) ผู้รับบริการจะรู้สึกผิดหวัง ไม่พอใจ และจะไม่ใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม หากการบริการที่ผู้ได้รับบริการ ได้รับจากประสบการณ์จริงสูงกว่าที่คาดคิดไว้หรือเกินคาด ($P > E$) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกประทับใจ

ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการให้ได้ว่าเป็นอย่างไร จึงจะสามารถสร้างสรรค์การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี

4. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการ

Parasuraman and Others (1990 อ้างถึงใน อนุก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2548: 262) การให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องประเมินคือ พฤติกรรมการบริการและตัวสินค้า มีผู้กำหนดเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการหลายท่าน แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการตามแนวคิดของพาราสุรามาน

จากการศึกษาของพาราสุรามาน เชียแทมล์ และเบอร์รี่ ในปี ค.ศ.1985 พบว่า เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้าที่เรียกว่า “SERVQUAL (Service Quality)” ประกอบด้วยองค์ประกอบ 10 ประการ คือ

1. ความน่าเชื่อถือในการบริการ (Reliability) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการที่บริษัท องค์กร ให้การบริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ นั่นคือการที่บริษัทให้การบริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามาใช้บริการ และรวมถึงการที่บริษัทได้ให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้า

2. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ ความตั้งใจ หรือความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงการที่พนักงานให้บริการอย่างทันทีทันใด ทันใจแก่ผู้มารับบริการ

3. ความสามารถในการให้บริการ (Competence) หมายถึง ทักษะและความรู้ในการให้บริการของผู้ให้บริการซึ่งประกอบด้วย ความรู้และทักษะเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ในการติดต่อกับบุคคลอื่น ความรู้ ทักษะที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุนการปฏิบัติงาน

4. การเข้าถึง (Access) หมายถึง ความสะดวก หรือความง่ายในการที่ลูกค้าจะติดต่อ หรือเข้าถึงการบริการ เช่น การติดต่อที่คล่องตัว ขั้นตอนการใช้บริการไม่ติดขัด ช่วงเวลาที่รอรับบริการไม่นานเกินไป สถานที่ที่ให้บริการ และช่วงเวลาที่ให้บริการอำนวยความสะดวกกับลูกค้า

5. อหิยาชัยไมตรี (Courtesy) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสุภาพ การให้เกียรติ ความเอาใจใส่ความเป็นมิตรของผู้ให้บริการ เช่น การให้การดูแลทรัพย์สินของลูกค้า

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การที่บริษัทพยายามให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าอยู่เสมอ โดยใช้ภาษาหรือคำพูดที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น การอธิบายวิธีการใช้บริการ การอธิบายถึงค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่ายหากลูกค้าได้รับบริการนั้นๆ

7. ความเชื่อถือไว้ใจได้ (Credibility) จะเกี่ยวข้องกับการบริการที่มีคุณค่า มีความน่าเชื่อถือ และซื่อสัตย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการที่บริษัทมีสิ่งที่คุณค่าให้ความสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการบริการที่ได้รับ เช่น ชื่อเสียงของบริษัท นวัตกรรม และลักษณะของผู้ให้บริการทำให้น่าเชื่อถือ

8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การบริการที่ปลอดภัยจากอันตราย ความเสี่ยง และความสงสัย เช่น ความปลอดภัยด้านร่างกาย ความปลอดภัยด้านการเงิน หรือการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าให้เป็นความลับ

9. การเข้าใจ การรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing) เกี่ยวข้องกับการที่ผู้ให้บริการรู้ถึงความต้องการของลูกค้า การให้บริการที่ตรงความสนใจของลูกค้าแต่ละราย รวมถึงการที่ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้าประจำของตนเองได้

10. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ หรือสามารถสังเกตได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ การแต่งกายของผู้ให้บริการ ฯลฯ (Parasuraman and Others, 1985: 47)

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548: 187-192 อ้างถึงใน วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2549: 274) กล่าวว่ามีการวิจัยต่างๆ มากมาย เกี่ยวกับปัจจัยหรือเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้า ซึ่งพบว่าแต่ละเกณฑ์มีความสัมพันธ์ที่ใกล้เคียงกันมาก และบางเกณฑ์สามารถรวมเข้าไว้เป็นเกณฑ์เดียวกันได้ จนกระทั่งในปี ค.ศ.1988 (พ.ศ. 2531) เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการตามแนวคิดของพาราสุรามาน เหลือเพียง 5 ประการ คือ

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้การประเมินจึงต้องประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตน ซึ่งอยู่รอบๆ การให้บริการ โดยการประเมินจะเน้นใน 2 ส่วน คือ

1.1 เน้นที่อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกทางวัตถุ เช่น โต๊ะให้บริการเก้าอี้ หรือนั่งรอ ชั้นวางของ ป้ายหรือสัญลักษณ์ ฯลฯ

1.2 เน้นที่พนักงาน และวัสดุที่ใช้การติดต่อสื่อสาร เช่น การแต่งกายของพนักงาน โดยเป็นประเด็นที่ใช้ประเมิน ได้แก่

- บริษัทมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย
- ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของบริษัทได้ง่าย
- พนักงานของบริษัทมีความสุข เรียบร้อย
- สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีนั้นสอดคล้องกับการให้บริการของบริษัท

2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ โดยประเด็นที่ใช้ประเมิน ได้แก่

- บริษัทได้ให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้
- เมื่อลูกค้ามีปัญหา บริษัทแสดงออกถึงความจริงใจในการแก้ปัญหา
- บริษัทได้ให้บริการตรงตามเวลาที่สัญญาไว้
- บริษัทไม่มีประวัติในเรื่องความผิดพลาดในการให้บริการ

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความมุ่งมั่นเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า การให้บริการอย่างรวดเร็ว ฉับไว และพร้อมให้บริการเสมอ ซึ่งสะท้อนถึงการเตรียมการของบริษัทในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยประเด็นที่ใช้ประเมิน ได้แก่

- พนักงานได้แจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จะได้รับบริการเมื่อใด
- พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่
- พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ และมีสัมมาคารวะ สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยความมั่นใจในการบริการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

ความสามารถของพนักงาน ซึ่งหมายถึง ความรู้ และทักษะในงานบริการของพนักงาน เพื่อนำความเชื่อถือ และความมั่นใจมาสู่ลูกค้า

มารยาทของพนักงานที่แสดงออกในขณะที่ให้บริการ โดยพนักงานต้องสุภาพ มีความเป็นมิตร ให้ความสนใจในการดูแลลูกค้า รวมถึงทรัพย์สินของลูกค้า

ความปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ พนักงานต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัยจากอันตราย ความเสี่ยง และความกังวล เมื่อมาใช้บริการ ซึ่งประเด็นที่ใช้ประเมินในเรื่องการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ได้แก่

- พนักงานให้บริการโดยแสดงออกให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการได้รับบริการ
- ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ
- พนักงานมีมารยาทที่ดีต่อลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการ
- พนักงานมีความรู้ ความสามารถที่จะตอบคำถามของลูกค้า

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ การให้ความสนใจ และให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละคนซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่

- บริษัทให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล
- บริษัทเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสมแก่การมาใช้บริการของลูกค้า
- พนักงานของบริษัทให้ความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล
- บริษัทยึดหลักความสนใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ
- พนักงานเข้าใจความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ประการนี้ ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจต่างๆ มากมาย เพื่อที่บริษัทจะได้ทราบถึงการรับรู้คุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้า และนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงตามความต้องการความคาดหวังของลูกค้า

5. ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมहरखा जेपी อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โรงแรมहरखा जेपी มีความภูมิใจที่ได้เป็นหนึ่งในโรงแรมเพียงไม่กี่โรงแรมในหาดใหญ่ที่ทำให้แขกผู้มาเยือนรู้สึกเหมือนกับพักอยู่ใน “บ้านพักตากอากาศ” เนื่องจากเรามีพื้นที่กว้างขวางเพื่อเดินเล่นท่ามกลางพุ่มไม้ดอกไม้ประดับและพื้นที่สีเขียว น้ำพุและสระ ทำให้การพักผ่อนของท่านผ่อนคลายเป็นอย่างยิ่ง ด้วยทำเลที่ตั้งบนพื้นที่สูง ทำให้โรงแรมถูกออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึก “เหมือนขึ้นบันไดเลื่อน” ขณะขับรถผ่านดอกไม้ซึ่งกำลังเบ่งบานไปยังทางเข้าโรงแรมเพื่อไปยังล็อบบี้ที่กว้างขวางและโอโถง ถ้าท่านกำลังมองหาโรงแรมที่กว้างขวางในทุกๆ ความรู้สึกในโลกโปรดเลือกเป็นลูกค้าที่โรงแรมहरखा जेपी ซึ่งท่านจะรู้สึกอึดอัด ไม่ว่าท่านจะมาพักเพื่อธุรกิจหรือพักผ่อนในวันหยุด สนามที่กว้างขวาง ต้นไม้ที่ผลิดอกตามแนวทางเดินพุ่มไม้ ต้นไม้ สระบัว และปลาการ์ฟอันสวยงาม ซึ่งกำลังว่ายน้ำอยู่ในสวนหรือสระในร่ม จะช่วยให้ท่านผ่อนคลายจิตใจจากการประชุมธุรกิจ การจับจ่ายซื้อของหรือการเที่ยวชมทัศนียภาพ และช่วยให้ท่านพักผ่อนประสาทและผ่อนคลายความเครียด

Function Room

เราดำเนินการเพื่อท่านทุกๆ หน้าที่เพื่อความสำเร็จของท่าน พร้อมห้องสัมมนาต่างๆ และห้องบอลรูม ซึ่งจัดแต่งอย่างยิ่งใหญ่ด้วยคณะทำงานของเราเพื่อสร้างความเชื่อมั่นสู่ความสำเร็จทุกๆ โอกาส

ห้องบอลรูม

สำหรับจัดงานสมรส สัมมนา และประชุม โดยห้องบอลรูม สามารถแบ่งกันออกเป็น 2 ห้องย่อย เพื่อการประชุม ดือนรับแบบเอกเทศและงานเลี้ยงที่รองรับแขกได้ถึง 1,200 คน

ห้องสัมมนา

ห้องสัมมนาย่อยสำหรับการประชุมและจัดกิจกรรมเป็นการส่วนตัว เมื่อรวมกันทุกห้องสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ถึง 3,000 คน

อาหารและสิ่งบันเทิง

ภัตตาคารจีน ไคนาสดี เสนอรายการอาหารต่างๆ อันแสนโอชะในบรรยากาศดั้งเดิมของชาวจีน

Palm Court (ภัตตาคาร & ลานระเบียง)

บริการอาหารเช้าบุฟเฟต์และอาหารเที่ยงบุฟเฟต์ทุกวัน รวมทั้งอาหารเย็นบุฟเฟต์ BBQ โดยมีอาหารหลากหลายทั้งอาหารไทย จีน ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น สุขสนุกสนานกับวงดนตรีแสดงสดทุกคืน ลานระเบียงเป็นลานกลางแจ้งสำหรับรับประทานอาหารท่ามกลางพฤกษชาติ ดอกไม้ น้ำพุ สระน้ำ พร้อมรับสายลมเย็นเพื่อเสริมอาหารเย็นมื้อที่แสนวิเศษ

Lobby Lounge

พักผ่อนหย่อนใจและมองเหล่าผู้คนที่เดินผ่านไปมาขณะมีความสุขกับเครื่องดื่ม Cocktail กาแฟ แม้กระทั่งของขบเคี้ยว ยามกลางคืนท่านจะดื่มด่ำกับเสียงเปียโน ไวโอลิน และนักร้อง และท่านสามารถร่วมร้องเพลงได้

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการรับรู้ ความคาดหวังและการใช้บริการภายในประเทศ มีดังนี้

พรรณวดี พัฒนชัย (2551) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คน โดยศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในลำดับมาก และในรายชื่อคือ โรงแรมตั้งอยู่บริเวณที่เข้าถึงสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.17 ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อยู่ในลำดับมาก ในรายชื่อคือ โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในลำดับมาก ในรายชื่อคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาเข้าพักและผู้ใช้บริการเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในลำดับมาก ในรายชื่อคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพ อ่อนโยน ค่าเฉลี่ย 3.70 และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในลำดับมาก ในรายชื่อคือ ทางโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการในโรงแรม ค่าเฉลี่ย 3.63

อัฐพร ชำรงเกียรติกุล (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังกับส่วนประสมทางการตลาดของ บุติคริสตอร์ท แพทย์ จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่มีความแตกต่างกันมีความคาดหวังในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ด้านอายุที่มีแตกต่างกันมีความคาดหวังในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่างกัน ระดับความคาดหวังด้านส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์กับปัจจัยความคาดหวังส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อบูติคริสตอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย

6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการรับรู้ ความคาดหวังและการใช้บริการโรงแรมต่างประเทศ มีดังนี้

Thanika Devi Juwaheer and Darren Lee Ross (2546) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการโรงแรมในสาธารณรัฐมอริเชียส และเน้นถึงปัจจัยทางการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผู้จัดการโรงแรมมีการรับรู้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและประเมินความคาดหวังที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ปัจจัยผันแปรและมีคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 9 ข้อและประกอบด้วยข้อย่อยจำนวน 39 ข้อ ผลการวิจัยแสดงถึงการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของผู้เข้าพักในอุตสาหกรรมโรงแรมในสาธารณรัฐมอริเชียสมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะในด้านความเอาใจใส่ลูกค้ามีผู้เข้าพักเลือกเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด

Domingos Fernamdes and Tatiana Gehlen (2555) การวิจัยนี้ศึกษาผลความสำเร็จของอุตสาหกรรมโรงแรมในเมืองนาตาล ประเทศบราซิล เมืองนาตาลต้อนรับผู้มาเยือนมากกว่า 2 ล้านคนต่อปี และยังเป็นหนึ่งในเมืองที่มีตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด ประมาณ 23,000 คน การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าพักจากแนวทางในการเข้าพักระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้เข้าพักที่ได้รับจากการบริการในโรงแรม แบบสอบถามเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าพัก จำนวน 1,440 คน จาก 6 โรงแรม

ของโรงแรมที่เป็นเรือสำเภาและเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในห้องพักประเภท Superior และ Luxury การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์จากผู้เข้าพักก่อนที่จะทำการเข้าพัก และกลุ่มที่ 2 เป็นลูกค้าที่ออกจากโรงแรม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาโดยเครื่องบินและมีจุดหมายในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวเป็นหลัก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการจัดอันดับโดยการจัดหมวดหมู่ของโรงแรม โดยการใช้หลักการคำนวณของสเปียร์แมน ผลจากการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้เข้าพัก ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเมื่อมีการจัดหมวดหมู่ของโรงแรมอย่างชัดเจน ผลการประเมินโดยทั่วไปจากผู้เข้าพักจากแนวทางการคำนวณพบว่า ทั้ง 13 ข้อจากแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการปฏิบัติงานของโรงแรมตรงกับความคาดหวังของลูกค้า



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียดของวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ในการศึกษานี้ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการในโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ตลอดปี พ.ศ. 2555 รวมประมาณ 36,288 คน เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 3,024 คน คุณอาชีวะ อาลี ผู้ให้สัมภาษณ์ (2555, 10 กุมภาพันธ์) ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า ณ โรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นางรัชดา เพ็ชรชระ ผู้สัมภาษณ์

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 135 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2545: 107) ได้จำนวน 353 คน และแจกแบบสอบถามเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่คืนห้องพักเป็นลำดับเลขคี่เท่านั้น โดยวิธีการสุ่มแบบมีระบบ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทำการศึกษา

N = จำนวนของประชากร

e = ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (0.05)

ดังนั้น แทนค่าสูตร

$$n = \frac{3024}{1 + 3024(0.05)^2}$$

$$= 353 \quad \text{คน}$$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของ พาราสุรามาน และคณะ (1990) ซึ่งได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นแบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพในการบริการเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับความคาดหวังและการรับรู้มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับความคาดหวังและการรับรู้ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับความคาดหวังและการรับรู้น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับความคาดหวังและการรับรู้ที่น้อยที่สุด

การแบ่งระดับคะแนนทำโดยพิจารณาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้แบ่งระดับเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (กัลยา, 2546: 91) กำหนดช่วงของการวัดคือ

$$\begin{aligned} \text{ช่วงของการวัด} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ระดับคะแนนความหมาย

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

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 3.1 คุณภาพการบริการตามกรอบแนวคิดของ พาราสุรามาน และคณะ (1990) ประกอบด้วย 5 ด้าน

คุณภาพการบริการ	รายการข้อคำถาม
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	<ol style="list-style-type: none"> พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง บริเวณภายในโรงแรมมีความสะอาดสบายและปลอดภัย บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทันสมัย เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม โรงแรมมีบริการรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	รายการข้อคำถาม
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	1. โรงแรมให้บริการห้องพักถูกต้องตามที่นักท่องเที่ยวจองไว้ 2. พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว 3. เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน 4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ 5. การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	1. การจองห้องพักทำได้สะดวก 2. การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว 3. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 4. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว 5. พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	1. พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย 2. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน 3. พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว 4. การแจ้งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความน่าเชื่อถือ
5. การเข้าใจและการรับรู้ความต้องการของลูกค้า (Empathy)	1. พนักงานมีการให้บริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยว 2. พนักงานมีความรู้ดีเกี่ยวกับโรงแรม 3. พนักงานมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่นักท่องเที่ยว

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและแก้ไข แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย อาจารย์จากคณะบริหารธุรกิจ และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อาจารย์จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์หาดใหญ่ ตรวจสอบด้านเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ความถูกต้องของการวัด แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้แบบสอบถามมีความตรงตามขอบเขตที่ต้องการศึกษาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่หาความตรงของด้านเนื้อหาเรียบร้อยแล้ว และปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการ โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมจำนวน 30 คน ได้นำมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนนาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.86 ซึ่งถือว่าเครื่องมือ แบบสอบถามชุดนี้ มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ตามวัตถุประสงค์การศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการในโรงแรมหรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม 2555 โดยให้พนักงานต้อนรับแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยลำดับที่เป็นเลขคี่ ขณะกินห้องพัก

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าแหล่งต่างๆ ซึ่งได้แก่ ตำราวิชาการ วารสาร หนังสือต่างๆ เพื่อให้ได้แนวคิดทฤษฎี และระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำมาแจกแจงหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ของการเข้าพักและภูมิภานา อธิบายโดยใช้แจกแจงความถี่และค่า ร้อยละ

4.1.2 ความคาดหวังก่อนใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อธิบายโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าที (Paired Sample t-test) โดยใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) ศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 3) วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 353 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิเคราะห์สามารถนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ของการเข้าพัก และภูมิลำเนา ดังตารางที่ 4.1-4.7

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	105	29.7
หญิง	248	70.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	0.6
20 -30 ปี	124	35.1
31 - 40 ปี	163	46.2
41 -50 ปี	50	14.2
51 ปีขึ้นไป	14	4.0
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาอายุระหว่าง 20 -30 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	118	33.4
ปริญญาตรี	211	59.8
สูงกว่าปริญญาตรี	24	6.8
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	7	2.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	13.0
เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย	53	15.0
พนักงานบริษัทเอกชน	215	60.9
อื่นๆ	32	9.1
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาเจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	153	43.3
10,001- 15,000 บาท	99	28.0
15,001- 20,000 บาท	41	11.6
20,001- 25,000 บาท	32	9.1
สูงกว่า 25,001 บาท	28	7.9
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การเข้าพักโรงแรม

วัตถุประสงค์การเข้าพักโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อธุรกิจ	62	17.6
ประชุมหรือสัมมนา	93	26.3
ท่องเที่ยวและพักผ่อน	156	44.2
ติดต่องานราชการ	42	11.9
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาเพื่อประชุมหรือสัมมนา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และเพื่อติดต่อธุรกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
สงขลา	131	37.1
สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	106	30.0
จังหวัดอื่นๆ	116	32.9
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กระบี่ นครศรีธรรมราช สตูล สุราษฎร์ธานี เป็นต้น จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และมีภูมิลำเนาอยู่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในแต่ละด้าน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.8-4.12

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.18	.98	มาก
2. สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย	3.60	.86	มาก
3. เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	3.59	.88	มาก
4. โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก	3.57	.76	มาก
5. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน	3.57	.86	มาก
6. โรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว	3.54	.89	มาก
7. การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง	3.48	.80	มาก
รวม	3.65	.88	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย ($\bar{X} = 3.60$) เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ($\bar{X} = 3.59$) โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวกและ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.57$) โรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.54$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	3.66	.78	มาก
2. การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง	3.62	.85	มาก
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.54	.79	มาก
4. เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน	3.54	.66	มาก
5. พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว	3.49	.73	มาก
รวม	3.57	.63	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง ($\bar{X} = 3.62$) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.54$) เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน ($\bar{X} = 3.54$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.75	.80	มาก
2. การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว	3.70	.81	มาก
3. การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักควรรวดเร็ว	3.67	.79	มาก
4. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.64	.73	มาก
5. พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ	3.61	.72	มาก
รวม	3.67	.70	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.70$) การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักควรรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.67$) พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว	3.69	.74	มาก
2. บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย	3.68	.69	มาก
3. สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความปลอดภัย	3.68	.77	มาก
4. โรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	3.68	.78	มาก
5. การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ	3.66	.77	มาก
6. พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย	3.65	.71	มาก
รวม	3.67	.68	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในโรงแรมมีความปลอดภัย และโรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. ($\bar{X} = 3.68$) การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.66$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท	3.76	.75	มาก
2. พนักงานให้ข้อมูลของโรงแรมถูกต้อง	3.67	.75	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.65	.76	มาก
รวม	3.69	.68	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา คือ พนักงานให้ข้อมูลของโรงแรมถูกต้อง ($\bar{X} = 3.67$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในแต่ละด้านโดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.13-4.17

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมหรรษา เจบี อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก	3.86	.58	มาก
2. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.77	.61	มาก
3. เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	3.61	.74	มาก
4. โรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว	3.61	.85	มาก
5. การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง	3.60	.71	มาก
6. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน	3.54	.84	มาก
7. สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย	3.52	.69	มาก
รวม	3.64	.50	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมหรรษา เจบี อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.77$) เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม และโรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$) การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.60$) มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.54$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง	3.66	.71	มาก
2. โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	3.61	.808	มาก
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.54	.83	มาก
4. เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน	3.48	.68	มาก
5. พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว	3.41	.79	มาก
รวม	3.54	.58	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.61$) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.54$) เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน ($\bar{X} = 3.48$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ	ระดับความคาดหวัง		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว	3.63	.69	มาก
2. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.61	.68	มาก
3. การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว	3.57	.71	มาก
4. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.40	.72	ปานกลาง
5. พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ	3.41	.71	มาก
รวม	3.53	.56	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$) การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.57$) พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.41$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว	3.71	.69	มาก
2. การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ	3.69	.70	มาก
3. บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย	3.61	.69	มาก
4. สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความปลอดภัย	3.60	.70	มาก
5. โรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	3.59	.71	มาก
6. พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย	3.54	.71	มาก
รวม	3.62	.49	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือการแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.69$) บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.61$) สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.60$) โรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. ($\bar{X} = 3.59$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท	3.69	.70	มาก
2. พนักงานให้ข้อมูลของโรงแรมถูกต้อง	3.54	.66	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.41	.74	มาก
รวม	3.55	.57	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ พนักงานให้ข้อมูลของโรงแรมถูกต้อง ($\bar{X} = 3.54$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสงขลา ในแต่ละด้านโดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.18-4.23

ตารางที่ 4.18 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.18	.98	3.86	.58	-0.880	.380
2. สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย	3.60	.86	3.77	.61	-5.921	.000
3. เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	3.59	.88	3.61	.74	-2.821	.005
4. โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก	3.57	.76	3.61	.85	1.920	.056
5. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน	3.57	.86	3.60	.71	.622	.534
6. โรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยว	3.54	.89	3.54	.84	-0.394	.694
7. การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง	3.48	.80	3.52	.69	-1.148	.252
รวม	3.65	.88	3.64	.50	.091	.928

P < 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพแวดล้อมภายในมีความสะอาดสบาย เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ	ระดับ		ระดับ		t	p
	ความคาดหวัง		การรับรู้			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	3.66	.78	3.66	.71	1.064	.288
2. การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง	3.62	.85	3.61	.808	1.550	.122
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.54	.79	3.54	.83	1.374	.170
4. เน้นการบริการที่สื่อถึงวัฒนธรรมภาคใต้ เช่น เครื่องแบบพนักงาน	3.54	.66	3.48	.68	.121	.904
5. พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว	3.49	.73	3.41	.79	-.878	.380
รวม	3.57	.63	3.54	.58	.877	.381

P < 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ โดยภาพรวมและรายข้อ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยาเจบี อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.75	.80	3.63		
2. การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว	3.70	.81	3.61	.68	.784	.434
3. การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว	3.67	.79	3.57	.71	.604	.547
4. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.64	.73	3.40	.72	6.791	.000
5. พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ	3.61	.72	3.41	.71	4.035	.000
รวม	3.67	.70	3.53	.56	3.707	.000

P < 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยาเจบี อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยาเจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว	3.69	.74	3.71		
2. บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย	3.68	.69	3.69	.70	1.560	.120
3. สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความปลอดภัย	3.68	.77	3.61	.69	1.769	.078
4. โรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	3.68	.78	3.60	.70	2.381	.018
5. การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ	3.66	.77	3.59	.71	-1.121	.263
6. พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย	3.65	.71	3.54	.71	-.878	.381
รวม	3.67	.68	3.62	.49	1.747	.082

P < 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยาเจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจโดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการและระดับการรับรู้หลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรรรยาเจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านกรเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.76	.75	3.69		
2. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท	3.67	.75	3.54	.66	7.500	.000
3. พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ	3.65	.76	3.41	.74	-.904	.366
รวม	3.69	.68	3.55	.57	4.952	.000

P < 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน

รายการ	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.65	.88	3.64	.50	.091	.928
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ	3.57	.63	3.54	.58	.877	.381
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	3.67	.70	3.53	.56	3.707	.090
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	3.67	.68	3.62	.49	1.747	.085
5. ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.69	.68	3.55	.57	4.952	.075
รวม	3.65	.71	3.57	.54	4.952	.081

P < 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตามหากพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.65$) อยู่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ($\bar{X} = 3.57$) ดังนั้นคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวไทยเท่ากับ 0.01 ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการมีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวไทย

เท่ากับ 0.03 ด้านการตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวยชาวไทย เท่ากับ 0.14 ด้านการให้ความมั่นใจค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวยชาวไทย เท่ากับ 0.05 ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากกว่าเท่ากับ 0.14



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีขั้นตอนและประเด็นต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. สรุปการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

1. สรุปการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.1.2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.1.3 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามจำนวน 353 ชุด ฝากไว้ที่แผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อแจกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักในโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบบสอบถามดังกล่าวมีการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว และเมื่อได้แบบสอบถามกลับคืนมา ได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรม และภูมิลำเนา โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลระดับความ

คาดหวังก่อนใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การทดสอบค่าที (Paired Sample t-test)

1.3 ผลการศึกษา

จากการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ผลการศึกษาสรุปตามวัตถุประสงค์การศึกษา และสมมติฐานการศึกษา ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาอายุระหว่าง 20- 30 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และอายุระหว่าง 41 -50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาเจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อาชีพอื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

วัตถุประสงค์การเข้าพักโรงแรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาเพื่อประชุมหรือสัมมนา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และเพื่อติดต่อธุรกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6

ภูมิธำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาจังหวัดอื่นๆ (กรุงเทพฯ กระบี่ นครศรีธรรมราช สตูล สุราษฎร์ธานี) จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายในมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.60$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การติดต่อเพื่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.48$)

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง ($\bar{X} = 3.62$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.49$)

ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ การจองห้องพักทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.70$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีเวลาให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ ($\bar{X} = 3.61$)

ด้านการให้ความมั่นใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในโรงแรมมีความปลอดภัยและโรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. ($\bar{X} = 3.68$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย ($\bar{X} = 3.65$)

ด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท ($\bar{X} = 3.67$) และระดับความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 3.65$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โรงแรมอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.77$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สภาพแวดล้อมภายในมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 2.50$)

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบันทึกรายการค่าใช้จ่ายถูกต้อง ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ โรงแรมให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.61$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$)

ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การลงทะเบียนเข้าพักและคืนห้องพักรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.40$)

ด้านการให้ความมั่นใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.69$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย ($\bar{X} = 3.54$)

ด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 3.54$) และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.41$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ไม่มีความแตกต่าง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความสะอาดสบาย และเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ โดยภาพรวมและพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยภาพรวมระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจองห้องพักทำได้สะดวกและรวดเร็ว การลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพักรวดเร็ว ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการให้ความมั่นใจ โดยภาพรวมและพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่รายข้อพบว่า พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา ความคาดหวังก่อนการใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ ดังนี้

ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอีก 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2. อภิปรายผล

การอภิปรายผลในการศึกษารั้งนี้ เป็นการนำผลการศึกษาและข้อค้นพบมาอภิปราย โดยแบ่งเป็น 5 ประเด็น คือ

1. ความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

1) ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ข้อค้นพบที่เด่น

1) ระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคาดหวังด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่นๆ และในรายชื่อนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังมากที่สุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ทางโรงแรมควรมีรางวัลหรือปรับขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่

2) ระดับการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับการรับรู้ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวน้อยกว่าด้านอื่นๆ และในรายชื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่ำที่สุดคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทางโรงแรมควรมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการให้พนักงานทุกคนที่ต้องบริการแขกโดยตรงหรือพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม (from of the house)

3. ความแตกต่างหรือสอดคล้องเมื่อเทียบกับความคาดหมายหรือสภาพปกติทั่วไป

การรับรู้หลังการใช้บริการและความคาดหวังก่อนการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระดับการรับรู้สูงสุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อคือ โรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก สอดคล้องกับสภาพทั่วไปของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่บนเนินสูง ออกแบบด้วยเอกลักษณ์ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนขึ้นบันไดเลื่อน ขณะไปยังลิบบนนักท่องเที่ยงจะเห็นข้างทางมีดอกไม้ซึ่งกำลังเบ่งบานออกดอกสวยงาม

4. ความแตกต่างหรือความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นๆ

1) จากผลการศึกษาระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ พรธรวดี พัฒนชัย (2551) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม เชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว จำนวน 150 คน ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และด้านที่มากที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้บริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในลำดับมาก ลำดับแรกคือ โรงแรมตั้งอยู่บริเวณที่เข้าถึงสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.17 ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจอยู่ในลำดับมาก ลำดับแรกคือ โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในลำดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาเข้าพักและผู้ใช้บริการเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในลำดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพ อ่อนโยน ค่าเฉลี่ย 3.70 และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการอยู่ในลำดับมาก ลำดับแรกคือ ทางโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการในโรงแรม ค่าเฉลี่ย 3.63

2) จากผลการศึกษาระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Domingos Fernamdes and Tatiana Gehlen ศึกษาผลความสำเร็จของอุตสาหกรรมโรงแรมในเมืองนาตาล ประเทศบราซิล พบว่า วัตถุประสงค์ของการเข้าพักเพื่อการพักผ่อน

5. ข้อจำกัดของการศึกษาครั้งนี้

การเก็บข้อมูลในโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้ระยะเวลา น้อยมาก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวน้อยอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

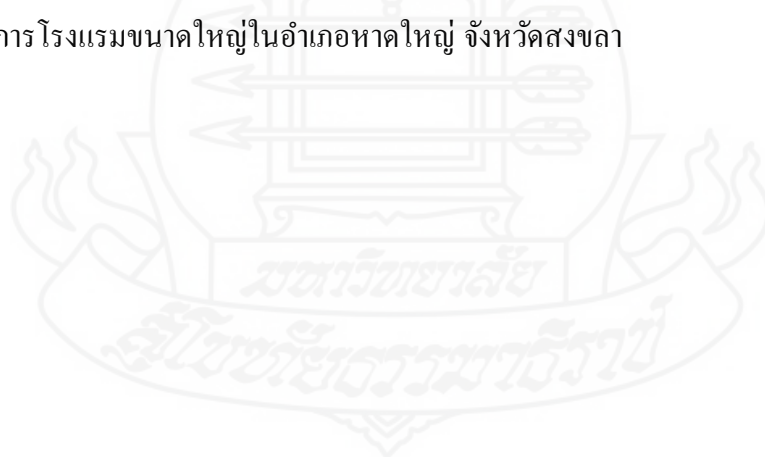
จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความคาดหวังก่อนการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านการเข้าใจ และด้านการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นโรงแรมควรมีการพัฒนาพนักงานโดยฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของโรงแรมโดยละเอียด เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ตรงตามความต้องการความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้หลังการใช้บริการมากกว่าความคาดหวัง เมื่อเป็นเช่นนี้มีผลทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาไปครั้งต่อไป

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

3.2.1 ควรมีการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.2.2 ควรมีการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สำนักงานภาคใต้ เขต 1 (2548) *เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา*
กรุงเทพมหานคร: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา ฝ่ายบริการการตลาด
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล (2551) “การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จิตตินันท์ นันทไพบูรณ์ (2551) *จิตวิทยาบริการ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- พรรณวดี พัฒนชัย (2551) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่
ภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นัตยาพร เสมอใจ (2548) *การจัดการและการตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด
(มหาชน)
- _____. (2550) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- นัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร:
เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- บุษ ไกยวรรณ (2545) *พื้นฐานการวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 4* กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น จัดพิมพ์
ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และคณะ (2547) *สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS*
กรุงเทพมหานคร: มิสชั่น มีเดีย จำกัด
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2549) *การตลาดธุรกิจบริการ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด
(มหาชน)
- สุรีย์ เข้มทอง (2554) “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวและการโรงแรม” ใน
เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม
หน่วยที่ 1 หน้าที่ 1-15 – 1-17 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- _____. (2555) “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวและการโรงแรม” ใน
เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม
หน่วยที่ 4 หน้าที่ 4-23 – 4-27 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

- อดุลย์ จตุรงค์กุล และคณะ (2546) *การตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548) *จิตวิทยาบริการ* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อดุลพัฒน์กิจ
- อาชีวะ อาลี (2555) ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า โรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา *สัมภาษณ์โดย รัชดา เพ็ชรชระ* เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2555
- Christopher, Lovelock and Lauren, Wright. (2002). *The Eight Components of Integrated Service Management*. In Principles of Service Marketing and Management. Ed. By Pearson Education, Inc. pp.13-15 อ้างถึงในอดุลย์ จตุรงค์กุล และคณะ (2546) “การตลาดบริการ”
- Domingos Fernamdes, Tatiana Gehlen. (2013). “ Perception of Quality and Expectations of Hotel Services” Campos Universidadada and MarodinUniversidadada Abstract online. Retrieved March 1, 2013 <http://www.joscm.com.br/.../JOSCM VOL55 NUMBER 1 6p>.
- Thanika Devi Juwaheer, Darren Lee Ross. (2003). “A Study of Hotel Perceptions in Mauritius” Emerald 15 10.1108/09596110310462959 Retrieved March, 1, 2013 http://www.emeraldinsight.com/case_studies.htm/journals.hth?articleid=867464&show=html&WT.me_id=alsoread

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

1. ดร. พิเชษฐ์ พรหมใหม่ หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
2. อาจารย์วีรวัฒน์ พวงสอน อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
3. อาจารย์โดมพัทธ์ บุญชู อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์





ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมहरรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2. ผู้ศึกษาขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ใน
การนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านไปเสนอต่อ โรงแรม เพื่อปรับปรุง
แก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ในการบริการของโรงแรมต่อไป
3. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน
ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 ความคาดหวังก่อนใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการ
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

นางรัชดา เพ็ชรชระ

นักศึกษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่าง ที่กำหนดให้ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20-30 ปี
 3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี
 5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 2. ระดับปริญญาตรี
 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 6. อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,00 – 15,000 บาท
 3. 15,001 – 20,000 บาท 4. 20,001 – 25,000 บาท
 5. สูงกว่า 25,001 บาท

6. ท่านมีวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมคือ

1. ท่องเที่ยวและพักผ่อน 2. ปฏิบัติงานราชการ
 3. ติดต่อธุรกิจ 4. ประชุมหรือสัมมนา
 5. อื่นๆ(ระบุ).....

7. ท่านมีภูมิลำเนา

1. พัทลุง 2. สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
 3. จังหวัดอื่นๆ ระบุ.....

การบริการของโรงแรม	ระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการ					ระดับการรับรู้หลังใช้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การให้ความมั่นใจ (Assurance)										
1. บริเวณภายนอกโรงแรมมีความปลอดภัย										
2. สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมมีความปลอดภัย										
3. โรงแรมมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.										
4. พนักงานทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัย										
5. พนักงานมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว										
4. การแจ้งค่าใช้จ่ายมีความน่าเชื่อถือ										
การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว (Empathy)										
1. พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ										
2. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของโรงแรม										
3. พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาทและสุภาพ										

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางรัชดา เพ็ชรชระ
วัน เดือน ปีเกิด	16 สิงหาคม 2502
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
ประวัติการศึกษา	ศ.บ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2526 คศ.บ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2548
สถานที่ทำงาน	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการโรงแรม

