สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

รุ่งเดช บุษบงษ์

28 พ.ค. 2558
353498

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
มีนาคม 2554
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน และคณะกรรมการควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ได้พิจารณาปัญหาพิเศษของ รุ่งเดช บุษบงษ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....

(ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

..... ประธานกรรมการ

(ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

..... กรรมการ

(อาจารย์วัลลภ ศัพท์พันธุ์)

..... กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์พรเทพ นามกร)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชนีย์ ธระเสนา)

วันที่ 9 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2556

ประกาศคุณูปการ

การวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท" ครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยอย่างดียิ่ง โดยเฉพาะอาจารย์ ดร. พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ตรวจสอบพร้อมแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ส่งผลให้การทำปัญหาพิเศษครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ศูนย์การศึกษาจันทบุรีทุกท่าน ที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ศิษย์เป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท ทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือการเก็บข้อมูลครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ซึ่งมีบุญคุณอันใหญ่หลวงที่ให้กำเนิดอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษาเป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินชีวิตจนประสบผลสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

รุ่งเดช บุษบงษ์

ชื่อปัญหาพิเศษ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ รุ่งเดช บุษบงษ์
สาขา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อ"ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท จำนวน 248 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test และ One - way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

ชื่อปัญหาพิเศษ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ รุ่งเดช บุษบงษ์
สาขา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อ"ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท จำนวน 248 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test และ One - way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
สารบัญ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ช
สารบัญภาพ ..... ฌ

บทที่

1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
ปัญหาการวิจัย 3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3
สมมติฐานในการวิจัย 3
ขอบเขตการวิจัย 4
นิยามศัพท์เฉพาะ 4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 6

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น 7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 11
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการของโรงแรม 32
ข้อมูลทั่วไปของหินดาดรีสอร์ท 34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษา 40
กรอบแนวคิดในการวิจัย 45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย	47
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
	การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
	การวิเคราะห์ข้อมูล	49
	เกณฑ์การแปรผล	49
4	ผลการวิจัย	51
	ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
	ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท	53
	ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	59
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	66
	สรุปผลการวิจัย	67
	อภิปรายผลการวิจัย	69
	ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม		75
ภาคผนวก		80
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ		84

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตัวแปรอิสระจำแนกเป็นเพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มารับบริการ กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
2	ตัวแปรตามจำแนกตามการประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ของ พาราสุราแมน, ซีแทมล์ และ เบอร์รี่ (1988) ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการสร้างความเชื่อมั่น ด้านความเห็นอกเห็นใจ	45
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	51
4	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	53
5	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ	54
6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	55
7	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ	56
8	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	57
9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม	58
10	การเปรียบเทียบเพศกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุ..... 60

12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุ..... 61

13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ..... 61

14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุ..... 61

15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ..... 61

16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามการศึกษา..... 62

17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามการศึกษา..... 62

18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ..... 63

19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ..... 63

20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามรายได้..... 64

21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามรายได้..... 64

22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 65

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1 รูปแบบคุณภาพแนวคิดของจูราน (The Juran Trilogy)..... 21
2 ตัวแบบระบบการบริการ (The Servction Service Model)..... 26
3 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 46

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่นำรายได้เข้าประเทศไทย ทุกครั้งที่ประเทศไทยมีปัญหาทางเศรษฐกิจ รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยจะนำการท่องเที่ยวมาเป็นขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชาติทุกครั้งไป ดังนั้นจึงถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งของประเทศไทยที่มีความสำคัญต่อการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแถบยุโรป ในช่วงฤดูหนาวจะพากันหนีหนาวมาพักในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านเช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศเขมร ประเทศพม่าและประเทศลาว เรายังมีความได้เปรียบในเรื่องของการบริการ (Service Mind) เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเข้ามาประเทศไทยแล้วเกิดความประทับใจในการให้บริการของชาวไทย จึงพักอยู่เป็นระยะเวลานานหลายเดือนเมื่อกลับไปแล้วถ้ามีโอกาสก็จะกลับมาใหม่ ส่วนคนไทยทางรัฐบาลก็จะรณรงค์ให้เที่ยวเมืองไทยเพื่อป้องกันไม่เงินไหลออกนอกประเทศ จึงมีผลทำให้เกิดการขยายตัวธุรกิจในด้านที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติรู้จักกันมากมีอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ สถานที่ดังกล่าวจึงเปรียบเหมือนเป็นผลิตภัณฑ์เก่า ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนจึงต่างพยายามหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์เพื่อส่งเสริมและขยายการท่องเที่ยวของประเทศไทยในส่วนของภาคตะวันออกโดยเฉพาะจังหวัดตราดก็ได้นำหมู่เกาะช้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ซึ่งเป็นหมู่เกาะที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติอยู่สูง หมู่เกาะช้างจะมีเกาะต่าง ๆ ล้อมรอบอยู่มากมาย แต่จะมีเกาะที่มีศักยภาพสูงอยู่เพียง 3 เกาะ ได้แก่ เกาะช้าง เกาะกูด และเกาะหมาก เกาะที่ได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรกคือ เกาะช้างซึ่งปัจจุบันนี้พัฒนาไปไกลมากจนกระทั่งความเป็นธรรมชาติได้เลือนหาย ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่นิยมความงามในเรื่องธรรมชาติได้หนีจากเกาะช้างไปยังเกาะกูดที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติอันบริสุทธิ์

เกาะกูด เป็นเกาะที่มีชายแดนติดกับประเทศกัมพูชา ใหญ่รองจากเกาะช้าง และใหญ่เป็นอันดับที่ 4ของประเทศ ปัจจุบันยกฐานะเป็นอำเภอ ห่างจากตัวจังหวัดตราดมาทางทิศใต้ประมาณ 82 กิโลเมตร เมื่อ20 ปีที่แล้ว น้อยคนนักจะรู้จักเกาะกูด แต่สำหรับวันนี้เมื่อความเจริญเข้ามาถึงจึงมีนักท่องเที่ยวมากมายหลั่งไหลเข้ามาเพื่อชื่นชมความงดงามทางธรรมชาติของเกาะกูด บนเกาะกูดมีน้ำตกหลายแห่งแต่ที่ขึ้นชื่อมากบนเกาะกูดคือ น้ำตกคลองเจ้า น้ำตกคลองยายกี๋ (ไลฟ์สไตล์, 2546) ซึ่งจะมีน้ำไหลมากในช่วงฤดูฝน น้ำตกทั้ง 2 แห่งนี้ จึงเป็นแหล่งน้ำกิน น้ำใช้ที่หล่อเลี้ยงชาวเกาะและเรือประมงที่ออกทำการประมงกลางทะเล นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีหาดทรายขาวบริสุทธิ์และน้ำทะเลใสสีมรกตจนได้รับการขนานนามว่า "อันดามันแห่งทะเลตะวันออก" หาดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาพักผ่อน เช่น หาดตะเภา หาดคลองเจ้า หาดคลองหาญ หาดคลองหิน หาดอ่าวพร้าว อ่าวง่ามโข่ และอื่น ๆ ในแต่ละหาดจะมีที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวในบรรยากาศที่รายล้อมด้วยป่ามะพร้าว นอกจากนี้ยังหมู่บ้านชาวประมง ซึ่งเป็นแหล่งที่สามารถหาซื้ออาหารทะเลสด ๆ เช่น บ้านคลองมาด บ้านอ่าวสลัด บ้านอ่าวใหญ่ เป็นต้น

ด้วยศักยภาพอันมีธรรมชาติอันสมบรูณ์ของเกาะกูด จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มีพฤติกรรมนิยมธรรมชาติหลั่งไหลเข้ามาพักผ่อน ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเริ่มเข้ามาพักในช่วงเดือนตุลาคม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเริ่มมาพักในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยมีธรรมชาติเป็นจุดขาย เกาะกูดจึงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้นของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจองพื้นที่เพื่อการก่อสร้างโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ โดยการออกแบบแต่ละรีสอร์ทจะสอดคล้องไปกับธรรมชาติโดยรอบ นอกจากนี้ยังปรับปรุงและขยายถนนบนเกาะไว้เตรียมพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้น

หินดาดรีสอร์ท เป็นสถานที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในเกาะกูด ที่มีความต้องการดำเนินธุรกิจด้านบริการ ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งจากรีสอร์ทในระดับเดียวกันและจากรีสอร์ทระดับต่ำกว่า ที่ต่างแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า คุณภาพการบริการก็ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวและยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ ซึ่งหินดาดรีสอร์ทให้ความสำคัญและสนใจในสำนึกแห่งคุณภาพของการบริการ และพร้อมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเป็นที่จดจำในคุณภาพการบริการที่ได้รับ อันส่งผลให้ลูกค้าหวนกลับมารับบริการซ้ำและเกิดการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการที่ดี อันมีผลต่อความอยู่รอดและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหินดาดรีสอร์ทสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของ

หินดาดรีสอร์ท เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวผู้รับบริการจากหินดาดรีสอร์ทได้มากยิ่งขึ้น

ปัญหาการวิจัย

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท อยู่ในระดับใด
2. นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ คุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ทั้ง 5 ด้าน ของ พาราสุราแมน, ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงในวรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19) คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านการสนองตอบต่อผู้รับบริการทันที ด้านความเชื่อมั่น และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

ขอบเขตด้านพื้นที่: การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท จำนวน 700 คน (สถิติผู้มารับบริการปี พ.ศ. 2552)

ขอบเขตด้านระยะเวลา: ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม 2553 - มกราคม 2554 รวม 4 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท

ความคิดเห็น หมายถึง เป็นการแสดงออกทางความรู้สึก และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของหินดาดรีสอร์ท การแสดงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมรอบกายขณะนั้นเป็นการตัดสิน

คุณภาพการบริการ หมายถึง มาตรฐานการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ทได้รับความพึงพอใจด้านการบริการเพื่อให้สมกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพโดยทั่วไปของหินดาดรีสอร์ทที่ปรากฏต่อผู้รับบริการผู้รับบริการ เช่น สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาดและ

เรียบร้อย สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่พักเพียงพอ สะดวก สบาย มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/ จุดบริการชัดเจนอ่านเข้าใจง่าย และมีบริการครบครัน เช่น อุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง

ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ หมายถึง พนักงานของหินดาดรีสอร์ทบริการด้วยความสม่ำเสมอ และทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการตรงตามที่สัญญาไว้ เช่น การบริการมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอนไม่ผิดพลาด การบริการในจุดเดิมทุกครั้ง มีความถูกต้องได้ผลดีเช่นเดิมทุกครั้ง ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้จองห้องพักตรงตามที่จองไว้ รีสอร์ทมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานของหินดาดรีสอร์ทมีความพร้อมที่ให้บริการและเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างทันทีทันใดตามความต้องการของผู้รับริการเช่นพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือท่านไม่ได้รับการปฏิเสธ ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับบริการ ไม่ต้องรอนาน เช่น การลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) พนักงานสามารถให้ข้อมูล ให้คำแนะนำในการรับบริการถูกต้องครบถ้วน

ความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานของหินดาดรีสอร์ทมีอัธยาศัยที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในงานด้านการบริการ ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ เช่น พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้ พนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตร อัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี พนักงานเปิดโอกาสให้ตอบข้อซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา

ความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานของหินดาดรีสอร์ทเอาใจใส่ผู้รับบริการด้วย ความเอื้ออาทรเป็นรายบุคคลตามความต้องการของผู้รับบริการเป็นราย ๆ ไป เช่น พนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟังความต้องการและปัญหาของท่าน พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของท่าน ท่านได้รับบริการเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ท่านได้รับการให้เกียรติและเคารพในศักดิ์ศรีเมื่อรับบริการ ในกรณีฉุกเฉินท่านสามารถรับบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่งโมง

เพศ หมายถึง เพศของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ทที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ เพศชายและเพศหญิง

อายุ หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยวผู้รับบริการจากหินดาดรีสอร์ทที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 6 กลุ่ม คือ ตั้งแต่ 20 ปีลงมา, 21 - 30 ปี, 31 - 40 ปี, 41 - 50 ปี, 51 - 60 ปี และตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

สถานภาพ หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ทที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 3 กลุ่ม คือ โสด, สมรส และหย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่

วุฒิการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 5 กลุ่ม คือ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า, มัธยมศึกษา/ ปวช., อนุปริญญา/ ปวส., ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ หมายถึง อาชีพปัจจุบันของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ทที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 7 กลุ่ม คือ รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว, รับจ้าง, เกษตรกร และอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง ค่าจ้าง ค่าตอบแทนจากการประกอบอาชีพที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น 4 กลุ่ม คือ ตั้งแต่ 10,000 บาท ลงมา, 10,001 - 15,000 บาท, 15,001 - 20,000 บาท และตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

2. ทำให้ทราบถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

3. เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้รับบริการจากหินดาดรีสอร์ทได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการของโรงแรม
4. ข้อมูลทั่วไปของหินดาดรีสอร์ท
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

จากการทบทวนวรรณกรรม และ เอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นดังนี้

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Guralnik, 1976, p. 46 อ้างถึงใน ชนกสุดา เพ็ชรไทย, 2551, หน้า 25) ได้อธิบายว่าความคิดเห็น สามารถสรุปความหมายได้ดังนี้

ความเชื่อ ที่ไม่สามารถที่จะยืนยันได้แน่นอนว่าเป็นความรู้สึกแท้จริง แต่ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่ถูกต้องและมีเหตุผล หรือน่าจะเป็นความคิดเฉพาะบุคคลในการตัดสินใจ

การประเมินผล หรือความรู้สึกหรือการประมาณค่าเกี่ยวกับคุณลักษณะ หรือคุณค่าของบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ

รูปแบบการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาสาระซึ่งการให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นสิ่งที่ต้องการ

กู๊ด (Good, 1951, p. 224 อ้างถึงใน อรุณลักษณ์ พรหมทัตตานนท์, 2547, หน้า 6) ให้คำจำกัดความหมายว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ การตัดสินใจ ความรู้สึกประทับใจไม่ได้มาจากการพิสูจน์ หรือชั่งน้ำหนักว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

ธิดารัตน์ ปลื้มจิตต์ (2551, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านเจตคติ ความเชื่อ การตัดสินใจ ความนึกคิด ความรู้สึก และวิจารณญาณที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด การเขียนและอีกมากมาย โดยอาศัยพื้นความรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา

ชนกสุดา เพ็ชรไทย (2551, หน้า 26) ให้ความหมายว่า เป็นการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก การยอมรับหรือไม่ยอมรับ การเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้น ที่แต่ละบุคคลแสดงออกมา โดยสามารถแสดงออกทางการพูด การเขียน และการนึกคิด ทั้งนี้ความคิดเห็นยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

อุทัย หิรัญโต (2519, หน้า 80 - 81 อ้างถึงใน สุธินี แท่นทรายทอง, 2548, หน้า 7) ให้ความเห็นว่า ความคิดเห็นของคนมีหลายระดับ คือ อย่างผิวเผินก็มี อย่างลึกซึ้งก็มี สำหรับความคิดเห็นที่เป็นทัศนคติ (Attitude) นั้นเป็นความคิดเห็นอย่างลึกซึ้งและติดตัวไปเป็นเวลานาน เป็นความคิดเห็นทั่ว ๆ ไปไม่เฉพาะอย่าง และมีอยู่เป็นเวลาอันสั้นเรียกว่า Opinion เป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่งที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานที่เพียงพอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อย เกิดขึ้นง่ายแต่สลายเร็ว

จากการทบทวนวรรณกรรม มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้พอสรุปได้ว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางความรู้สึก และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการ การแสดงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมรอบกายขณะนั้นเป็นการตัดสิน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งความคิดเห็นของแต่ละคนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไปและอาจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาจนมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น

ออสแคมป์ (Oskamp, 1977 อ้างถึงใน เพทาย ศิริมุสิกะ, 2547, หน้า 12) ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็นดั้งนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and Physiological Factors) เป็นปัจจัยตัวแรกที่ไม่ค่อยจะได้พูดถึงกันมากนัก โดยศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพันธุกรรม จะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษา เจตคติ หรือความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ ได้ปัจจัยด้านร่างกาย เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และผลกระทบจากการใช้ยาเสพติดจะมีผลต่อความคิดเห็นและเจตคติของบุคคลเช่น คนที่มีความคิดอนุรักษ์นิยมมักจะเป็นคนที่มีอายุมาก เป็นต้น

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Direct Personal Experience) เป็นการกระทำหรือพบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ จากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือพบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ โดยตนเอง ทำให้เกิดเจตคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ เช่น เด็กทารกที่แม่ได้ป้อนน้ำส้มคั้นให้ทาน เขาจะมีความรู้สึกชอบ เนื่องมาจากน้ำส้มหวานเย็น หอม ชื่นใจ ทำให้เขามีความรู้สึกต่อน้ำส้มที่ได้ทานเป็นครั้งแรกเป็นประสบการณ์โดยตรงที่เขาได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว (Parental Influence) เป็นปัจจัยที่บุคคลเมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่และครอบครัว ทั้งนี้ เมื่อตอนเด็กเล็ก ๆ จะได้รับการอบรมสั่งสอน ทั้งในด้านความคิด การตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การให้รางวัลและการลงโทษ ซึ่งเด็กจะได้รับจากครอบครัวและจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับมา

4. เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Determinants of Attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความคิดเห็นและเจตคติต่าง ๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในโรงเรียน กลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

5. สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับสื่อเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ จะมีผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็นมีความรู้สึกต่าง ๆ เป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

นริศรา สุขเหม (2550, หน้า 12) ได้สรุปปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และอวัยวะต่าง ๆ และคุณภาพของสมอง

1.2 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และการศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในด้านต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล

1.3 ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งอาจเกิดจากการเรียนรู้จากบุคคลในสังคมหรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความเข้าใจในหน้าที่ความรับผิดชอบต่องานซึ่งส่งผลต่อความคิดเห็น

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น ซึ่งทำให้บุคคลนั้นเกิดความคิดเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

ฟอสเตอร์ (Foster, 1992, p. 88 อ้างถึงใน ชนกสุดา เพชรไทย, 2551, หน้า 26) ได้สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นว่ามีมูลเหตุ 2 ประการ คือ

ประสบการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล หมู่คณะ เรื่องราวต่าง ๆ หรือสถานการณ์ ความคิดเห็นเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้ยิน ได้พบเห็น ความคุ้นเคย อาจเป็นประสบการณ์ตรงหรืออ่านจากหนังสือโดยไม่ได้พบเห็นจริง เป็นประสบการณ์ทางอ้อม

ระบบค่านิยม และการตัดสินใจค่านิยมอันเนื่องจากกลุ่มชน ซึ่งแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินค่านิยมที่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงมีความคิดเห็นในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นพอสรุปได้ว่า ความคิดเห็นของแต่ละคนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไป อาจแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาจนมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นมากที่สุดคือ จากประสบการณ์โดยตรงของบุคคล รองลงมาคือ อิทธิพลจากครอบครัว ความคิดเห็นของกลุ่มและสื่อต่าง ๆ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย

การวัดความคิดเห็น

เบสท์ (Best, 1977, p. 77 อ้างถึงใน ธิดารัตน์ ปลื้มจิตต์, 2551, หน้า 23) ได้เสนอแนะว่าวิธีที่ง่ายที่สุดที่จะบอกความคิดเห็น ก็คือการแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อคำถาม เพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะใด

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ (2531 อ้างถึงใน กำจัด สุขเจริญ, 2544, หน้า 13) ได้เขียนในเอกสารของคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลเรื่อง การวัดทัศนคติ กล่าวถึง การสร้างมาตรวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็นมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี แต่วิธีที่แพร่หลายมี 4 วิธี คือ

1. วิธีของเธอร์สโตร (Thuatone's Method) เป็นวีสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาณแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็นหรือทัศนคติไปในทางเดียวกัน แล้วเสมือนว่าเป็น Scale ที่มีช่วงห่างเท่ากัน (Equal - Appearing Intervals)

2. วิธีของกัตต์แมน (Guttman's Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับข้อความทัศนคติสูง - ต่ำแบบเปรียบเทียบกันและกันได้จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้ และแสดงถึงการสะสมของข้อแสดงความคิดเห็น

3. วิธีจำแนกแบบเอส ดี สเกล (Samentic Differential Scale: S - D scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยอาศัยคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipo; ar Adjective) เช่น ดี - เลว, ขยัน - ขี้เกียจ เป็นต้น

4. วิธีของลิเคริท (Likert's Method) เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่นิยมแพร่หลาย เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบโดยจัดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบและให้คะแนน 5, 4, 3, 2, 1 หรือ +2, +1, +0, -1, -2 ตามลำดับการให้คะแนน Positive หรือทาง Negative จากการวัดความคิดเห็นพอสรุปได้ว่า วิธีวัดความคิดเห็นโดยสร้างวิธีการสร้างมาตรวัดความคิดเห็นตามวิธีของลิเคริท เป็นวิธีที่นิยมกันมากที่สุด เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลาผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบโดยการจัดอันดับ ซึ่งวิธีวัดความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของหินดาครีสอร์ท ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกทำโดยการสร้างมาตรวัดตามวิธีของลิเคริท ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พบว่ามีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

ความหมายของคุณภาพ (Quality)

สุวรรณี แสงมหาชัย (2541, หน้า 3 - 5) ได้กล่าวว่าคุณภาพเป็นหัวใจของการจัดการในยุคปัจจุบันในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง องค์การต้องพยายามหาวิถีทางปรับกลยุทธ์เพื่อให้สามารถก้าวไปข้างหน้าเหนือคู่แข่งรายอื่น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าและบริการของตนเอง และต้องมีความสามารถในการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาลูกค้าไว้ได้นาน ๆ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดและผลกำไรขององค์กร

แนวคิดพื้นฐานของคุณภาพ จึงพิจารณาได้ 2 ส่วน คือ

1. คุณภาพในส่วนของผู้ผลิต หมายถึง การผลิตสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งการวัดคุณภาพในส่วนนี้จึงอยู่ที่ว่าสินค้านั้น มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่กำหนดไว้เพียงไร

2. คุณภาพในส่วนของผู้บริโภค หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้บริโภคต้องการหรือดีกว่า ซึ่งเป็นดุลยพินิจของลูกค้าที่จะตัดสินความมีคุณภาพนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าหรือการให้บริการ หรืออาจกล่าวได้ว่าคุณภาพ คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้รับบริการ หรือลูกค้าที่มีต่อผลงานหรือสินค้า และบริการ

สุรศักดิ์ นานานุกูล และชำนาญ รัตนากร (2529 อ้างถึงใน วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547, หน้า 270) กล่าวว่า คุณภาพไม่ใช่ความฟุ่มเฟือยหรือรูปลักษณ์ของสินค้าที่มีราคาสูง แต่หมายถึงความพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าและความพอใจของหน่วยงานถัดไป

โดยทั่วไปเราสามารถแบ่งประเภทของคุณภาพของสินค้าและบริการออกได้หลายประเภทโดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549, หน้า 179 - 180)

1. ความยากง่ายในการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งคุณภาพในลักษณะนี้ออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 Search Quality หมายถึง คุณภาพที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนการซื้อ เช่น อาจจะประเมินได้จากการพิจารณาสีสัน รูปแบบ กลิ่น ราคา ความรู้สึกในการสัมผัส เป็นต้น

1.2 Experience Quality หมายถึง คุณภาพที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ภายหลังการซื้อ เช่น อาจประเมินได้จากรสชาติ ความคงทน ความยากง่ายในการใช้งาน หรือในขณะที่บริโภค เป็นต้น

1.3 Credence Quality หมายถึง คุณภาพที่ลูกค้ามีความยุ่งยากในการประเมินมากที่สุด ลูกค้าอาจไม่สามารถประเมินคุณภาพของการบริการได้ ถึงแม้ว่าจะได้บริโภคบริการนั้นไปแล้วก็ตาม

2. การพิจารณาจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น หรือกระบวนการของการบริการเป็นหลัก จะพิจารณาจากคุณภาพที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าหรือคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality - PSQ) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการ กรอนรูส (Gronroos, 1990 อ้างถึงใน ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549, หน้า 179 - 180) อธิบายว่าโดยทั่วไปคุณภาพของการบริการที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้านี้ จะสามารถแบ่งคุณภาพออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

2.1 คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินผลลัพธ์ (Outcome) ของการบริการที่ลูกค้าได้รับ หรือพิจารณาว่าเขาได้รับอะไร

2.2 คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินกระบวนการ (Process) หรือวิธีการในการให้บริการ

จิรวัส ฉัตรไชยสิทธิกูล, 2543, หน้า 14) ให้ความหมายคำที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพไว้คือ คำว่า Continuous Quality Improvement (CQI) หมายถึง การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ค่อยเป็นค่อยไป เน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรโดยมีเครื่องมือต่าง ๆ มากมายให้ทุกคนร่วมกันคิดร่วมกันทำและเป็นเจ้าของระบบงานที่สร้างขึ้นมาอย่างแท้จริง ทีมงานที่เริ่มต้นมักทำจาก จุดเล็ก ๆ ของปัญหา และแก้ปัญหาส่วนย่อย ๆ ที่คิดว่าเป็นปัญหาหลัก การพัฒนาข้ามหน่วยงาน ทำได้ยากนอกจากจะมีความมุ่งมั่นจากผู้บริหารระดับสูงอย่างแท้จริง

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2536, หน้า 14 อ้างถึงใน รัชนี ก้อนคำ, 2547, หน้า 10) ให้ความหมายของคุณภาพไว้ว่า ความสอดคล้องกับข้อกำหนดถึงระดับของประโยชน์ของบริการที่เอื้ออำนวยต่อผู้ใช้บริการและตอบสนองต่อความต้องการที่ตั้งใจหรือคาดหวังต่อการใช้บริการนั้น ๆ

ความหมายของคุณภาพสรุปได้ดังนี้ คุณภาพ หมายถึง มาตรฐานการบริการหรือสินค้าที่กำหนดไว้ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะได้รับความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับข้อมูลของแต่ละบุคคลที่รับรู้มา

ความหมายของการบริการ

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่ามีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้ดังนี้

บังอร ชลสกุลถาวร (2549, หน้า 7) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างยอดเยี่ยม เป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องมีความสะดวก สะอาด รวดเร็ว และถูกต้อง ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อันนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

ชัชชณา หิรัญสุนทร (2543, หน้า 11) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ เป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น อาจกล่าวสรุปได้ว่า การบริการมีความหมายโดยรวม คือ 1) การช่วยเหลือหรืออนุเคราะห์หรือให้ความสะดวก 2) กิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่นตามหน้าที่การงาน

สุพัตรา สุภาพ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน พวงเพ็ญ ดำรงกุลชัย, 2548, หน้า 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคือ การสร้างบรรยากาศที่ทำความพอใจให้กับลูกค้าที่มาขอรับบริการ ซึ่งการบริการจะต้องคำนึงถึง

1. ลูกค้าต้องการอะไร
2. ฟังอย่างตั้งอกตั้งใจ
3. ทำให้ลูกค้าประทับใจ
4. ทำด้วยใจรัก ไม่ทำตามหน้าที่
5. เต็มใจ และตั้งใจ
6. มีศิลปะในการให้ เพื่อลูกค้าจะได้บริการที่ดี

7. อย่าเคร่งกฎเกณฑ์มากนัก

8. ยิ้มแย้มแจ่มใส

9. ให้ความสะดวก

10. มารยาทดี

เว็บเบอร์ (Weber, 1966 อ้างถึงใน วรพจน์ แสงกุล, 2550, หน้า 13) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้ บริการว่า การจะให้บริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

การให้บริการที่ดีมีคุณภาพ ตามหลักคำว่า S - E - R - V - I - C - E - S ดังนี้

S = Smart & Smile บุคลิกดีมีความมั่นใจในการทำงานและยิ้มแย้มแจ่มใส

E = Emotion มีอารมณ์ดี

R = Relation สร้างความสัมพันธ์ ยกย่อง ให้เกียรติลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน

V = Voice ใช้เสียงและคำพูดที่สุภาพและให้เกียรติ

I = Image สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ตนเองและสถาบัน

C = Courteous สุภาพอ่อนน้อม มีมารยาทดีในการให้บริการ

E = Enthusiastic มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

S = Skill มีความชำนาญในการทำงาน

จากความหมายของบริการพอสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ความหมายของคุณภาพบริการ

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่ามีผู้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ดังนี้

ชเมนเนอร์ (Schmenner, 1995 อ้างถึงใน ชาว HRD, 2552) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ว่าบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ เลิฟล็อค (Lovelock, 1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือ

บริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพ ในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

ซีเนลดีน (Zineldin, 1996 อ้างถึงใน ชาว HRD, 2552) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ

วิชเชอร์ และคอร์เนย์ (Wisher & Corney, 2001 อ้างถึงใน ชาว HRD, 2552) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีแนวการศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (Superiority of the Service)

วีระพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543, หน้า 14 - 15) คุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

ฉิชมน จันทร์ทองแก้ว (2545, หน้า 59) สรุปคุณภาพให้บริการ หมายถึง การเปรียบเทียบของลูกค้า ระหว่างสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการใช้บริการนั้น ๆ กับการเรียนรู้เมื่อใช้บริการนั้นจริงว่ามีความแตกต่างหรือไม่ ถ้าช่องว่างการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังต่อบริการกับการรับรู้บริการที่ได้รับจริง ไม่แตกต่างกันมาก ก็จะรับรู้ว่าบริการนั้นเป็นบริการที่มีคุณภาพ

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง มาตรฐานการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจด้านการบริการเพื่อให้สมกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้รับบริการ

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการของผู้รับบริการ

ในการประเมินคุณภาพของการบริการทั่ว ๆ ไป ลูกค้ามักใช้เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการที่ได้รับ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ ซึ่งซีเทมล์, พาราสุรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990, pp. 21 - 22 อ้างถึงใน จิดาภา ศุภพลทองโชติ, 2551, หน้า 18 - 19) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในให้บริการ

2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมา

3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความมีอัธยาศัยนอบน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจมีน้ำใจและเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ

7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตรายความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ

8. การข้าถึงบริการ (Access) หมายถึงการติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ

10. การเข้าใจลูกค้าและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding of Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการ ดังกล่าว

กลยุทธ์การบริหารการตลาดในเชิงคุณภาพ

การจัดการคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการของธุรกิจถูกทดสอบจากการเผชิญหน้าเพื่อรับบริการแต่ละครั้ง ถ้าพนักงานขายทำตัวน่าเบื่อหน่าย ไม่สามารถตอบคำถามง่าย ๆ หรือไปหาคำตอบจากเพื่อนร่วมงานปล่อยให้ลูกค้ารอ ลูกค้าจะคิดอีกครั้งว่าจะทำธุรกิจกับผู้ขายรายนั้นอีกหรือไม่

พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (1983 อ้างอิงใน วีรยา หย่ำวิไล, 2546, หน้า 9 - 10) กล่าวว่า ลูกค้าสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการจากประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าจากปากต่อปาก และจากโฆษณา ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ถ้าพบบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงข้าม ถ้าบริการที่ได้รับเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังไว้ย่อมเกิดความพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

การรับรู้บริการ (Perceived Service) หมายถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการตามภาวะจริงที่เกิดขึ้น และความคาดหวังบริการ (Expected Service) หมายถึงความรู้สึกนึกคิดอย่างมีวิจารณญาณ

ของบุคคลที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ควรจะมีจะเป็นหรือจะเกิดขึ้นในอนาคตตามความเป็นจริงและความเหมาะสมของสถานการณ์ คือ คุณภาพบริการ = การรับรู้บริการ - ความคาดหวังบริการ ซึ่งค่าความแตกต่างดังกล่าวจะสะท้อนถึงคุณภาพบริการ นอกจาก พาราเชอราแมนและคณะ จะศึกษาปริมาณความแตกต่างระหว่างความคาดหวังบริการกับการรับรู้บริการแล้วยังสร้างรูปแบบคุณภาพบริการโดยเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลักในการจัดการให้แก่ผู้รับบริการตามคาดหวัง ซึ่งประกอบไปด้วยช่องว่างคุณภาพบริการจำนวน 5 ช่องว่างหากการบริการที่จัดให้เกิดมีช่องวางคุณภาพบริการดังกล่าวนี้ เป็นการแสดงถึงว่าบริการที่ได้รับไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นไม่มีคุณภาพนอกจากนี้ช่องว่างคุณภาพบริการดังกล่าว ยังสามารถทำให้เกิดความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้ว่าสิ่งใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดคุณภาพบริการที่ดีแก่ผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการเองจำเป็นต้องเข้าใจถึงช่องว่างคุณภาพบริการที่มีอยู่จริง และเกิดขึ้นอย่างเป็นปกติในการให้บริการโดยช่องว่าง 5 เป็นช่องว่างในส่วนของผู้รับบริการ ที่แสดงถึงการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังบริการกับการรับรู้บริการของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับ กล่าวได้ว่าเป็นช่องว่างที่สำคัญมาก ทั้งนี้เพราะสามารถชี้ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังบริการของผู้รับบริการกับการรับรู้บริการที่ได้รับความแตกต่างนี้แปลเป็นความพึงพอใจของผู้รับบริการซึ่งอาจเป็นทั้งผลบวกและลบคือ การบริการอาจะทำให้ผิดหวังหรือได้รับเกินกว่าความคาดหวัง เมื่อผลออมมาเป็นลบ แสดงว่าผู้รับบริการไม่พึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามผลเป็นบวกแสดงว่าผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจและชื่นชมกับบริการที่ได้รับ

วิธีวัดคุณภาพบริการ

ซีเทมล์, พาราสุรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 2006 อ้างถึงใน จิดาภา ศุภพลทองโชติ, 2551, หน้า 18 - 19) กล่าวไว้ว่า การวัดคุณภาพบริการ คือ เทคนิคที่สามารถใช้แสดงการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างคุณภาพบริการขององค์การกับความต้องการในคุณภาพบริการของลูกค้า เป็นวิธีดัดแปลงมาจากประสบการณ์สังเกตที่อาจจะเคยใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพบริการในองค์การภาคบริการ วิธีการนี้มีผลต่อการพัฒนาความเข้าใจในเป้าหมายการรับรู้ความต้องการด้านบริการของลูกค้า เป็นการวัดการรับรู้คุณภาพบริการขององค์การโดยใช้คำถามเปรียบเทียบด้านกับ "ความเป็นเลิศ" ขององค์การ ผลการวิเคราะห์ช่องว่างอาจถูกนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพบริการต่อไป ในปี ค.ศ. 1983 พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (1983 อ้างอึงใน อ้างถึงใน วรียา หย่ำวิไล, 2546, หน้า 16 - 19) ได้ร่วมพัฒนารูปแบบ การประเมินคุณภาพบริการโดยคำนึงถึงการรับรู้ของผู้บริการ มีเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพบริการ 10 ด้าน (Ten Dimensions for Evaluating Service Quality) คือ

1. การให้บริการอย่างเหมาะสม (Appropriate) หมายถึงการจัดบริการที่ตระหนักถึงการตอบสนองหรือการต่อต้านบริการ โดยคำนึงความคิดเห็นของผู้รับบริการในการให้คุณค่าของบริการที่ตอบสนองความต้องการ และให้ผู้รับบริการมีส่วนสำคัญในการชี้วัดคุณภาพบริการ

2. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมเต็มใจที่จะให้บริการและการอุทิศเวลาสามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับบริการได้ทันท่วงที มีการติดต่ออย่างต่อเนื่องปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีความต้องการของผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสม มีการสื่อสารที่ดีในการชี้แจงการให้บริการทุก ๆ ครั้ง เป็นต้น

3. สรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและมีความรู้ความสามารถในการบริการ ทั้งด้านการสื่อสารและวิชาการประจักษ์และตอบสอนงความต้องการของผู้รับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการรักษาโรคในขณะที่บุคคลอื่น ๆ ในทีมสุขภาพต้องมีความรู้ ความสามารถในสาขาของตนเองและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการให้บริการเต็มที่

4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การจัดบริการที่ง่าย ไม่ซับซ้อน หรือบริการจุดเดียวสำหรับทุกอย่าง (One Stop Service) ซึ่งผู้รับบริการจะต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกในการมาใช้บริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมายซับซ้อนเกินไปบริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวก การบริการเป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนานเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้รับบริการ และการบริการไปอย่างเสมอภาคกับผู้รับบริการทุกคน เป็นต้น

5. ความสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) เป็นพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการที่บ่งบอกถึงความเคารพในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ จะต้องมีความสุภาพ มีความเอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม รวมทั้งการมีกิริยามารยาท การแต่งกายสุภาพ มีบุคลิกภาพดี

6. การสื่อสาร (Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการมีความสำคัญต่อคุณภาพของบริการ นอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้วยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรักษาและทางเลือกในการรักษา เป็นต้น ซึ่งต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน ใช้วาจาที่เหมาะสมและเข้าใจง่ายตามสภาพของผู้รับบริการ โดยอาจอยู่ในรูปของการสนทนาหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

7. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) เป็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งเกิดจากการแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการถือว่าเป็น

ส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่งสำหรับการให้บริการทางสุขภาพ และส่งผลให้มีผู้มารับบริการมากขึ้น มีการสื่อสารติดต่อกันในประเด็นของคุณภาพบริการในระหว่างกลุ่มของผู้รับบริการ อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือของผู้มารับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการนั้น อาจเกิดจากปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น ชื่อเสียงขององค์การและบุคลากรต่าง ๆ ที่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน

8. ความปลอดภัยมั่นคง (Security) เป็นการจัดบริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยมั่นคงให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้งชื่อเสียงการปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษาความลับของผู้ป่วย การรักษาความปลอดภัยเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์มีความปลอดภัย เป็นต้น

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/ Knowing the Customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ เช่น พยาบาลสามารถรู้ชื่อผู้รับบริการในแผนกของตนได้ การมีระบบเก็บรักษาข้อมูลในอดีตของผู้รับบริการ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ในการรักษาได้อย่างรวดเร็ว การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้รับบริการ

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เป็นการจัดบริการที่ปรากฏให้ผู้รับบริการได้เห็นอย่างชัดเจน โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับผู้บริการที่ผู้รับบริการได้รับจริง บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจน และง่ายขึ้น การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมบริการ การจัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การจัดสถานที่ให้บริการสะอาดสวยงาม เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่โตหรูหรา มีเครื่องมือใช้ที่ทันสมัย ราคาแพง รวมทั้งราคาของบริการนั้น ๆ ด้วยในบางครั้งก็สามารถทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับบริการที่ดีกว่า แม้จะได้รับการรักษาเช่นเดิม นอกจากนี้รวมถึงการแสดงตัวอย่างประกอบการให้สุขศึกษา การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อตลอดจนความมีอัธยาศัยไมตรี

ต่อมาในปี ค.ศ.1988 พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19) ได้ทำการวิจัยใหม่ และปรับปรุงรูปแบบการประเมินคุณภาพบริการจาก 10 ด้าน เป็น 5 ด้าน โดยสรุปรวมข้อที่ 4 - 10 เหลือแค่เพียง 2 ด้าน เนื่องจากมีความซับซ้อนในบางด้าน และมีรายละเอียดมากเกินไปทำให้ยุ่งยากในการประเมิน เครื่องมือประเมินคุณภาพที่ปรับปรุงใหม่มีชื่อเรียกว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง บริการที่ให้แก่ผู้รับบริการต้องปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า

ได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้มารับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองของการให้บริการ (Responsiveness) หมายถึง การจัดบริการที่ตรงกับความต้องการผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการพยาบาล สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆของผู้รับบริการได้ทันท่วงที ช่วยบรรเทาความทุกข์ทรมานและแก้ไขปัญหาให้กับผู้รับบริการได้โดยวิธีการให้ข้อมูลและการช่วยเหลืออื่น ๆ

4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวลมีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสาร ความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถ ในการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวลมีกิริยาที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้ใช้บริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่าง และความจำเป็นเร่งด่วนของผู้รับบริการแต่ละคน

ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการ โดยการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังบริการและระดับการรับรู้บริการในทั้งด้าน 5 ด้านดังกล่าว ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังบริการและการรับรู้บริการคือการวัดคุณภาพบริการซึ่งแปลเป็นความพึงพอใจ โดยจะเป็นความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบ หากระดับการรับรู้บริการที่เกิดขึ้นมีค่าต่ำกว่าระดับความคาดหวังบริการหมายถึงการยังไม่ยอมรับคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นว่าระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ

คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของผู้มารับบริการ จะได้รับความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับรู้มาก่อนหรือเกิดขึ้นทันที่ทันใดเมื่อมารับบริการ ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องมีการประเมินวัดคุณภาพการบริการของเราเพื่อหาความบกพร่องและนำข้อมูลที่ได้รับนำไปปรับปรุงแก้ไขงานบริการนั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการ

ประเมินคุณภาพมีองค์ประกอบรายด้านทั้ง 5 ด้านมีเนื้อหาครอบคลุมมากที่สุด จึงนำเป็นเครื่องมือใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การบริหารคุณภาพของจูราน (The Juran Trilogy)

การบริหารคุณภาพของจูราน (Juran, n.d. อ้างอิงใน พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2546, หน้า 41 - 42) ในการบริหารคุณภาพนั้นสามารถนำรูปแบบคุณภาพตามแนวคิดของจูราน ที่เรียกว่า "The Juran Trilogy" มาใช้ในการวางระบบคุณภาพกับองค์การ ดังภาพ

ภาพที่ 1 รูปแบบคุณภาพแนวคิดของจูราน (The Juran Trilogy)
(Juran, n.d. อ้างถึงใน พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2546, หน้า 41 - 42)

1. การวางแผนคุณภาพ (Quality Planning) คือกระบวนการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และการออกแบบการทำงานในการให้บริการขององค์การเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการกำหนดระบบคุณภาพบริการในภาพรวมขององค์การ และการกระจายรายละเอียดลงไปยังสัดส่วนปฏิบัติงาน โดยการกำหนดเป็นมาตรฐานให้กับผู้ปฏิบัติงานใช้ในการทำงาน กำหนดจุดควบคุม เช่น การออกแบบขั้นตอนการปฏิบัติงานตั้งแต่ลูกค้าขับรถเข้ามาที่ร้านอาหารเสร็จและกลับออกไป พร้อมกำหนดจุดตรวจสอบและจุดควบคุม เช่น ความสะอาดของจาน โต๊ะและห้องอาหาร การใช้เวลาการทำอาหาร และรสชาติของอาหาร

2. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) คือการตรวจติดตามการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่ออกแบบไว้ เพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่องไปถึงลูกค้า เช่น ควบคุมไม่ให้ลูกค้ารออาหารนานเกิน 15 นาที หากเกิดปัญหาหรือขัดข้อง ร้านก็มีแผนรองรับเพื่อปฏิบัติต่อลูกค้าได้ทันที

3. การปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement) คือ การยกระดับคุณภาพการทำงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเดิมที่มีแผนคุณภาพและมาตรฐานแล้ว จะสามารถทำการปรับปรุงมาตรฐาน

ให้สูงขึ้นได้ โดยการจัดตั้งทีมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อนสนองตอบความต้องการของลูกค้าที่มีสูงขึ้นเสมอ

การบริหารคุณภาพบริการ ควรเริ่มต้นที่จุดส่งมอบบริการ (Front Line) เช่น บริเวณหน้าเคาน์เตอร์ Call Center หลังจากนั้นจึงนำตัวอย่างที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ไปประยุกต์ใช้ในการขยายไปยังงานสนับสนุน (Back Office) และตัวแทนจำหน่าย โดยในการเริ่มต้นจำเป็นต้องมีการเตรียมการก่อนวางระบบการจัดการคุณภาพบริการ ดังนี้

1. Commitment ของผู้บริหารสูงสุดเพื่อที่วางแผนในการนำองค์การและพนักงานไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน

2. การฝึกอบรมความรู้ในเรื่องของการจัดการคุณภาพบริการเพื่อให้พนักงานทุกคนทราบถึงทิศทางขององค์การในรูปแบบเดียวกันและบทบาทในการดำเนินงานของตนเองและทำให้เกิด Awareness ในการรับผิดชอบร่วมกันทั้งองค์การ

3. จัดทำโครงสร้างการดำเนินงานบริหารคุณภาพ และรวบรวมข้อมูลการปฏิบัติงานเบื้องต้น

4. กิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

มิติของคุณภาพในการบริการ (Dimension of Service Quality)

เลิฟล็อค และไรท์ (Lovelock & Wright, n.d. อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงคกุล และคณะ, ผู้แปล, 2546, หน้า 237 - 238) ได้ระบุมิติของคุณภาพในการบริการไว้อย่างกว้าง ๆ 5 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้: บริษัทขึ้นอยู่กับการให้บริการตามที่สัญญาไว้เป็นระยะเวลานานหรือไม่

2. ความมีตัวตน: สิ่งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ของผู้ให้บริการเช่น เว็บไซต์ อุปกรณ์ต่าง ๆ บุคลากร และวัสดุทางการสื่อสารมีลักษณะเป็นอย่างไร

3. การโต้ตอบจากพนักงาน: พนักงานของบริษัทให้ความช่วยเหลือ และความสามารถให้บริการอย่างทันทีทันใดหรือไม่

4. ความไว้วางใจ: พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ ความสุภาพ ความสามารถและความซื่อสัตย์หรือไม่

5. ความเอาใจใส่: บริษัทที่ให้บริการมีการดูแลและสนใจในตัวลูกค้าอย่างเป็นส่วนตัวหรือไม่

ในมิติทั้ง 5 นี้ ความเชื่อถือได้พิสูจน์ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการของลูกค้า การปรับปรุงความความเชื่อถือเรียกได้ว่าเป็นหัวใจของการยกระดับคุณภาพของการบริการ เนื่องจากบริการที่เชื่อถือไม่ได้นั้นหมายถึงการทำลายคำมั่นสัญญา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ในลักษณะต่าง ๆ ที่ลูกค้าใส่ใจ ถ้าบริการได้ไม่น่าไว้วางใจลูกค้าจะตีความว่าบริษัทไม่มีความสามารถและอาจเปลี่ยนไปหาผู้ให้บริการรายอื่น

การจัดประสบการณ์ลูกค้า 4 พี

คำนวณ ประสมผล (2547, หน้า 85 - 87) กล่าวว่าประสบการณ์ด้านธุรกิจใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าจะถูกกำหนดด้วยหลัก 4 พี ซึ่งเป็นหลักที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบประสบการณ์ของลูกค้า เรียกว่า การจัดประสบการณ์ของลูกค้า 4 พี ได้แก่

1. ทักษะเกี่ยวกับบุคลากร (People Skill) คุณภาพของปฏิกิริยาที่ได้รับจากผู้ให้บริการลูกค้าต้องมาก่อน (The Customer Come 1st) ซึ่งได้แก่

C = สารที่สื่ออย่างชัดเจน (Clear Message)

O = ทัศนคติ "ใช้ได้" (Ok Attitude)

M = การทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ (Making People Feel Special)

E = พลังงาน (Energy)

1st = ความประทับใจครั้งแรกและครั้งล่าสุด (First and Last Impression)

2. ผลิตภัณฑ์ (Product) คุณภาพของสินค้าที่ซื้อ

3. การนำเสนอ (Presentation) ความประทับใจในองค์ประกอบแวดล้อมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น สถานที่ เอกสาร การบรรจุหีบห่อ เละอื่น ๆ

4. กระบวนการต่าง ๆ (Processes) กระบวนการหรือระบบที่มีประสิทธิภาพและเอื้อต่อลูกค้า อันจะให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และการบริการรวดเร็วและราบรื่น

เพื่อให้ประสบความสำเร็จด้านการบริการ จะต้องจัดการประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากบริษัทโดยต้องมั่นใจว่า

1. พนักงานทุกคนมีทักษะเกี่ยวกับบุคลากรอย่างดีเยี่ยม

2. ขายหรือเสนอผลิตภัณฑ์ที่เยี่ยมยอด

3. นำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือการบริการและองค์ประกอบแวดล้อมด้วยวิธีการที่เป็นเลิศ

4. กระบวนการนำส่งหรือสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือการบริการเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

ส่วนประกอบการตลาด (Marketing Mix)

ฉัตยาพร เสมอใจ (2547, หน้า 52) ได้เรียกกลยุทธ์หรือองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารการตลาดว่า "ส่วนประสมการตลาด" (Marketing Mix) หรือ 4P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นหลัก เพื่อธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรง

353498

กับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด โดยเฉพาะในการตลาดที่มีการแข่งขันสูงที่ทำให้ต้องมุ่งเน้นที่ตลาดเฉพาะส่วน (Niche Market) จะสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากสินค้าด้านรูปแบบและการดำเนินงาน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย

2. ราคา (Price) สำหรับการวางแผนด้านราคา นอกเหนือจากต้นทุนในการผลิต การให้บริการ และการบริหารแล้ว ก็ต้องพิจารณาถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้าเป็นหลักด้วย ธุรกิจต้องพยายามลดต้นทุนและภาระที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบ ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยทั้งด้านเวลา จิตใจ ความพยายามทางร่างกาย และความรู้สึกทางลบต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับด้วย

3. การจัดจำหน่าย (Place) ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการรับบริการ การส่งมอบลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดซึ่งการจัดจำหน่ายบริการมีรายละเอียดมากกว่าการหาช่องทางในการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) ที่เหมาะสมต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง (location) การส่งมอบบริการแก่ลูกค้า (Service Delivery) อีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะช่วยให้ลูกค้าทำตามสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตังผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ และการตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันไปในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และการตลาดทางตรงที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันจึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน

การวัดคุณภาพงานบริการ (Measuring Service Quality: The SERVQUAL System)

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548, หน้า 187 - 193) ได้กล่าวถึงการวัดคุณภาพงานบริการว่าจะเน้นเกี่ยวกับโปรแกรมการวิจัยระบบ เริ่มต้นที่ผู้บริโภค เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Groups) ทำให้ทราบถึงคุณภาพงานบริการ สรุปได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ความมีตัวตนจับต้องได้ (Tangible) เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพให้จับต้องได้ ผู้บริโภคจึงใช้สภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตนและอยู่รอบ ๆ บริเวณในการประเมิน ลักษณะความมีตัวตนจับต้องได้ของ SERVAUAL นี้จะเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริโภคกับผลการปฏิบัติงานของธุรกิจที่เกิดจากความสามารถของธุรกิจในการจัดการกับสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งมีหลายสิ่งหลายอย่างมาประกอบเข้าด้วยกัน อาทิเช่น พรม โต๊ะเขียนหนังสือ แสงสว่าง สีผนังห้อง แผ่นพับ รวมทั้งพนักงานของธุรกิจด้วย ดังนั้น 2 ส่วนที่เน้นของด้านนี้คือ

1.1 เน้นที่อุปกรณ์และเครื่องอำนวยการความสะดวกทางวัตถุ

1.2 เน้นที่ตัวพนักงาน และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร

2. ความน่าเชื่อถือ โดยทั่วไปแล้วความน่าเชื่อถือจะสะท้อนมาจากความสม่ำเสมอความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัท บริษัทสามารถรักษาระดับการให้บริการได้ตลอดเวลาหรือไม่ คุณภาพมีการแปรไปตามการให้บริการแต่ละครั้งหรือไม่ รวมทั้งการบันทึกข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่มีอะไรสร้างความขุ่นข้องใจให้กับลูกค้าบ้างนอกจากตัวผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคพร้อมที่จะจ่ายเงินถ้าผู้ให้บริการสามารถแสดงออกให้เห็นว่าเข้าจะได้รับบริการตามที่ได้สัญญาไว้

3. ความรับผิดชอบเป็นผลที่สะท้อนมาจากการปฏิบัติตามข้อตกลงที่จะให้บริการ การวัดคุณภาพงานบริการด้านความรับผิดชอบตาม SERVQUAL นั้นจะเกี่ยวข้องกับเต็มใจและ/ หรือความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการ โอกาสที่ลูกค้าจะเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่พนักงานเอาแต่พูดคุยกันเอง โดยละเลยความต้องการของลูกค้า ลักษณะเช่นนี้เป็นตัวอย่างที่เรียกว่าไม่รับผิดชอบ

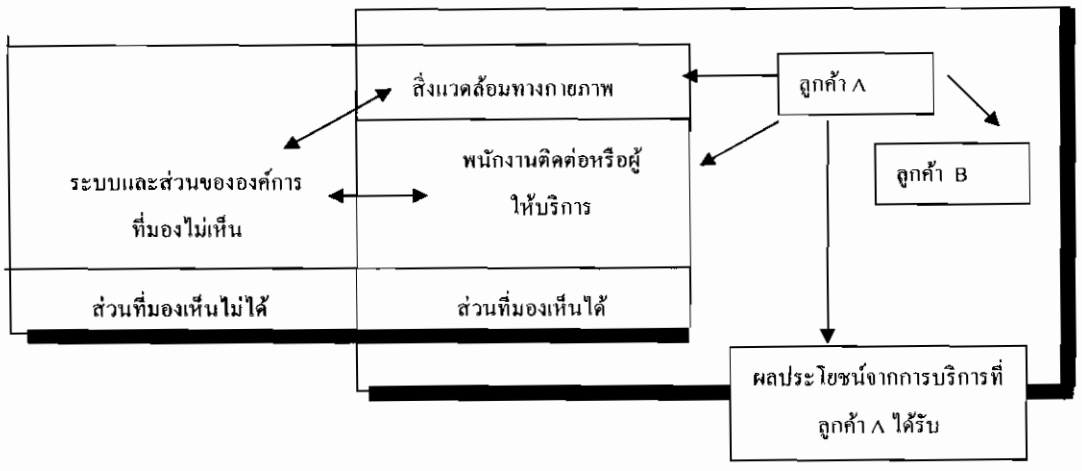
ความรับผิดชอบยังเป็นผลสะท้อนจากการเตรียมการของบริษัทในการให้บริการ เช่น ภัตตาคารที่เปิดใหม่จะไม่โฆษณาเปิดร้านในเวลากลางคืน เพราะระบบส่งมอบบริการนี้จะต้องกระทำต่อหน้าฝูงชนคนจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องลดความล้มเหลวของบริการให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด ผลที่ตามมาคือมีการร้องเรียนจากลูกค้าน้อยลงไป

4. ความมั่นใจ ความแน่นอนจะเป็นภาพรวมของความสามารถ (Competence) ของบริษัท มารยาทของพนักงาน (Courtesy) และความปลอดภัย (Security) เมื่อมารับบริการ ความสามารถของพนักงานจะเกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะในงานบริการเพื่อนนำความเชื่อถือและความมั่นใจมาสู่ลูกค้า

มารยาทจะดูได้จากปฏิกิริยาของพนักงานที่มีต่อลูกค้าว่าเป็นอย่างไร พนักงานที่มีมารยาทจะเป็นพนักงานที่สุภาพ มีความเป็นมิตร มีความหวังดี สนใจที่จะดูแลทรัพย์สินของลูกค้า เช่น ช่างซ่อมรถยนต์ใช้กระดาษปูในรถขณะซ่อมเพื่อไม่ให้เบาะและพรมเลอะ

ความปลอดภัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการประเมินคุณภาพงานบริการด้านความแน่นอน ความปลอดภัยเป็นความรู้สึกของลูกค้าที่รู้สึกว่าเขาหรือเธอจะไม่พบกับอันตราย ความเสี่ยง ความกังวลใด ๆ เมื่อมารับบริการ เช่น การให้บริการถอนเงินจากตู้ ATM ให้ลูกค้ารู้สึกว่าปลอดภัยถ้าจะมาถอนเงิน ซึ่งเป็นความปลอดภัยด้านกายภาพ นอกจากนี้ความปลอดภัยยังรวมถึงสถานภาพความเสี่ยงทางการเงินและความมั่นใจทางการเงินด้วย

5. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา บริษัทจะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้บริการตรงกับความต้องการเหล่านั้นแก่ลูกค้า โดยคิดว่าถ้าเราได้รับบริการนั้นเราจะมีความรู้สึกอย่างไร ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 2 ตัวแบบระบบการบริการ (The Servction Service Model)
ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548, หน้า 187 - 193)

จากตัวแบบของระบบการบริการ (Servuction System) (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, 2548, หน้า 14 - 15) ธุรกิจบริการจะมีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ผู้บริโภคมองเห็นได้ (Visible) และส่วนที่มองไม่เห็น (Invisible) ส่วนที่มองเห็นไม่ได้ เช่น ครัวในภัตตาคาร ฝ่ายทำความสะอาดห้องพักของโรงแรม ส่วนนี้จะมีผลต่อส่วนที่มองเห็นได้ของธุรกิจ ซึ่งสามารถแยกออกเป็นสองส่วนคือสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดบริการ และพนักงานที่ติดต่อรวมทั้งผู้ให้บริการ นอกจากนี้ตัวแบบ (Model) ยังอธิบายว่าลูกค้า A ซึ่งเป็นผู้ซื้อบริการ มีอิทธิพลต่อลูกค้า B ผู้ซึ่งติดต่อกับธุรกิจด้วยเหมือนกัน และเวลาเดียวกับเช่น ลูกค้าในภัตตาคารพอใจกับบริการเหมือนเดิมก็ตาม หรือผู้โดยสารสายการบินจะมีความพึงพอใจมาก ถ้าได้นั่งข้างผู้โดยสารที่พูดคุยสนุกสนาน ทำให้เวลาการเดินทางดูเหมือนสั้นลง

กลยุทธ์การบริหารการตลาดในเชิงคุณภาพสรุปได้ว่า การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นทันทีที่มีการตกลงซื้อขายกัน ดังนั้นการรับรู้ถึงคุณภาพบริการจะสามารถวัดได้หลังจากที่ใช้บริการนั้นแล้ว ซึ่งผู้ซื้ออาจจะรับรู้ถึงคุณภาพมาก่อนจากคำบอกเล่าบ้าง สื่อโฆษณาบ้าง หรืออาจจะไม่รู้มาก่อนเลยก็ได้ ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะได้รับมากหรือน้อยขึ้นอยู่ที่ผู้บริการใช้ความคาดหวังที่รับรู้มาก่อน หรือเพิ่งได้รับมาเปรียบเทียบการรับรู้ของตนเอง ถ้าความพึงพอใจผล

ออกมาในเชิงบวกก็แสดงว่า การให้บริการนั้นได้รับความพึงพอใจ แต้ถ้าความพึงพอใจออกมาในเชิงลบก็แสดงว่า การบริการนั้นไม่ได้รับความพึงพอใจ ดังนั้นการบริการจึงจำเป็นที่ต้องอาศัยขบวนการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อเป็นการหาจุดเด่นและจุดด้อยของขบวนการให้การบริการเพื่อเป็นการพัฒนาระดับบริการให้ตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เมื่อการบริการเป็นผลิตภัณฑ์จึงเปรียบเสมือน ผลิตภัณฑ์ทั่ว ๆ ไปที่จำเป็นจะต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ โดยอาจใช้หลัก 7P ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) รีสอร์ทจะต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ ห้องพักอยู่ตลอดเวลา และปรับปรุงบริเวณสถานที่ด้วยการตบแต่งด้วยการปลูกไม้ดอกและไม้ประดับเป็นต้น

2. ราคา (Price) ระดับราคาต้องเหมาะสมกับความเป็นจริงของที่พัก และยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เช่น ช่วง Low Season ราคาห้องพักควรต่ำกว่าช่วง High Season

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) รีสอร์ทต้องให้ข้อมูลในการติดต่อให้ชัดเจนเพื่อสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการจัดตั้งตัวแทนจัดจำหน่าย มีการออกสื่อโฆษณา

5. บุคลากรในการบริการ (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ และต้องมีการอบรมให้ความรู้ใหม่ ๆ ตลอดเวลา

6. กระบวนการให้บริการ (Process) ขั้นตอนการให้บริการต้องลดความยุ่งยาก และควรยืดหยุ่นตามสถานการณ์

7. องค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence) สถานที่ในการให้บริการ อุปกรณ์ในการให้บริการ การแต่งกายของพนักงานมีแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของรีสอร์ท

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเมื่อนำผลการวิจัยต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อหาตัวแปรต้น พบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จึงนำปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มากำหนดเป็นตัวแปรต้นสำหรับการวิจัยนี้

ส่วนตัวแปรตามเมื่อทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยต่าง ๆ พบว่าการศึกษาคุณภาพการบริการ พิจารณาจากปัจจัยดังนี้

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือประเมินคุณภาพที่เรียกว่า SERVQUAL ของ พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19) มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)

รัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้ผู้รับบริการ ได้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงแรมอันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับ การดูแลห่วงใย และตั้งใจในการให้บริการของพนักงาน บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมที่สัมผัสได้จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการที่ชัดเจนขึ้น

พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry, 1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 37 - 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบริการที่ดีต้องจับต้องได้เป็นรูปธรรม

วรรณาภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550, หน้า 5)ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยประโยชน์ต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารให้ผู้รับบริการรับรู้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณลักษณะของสิ่งอำนวยประโยชน์ทางกายภาพ เครื่องมือบุคลากร และวัสดุสื่อสารที่ปรากฏให้เห็นในโรงแรม

วีรวรรณ วิชญธาดา (2552, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ได้แก่ มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้กับงานเอกสารทั้งระบบ มีการออกแบบและจัดวางเหมือนจริงด้วยคอมพิวเตอร์ มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ทันสมัยและใช้งานได้ดี มีการออกแบบการจัดวางที่เหมาะสมและใช้งานได้จริง ผู้รับเหมาและคนงานมีบุคลิกภาพที่เป็นมืออาชีพ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพโดยทั่วไปของรีสอร์ทที่ปรากฏต่อผู้รับบริการ เช่น สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาดและเรียบร้อย สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่พักเพียงพอ สะดวก สบาย มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/ จุดบริการชัดเจนอ่านเข้าใจง่าย และมีบริการครบครันเช่น อุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง

2. ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ (Reliability)

รัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถของพนักงานในการให้ บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ถูกต้องแม่นยำ มีความเหมาะสมที่ให้บริการทุกครั้ง และการให้บริการจะต้องได้ผลสม่ำเสมอในทุกจุดที่ให้บริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นเชื่อถือได้

พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry, 1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 37 - 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบริการที่ดีต้องไว้ใจได้ มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องแม่นยำ ไม่ว่าจะมาใช้บริการเมื่อไร

วรรณาภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถในการให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถในการให้บริการตามสัญญา หรือตามที่โรงแรมได้ยืนยันไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้

วีรวรรณ วิชญธาดา (2552, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบริษัทฯ ต้องแสดงถึงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอย่างถูกต้องและเหมาะสม ได้แก่ คุณภาพของงานเป็นไปตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ สามารถติดต่อกับบริษัทและผู้รับเหมาได้ตลอดเวลา คุณภาพของงานตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรกสามารถทำงานเสร็จทันตามเวลาที่กำหนดทุกครั้ง มีการแจ้งเวลาการเข้าทำงานและสิ้นสุดงานกับลูกค้า

ด้านความน่าเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ หมายถึง ความสม่ำเสมอ และทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการตรงตามที่สัญญาไว้ เช่น การบริการมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอนไม่ผิดพลาด การบริการในจุดเดิมทุกครั้ง มีความถูกต้องได้ผลดีเช่นเดิมทุกครั้ง ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้จองห้องพักตรงตามที่จองไว้รีสอร์ทมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

รัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพร้อมและเต็มใจของพนักงานที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการเข้ารับบริการรวมทั้งจะต้องกระจายให้รับบริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

. พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry, 1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 37 - 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่าความมุ่งมั่นเต็มใจในการให้บริการและพร้อมให้บริการเสมอ

วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย ได้รับความสะดวก รวมทั้งกระจายการให้บริการทั่วถึง รวดเร็ว ไม่รอนาน

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถในการให้บริการตามสัญญา หรือตามที่โรงแรมได้ยืนยันไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้

วีรวรรณ วิชญธาดา (2552, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การส่งมอบงานให้กับสาขาต้องมีการตอบสนองด้วยความตั้งใจและเต็มใจ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานอย่างเต็มที่ ได้แก่ มีการควบคุมให้ดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ มีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการทำงาน สามารถส่งงานเสร็จสิ้นได้ตามเวลาที่กำหนด มีการพร้อมในด้านบุคลากรในการทำงานที่เพียงพอ มีการวางแผนการใช้วัสดุและอุปกรณ์อย่างเพียงพอ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานของรีสอร์ทมีความพร้อมที่ให้บริการและเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ตามความต้องการของผู้รับบริการ เช่นพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือท่านไม่ได้รับการปฏิเสธ ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับบริการ ไม่ต้องรอนาน เช่นการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) พนักงานสามารถให้ข้อมูล ให้คำแนะนำในการรับบริการถูกต้องครบถ้วน

4. ด้านการสร้างความเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance)

รัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถของพนักงานในการสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ พนักงานจะต้องแสดงทักษะ ความรู้ความสามารถในการบริการให้เป็นที่ประจักษ์และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ด้วยการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างสุภาพนุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี มีความเป็นกันเอง ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry, 1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 37 - 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญ และมีมารยาท สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกริยามารยาท อัธยาศัยที่ดีในการบริการ สามารถทำให้เกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดี

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พนักงานมีความรู้ อัธยาศัย และความสามารถในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์และเชื่อมั่นได้

วีรวรรณ วิชญธาดา (2552, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การทำให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของงาน ปราศจากความเสี่ยงอันตรายต่าง ๆ ได้แก่ ผู้รับเหมามีความรู้ความสามารถในงานที่ทำเป็นอย่างดี คนงานมีความรู้และสามารถให้รายละเอียดของงานได้ดี มีการอธิบายวิธีการใช้งาน

และดูแลพร้อมคู่มือให้ ผู้รับเหมาและคนงานมีกิริยาที่สุภาพ เรียบร้อย วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีความมั่งคงถาวร

ด้านการสร้างความเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานของรีสอร์ท มีอัธยาศัยที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในงานด้านการบริการ ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ เช่น พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้ พนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตร อัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี พนักงานเปิดโอกาสให้ตอบข้อซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Empathy)

รัชนีพร ก้อนคำ (2547, หน้า 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถของพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล

พาราสุรามาน, ซีเทมล์ และเบอรี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry, 1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 37 - 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่าผู้ให้บริการต้องเอาใจใส่ลูกค้า สามารถดูแลลูกค้าแต่ละบุคคลที่มีความต้องการต่างกันได้อย่างเหมาะสม

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสามารถในการดูแล เอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างเข้าถึงลูกค้าและให้ความสำคัญสนใจดูแลลูกค้าแต่ละคน

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551, หน้า 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การที่พนักงานให้ความเอาใจใส่เข้าถึงลูกค้าและให้ความสำคัญสนใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล

วีรวรรณ วิชญธาดา (2552, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพร้อมและการจัดเตรียมอุปกรณ์ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากส่งมอบงาน ได้แก่ ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า มีความเอาใจใส่เมื่อลูกค้าแนะนำหรือต้องการเพิ่มเติม สามารถทำตามความต้องการที่กำหนดเอาไว้ทุกประการ สามารถเรียกกลับมาแก้ไขงานได้แม้ส่งงานเรียบร้อยแล้ว เมื่อตรวจรับแล้ว ขอให้ทำงานเพิ่มเล็ก ๆ น้อย ๆได้

ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ หมายถึง การเอาใจใส่ผู้รับบริการด้วยความเอื้ออาทรเป็นรายบุคคลตามความต้องการของผู้รับบริการเป็นราย ๆ ไป เช่น พนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟังความต้องการและปัญหาของท่าน พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของท่าน ท่านได้รับบริการเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ท่านได้รับการให้เกียรติและเคารพในศักดิ์ศรีเมื่อรับบริการในกรณีฉุกเฉินท่านสามารถรับบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่งโมง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการของโรงแรม

ความหมายของโรงแรม

ปรียาภรณ์ เจียรศิริ และ เตือนใจ ศรีชะฎา ได้ให้ความหมายไว้ว่า สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหารและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทางหรืออาคารที่มีที่นอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพักซึ่งเรียกว่า แขก (Guest)

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2544, หน้า 980) ได้ให้ความหมายของโรงแรมไว้ว่า "ที่พักคนเดินทาง ซึ่งต้องเสียค่าพักแรมด้วย (กฎ) สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว"

นิศา ชัชกุล (ม.ป.ป. อ้างถึงใน วะราพร เรืองหิรัญ, 2544, หน้า 8) ระบุว่าที่พักแรม หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้สำหรับผู้เดินทาง ลูกค้า ได้พักอาศัยค้างคืนระหว่างการเดินทาง พร้อมทั้งให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ แก่ผู้เดินทางมา หรือลูกค้าที่เข้าพักอาศัยด้วย

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 (ราชกิจจานุเบกษา, 2547, หน้า 13) ให้ความหมายของโรงแรมไว้ว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใด โดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

1. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว ซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงาน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้ โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน

2. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

3. สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

วรพจน์ แสงกุล (2550, หน้า 13) ได้ให้ความหมายว่า โรงแรมจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการผลิต ที่มุ่งขายให้ได้กำไรให้คุ้มกับการบริการงานและทุนที่ลงไป งานบริการของโรงแรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรมและการให้บริการจากพนักงาน จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อนในการที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจต่องานบริการโรงแรม

จากความหมายของคำว่าโรงแรม ตามที่รวบรวมมาดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความหมายของโรงแรมว่า หมายถึง สถานที่พักที่มีไว้สำหรับบริการ บุคคลทั่วไปที่ต้องการพักค้างคืนชั่วคราว สำหรับผู้เดินทาง โดยค่าบริการอาจรวมทั้งบริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ รวมด้วยหรือไม่รวมก็ได้

การจัดมาตรฐานของโรงแรม

สมาคมโรงแรมไทย (มาตรฐานโรงแรม, ออนไลน์, 25 มกราคม 2549) ได้กำหนดเกณฑ์การจัดระดับมาตรฐานของโรงแรม โดยตรวจสอบมาตรฐานด้านการบำรุงรักษา, ด้านความสะอาด สุขอนามัย และด้านคุณภาพบริการ นอกจากนี้ยังมีรายการพิจารณาจัดอันดับ "ดาว" ของโรงแรม เพื่อขอใบรับรองจากสมาคมโรงแรมไทยอีกด้วย

การตรวจสอบมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการ สมาคมโรงแรมไทยได้กำหนด ตัวแปร และตัวชี้วัดมาตรฐานไว้ โดยมีระดับคะแนน 5 ระดับ คือ ผ่านเกณฑ์มีข้อบกพร่องเล็กน้อย มีข้อบกพร่องปานกลาง มีข้อบกพร่องมาก และไม่มีตามลำดับ ดังนี้

1. บุคลิกภาพพนักงานบริการโดยรวม

1.1 การแต่งกาย (ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุดพนักงาน ความกลมกลืนของชุดและบรรยากาศโรงแรม

1.2 มารยาทพนักงาน

1.3 ความมีระเบียบวินัยของพนักงาน

1.4 มาตรฐานภาษาต่างประเทศที่พนักงานใช้

1.5 บุคลิกภาพของพนักงาน

2. คุณภาพการบริการบริเวณล็อบบี้ (กิริยามารยาท ประสิทธิภาพ)

2.1 การบริการของพนักงาน (Reception, Cashier, Bell)

2.1.1 อัธยาศัยดี มีมารยาท กระตือรือร้น ขยัน มีประสิทธิภาพสูง

3. คุณภาพการบริการห้องพัก (อัธยาศัย ประสิทธิภาพ ความรอบคอบ)

3.1 บริการทำความสะอาดห้องพัก

3.2 In House TV Program Quality

3.3 คุณภาพเครื่องเสียงประสิทธิภาพ

3.4 Drinking Water

4. คุณภาพการให้บริการในห้องอาหาร (บาร์) (อัธยาศัย ประสิทธิภาพ รอบคอบ ระเบียบ)

4.1 ผู้จัดการห้องอาหาร/ กัปตันห้องอาหาร/ พนักงาน (ภาษา) การแนะนำอาหาร การจัดการ การบริหาร)

4.2 พนักงานห้องอาหาร (มารยาทการบริการ ระเบียบวินัย ภาษา ประสิทธิภาพในการบริการ)

4.3 คุณภาพเสียงดนตรีในห้องอาหาร

4.4 คุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม

4.5 หน้าตาอาหาร

4.6 สุขอนามัยของอาหาร

4.7 ประสิทธิภาพการบริการทั่วไป

5. ความปลอดภัยในโรงแรมและสุขอนามัยในโรงแรม

มาตรฐานด้านการบริการและคุณภาพบริการ สรุปความหมายได้ ดังนี้ การบริการและคุณภาพการบริการของโรงแรมในแต่ละแห่งนั้นจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับระดับดาวของแต่ละโรงแรมที่ตรงตามมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการของสมาคมโรงแรมไทยกำหนดไว้ ซึ่งก็หมายความว่า อัตราค่าที่พักและการบริการด้านอื่น ๆ ก็แตกต่างกันไปด้วยตามระดับดาวของโรงแรมนั้น ๆ

ข้อมูลทั่วไปของหินดาดรีสอร์ท

บริษัท หินดาดรีสอร์ท จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 55 หมู่ 2 ต.เกาะกูด อ.เกาะกูด จังหวัดตราด เป็นนิติบุคคลจดทะเบียน เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 ด้วยทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท จุดมุ่งหมายเพื่อทำธุรกิจบริการด้านที่พัก เป็นการรองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด

อาคารที่พัก

หินดาดรีสอร์ทมีอาคารที่พักทั้งหมด 20 หลัง แต่ละหลังสามารถรองรับแขกได้ 2 - 3 ท่าน ดังนั้นขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละวันสามารถรองรับได้ 70 ท่าน ตัวอาคารที่พักออกแบบเป็นเรือนไม้เพื่อให้กลมกลืนกับความงามของธรรมชาติ

ลักษณะ

ภายในห้องพักมีเครื่องปรับอากาศทุกหลัง แต่ล่ะหลังตกแต่งแบบเรียบง่าย ไม่เน้นความหรูหรา แต่เน้นในเรื่องของความสะอาดและเครื่องนอนที่ให้ความสุขในยามหลับใหล

สถานที่ตั้ง

อาคารที่พักแต่ละหลังตั้งอยู่ตามเชิงเขาติดทะเล ดังนั้นแขกที่มาใช้บริการสามารถยลโฉมความงามของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ โดนเฉพาะวิวของน้ำทะเลที่จรดขอบฟ้า

ราคาห้องพัก

รูปแบบห้องพักมีอยู่ 3 รูปแบบ แต่ละโซนสามารถชมวิวแตกต่างกัน จำแนกออกดังนี้

Front Beach เป็นห้องพักที่ติดอยู่ด้านหน้าและอยู่ใกล้ชายหาดมากที่สุด ราคาห้องละ 2,000 บาท/ 1 คืน

Sea View เป็นห้องพักที่อยู่ถัดจาก Front Beach สามารถมองเห็นวิวของทะเลได้ ราคาห้องละ 1,700 บาท/ 1 คืน

Garden เป็นห้องพักที่ติดอยู่ด้านหลังที่รายล้อมด้วยป่ามะพร้าว ราคาห้องละ 1,500 บาท / 1 คืน

รูปของการบริการที่พักมี 2 แบบ

Walk In ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจ่ายค่าที่พักอย่างเดียว

Package ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจ่ายค่าใช้จ่ายทุก ๆ อย่างใน Trip นั้น ๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทางรวมค่ากิจกรรมทั้งหมด

อาหาร

อาหารที่จัดไว้บริการที่รีสอร์ท ทางรีสอร์ทจะเน้นเป็นอาหารทะเลที่มีความสด ใหม่ โดยปรุงรสชาติแบบพื้นบ้านของชาวเกาะกูด วัตถุดิบที่เป็นของทะเลก็ซื้อจากหมู่บ้านของชาวประมงในบริเวณอ่าวต่าง ๆ ของเกาะกูด รีสอร์ทรับประกันคุณภาพความสด ใหม่ของอาหาร

ปูม้าเกาะ ที่มีขนาดใหญ่และมีความสด เมื่อนำมานึ่ง หากรับประทานจะมีรสชาติที่หอมหวาน ถ้าใครได้ลิ้มรสแล้วจะไม่มีวันลืม

ปลาหมึก โดยเฉพาะหมึกหอมที่มีอยู่มากมายรอบ ๆ เกาะ บางตัวมีขนาดน้ำหนักมากกว่า 1 กิโลกรัม นำมาย่าง ปลาหมึกสดย่างรับประทานพร้อมกับมีน้ำจิ้มรสเด็ด จะประทับใจในรสชาติและความสดของอาหาร

การเดินทาง

ในปัจจุบันการคมนาคม เดินทางเพื่อจะไปเยือนหินดาดรีสอร์ท มีความสะดวกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นช่วง High Season หรือ Low Season เรือที่สำหรับเดินทางมี 2 แบบ

1. เรือเร็ว (Speed Boat)
2. เรือประมงดัดแปลง

ราคาตั๋วเรือและตารางเวลา

1. เรือเร็ว (Speed Boat) ท่าเรือโดยสารอยู่ที่ปลายแหลมศอก ราคาค่าโดยสารไป - กลับ ราคา 1, 200 บาทต่อคน

เวลาในการเดินทางจากฝั่งไปเกาะมี 2 เวลา คือ ช่วงเช้าเวลา 9.00 น. และช่วงบ่ายเวลา 13.00 น. เวลาในการเดินทางจากฝั่งไปเกาะกลับมายังฝั่งมี 2 เวลา คือ ช่วงเช้า 10.00 น. และช่วงเวลาบ่าย 13.00 น.

การจองตั๋วเรือไปและกลับจองได้ที่ท่าเรือสิริไวท์ เมื่อจองแล้วจะบริการส่งถึงรีสอร์ท

2. เรือประมงดัดแปลง ท่าเรือโดยสารอยู่ที่ปลายแหลมศอกเช่นกัน ค่าโดยสารไป - กลับ ราคา 700 บาทต่อท่าน แต่เรือเข้าจอดที่อ่าวสลัด มีรถบริการรับส่งไปยังรีสอร์ทใช้เวลาในการเดินทาง 2 ชั่วโมง

เวลาในการเดินทางจากฝั่งไปเกาะ คือช่วงเวลา 12.30 น.

เวลาในการเดินทางจากเกาะมาฝั่ง คือช่วงเช้า เวลา 10.00 น.

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชนีพร ก้อนคำ (2547) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการจากการเปรียบเทียบ ความคาดหวังต่อการบริการของผู้รับบริการกับการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้ให้บริการจริงจากโรงแรมโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้านคือ การสร้างความมั่นใจ การตอบสอนงต่อลูกค้าได้ทันท่วงที ความเชื่อถือได้ การดูแลเอาใจใส่และสิ่งสัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก

สุธาสินี พัดไธสง (2547) ทำการศึกษาเพื่อ ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าชาวไทย ที่มีต่อคุณภาพการบริการ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เมื่อนำมาเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการอยู่ในระดับคาดหวังค่อนข้างมาก และการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการการอยู่ในระดับเป็นจริงมากที่สุด ผลการความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ในคุณภาพการบริการ ของลูกค้าชาวไทยแตกต่างกัน

ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารและเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดผลการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ และสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้ เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน อายุ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิส

เซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน รายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า 1) ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรงบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2) ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยผู้พักโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาระดับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการพักแรม ณ โรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท และเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการพักแรม ณ โรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ตามลำดับ ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการและด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนการรับรู้ของ

นักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท พบว่า คุณภาพบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจ โดยช่องว่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังมีค่าเป็นบวก ซึ่งคุณภาพบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจมีช่องว่างเป็นบวก ส่วนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้านนั้น คุณภาพการบริการไม่เป็นที่พึงพอใจประทับใจมีช่องว่างเป็นลบ

พ.ต. ธีรชาติ เพียรการ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ และเพื่อเปรียบเทียบการบริการในแต่ละด้าน ผลการศึกษาพบว่า ด้านความสะอาดของที่สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่สามารถจัดเพื่อให้บริการแก่แขกผู้เข้าพัก ด้านอัตราค่าที่พักโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ สามารถชำระค่าห้องพักโดยใช้บัตรเครดิตได้ ด้านสภาพห้องพัก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ มีบรรยากาศที่ดี ด้านการต้อนรับของพนักงานและการบริการ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ การบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี ด้านระบบความปลอดภัยโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือมีทางหนีไฟ ด้านรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือด้านระบบความปลอดภัย รองลงมาด้านสภาพห้องพัก ด้านการต้อนรับของพนักงานหรือบริการ ด้านอัตราค่าที่พักและด้านความสะอาดของสถานที่ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมระหว่างเพศชายและเพศหญิงพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมตัวแปรสถานภาพของอาชีพโดยรวมพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านห้องพักและสิ่งแวดล้อม ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ และด้านความเหมาะสมของราคาและบริการซึ่งผลรวมของการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และในแต่ละด้านก็ยังมีค่าระดับ

ความพึงพอใจของหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาที่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เช่น ด้านพนักงาน ในหัวข้อความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความสุภาพ อ่อนโยน แต่ในบางด้าน เช่น ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยในหัวข้อ ทางหนีไฟฉุกเฉิน ก็อยู่ในระดับที่ไม่พึงพอใจ และผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการต่าง ๆ ของโรงแรมในเกาะสมุยจำแนกตามคุณลักษณะพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และประเภทของโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปร เพศ สัญชาติ สถานภาพ และรายได้มีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สันติ อุดมสุขโกศล (2550) ทำการศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเขตหนองแขม และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเขตหนองแขมกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของประชาชนเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความพร้อมในการให้บริการ รองลงคือ ด้านความเสมอภาค และด้านการตอบสนองความพึงพอใจ โดยในด้านความพร้อมในการให้บริการประชาชนมีความคิดเห็นว่า สำนักงานเขตหนองแขมมีแบบฟอร์มที่เพียงพอ และมีตัวอย่างในการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ ในด้านความเสมอภาค ประชาชนมีความคิดเห็นว่าสำนักงานเขตมีการแจกบัตรคิว สำหรับผู้มารอรับบริการ และในด้านการสนองตอบความพึงพอใจประชาชนมีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ ประชาชนผู้มาขอรับบริการ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ การศึกษา รายได้ และช่วงเวลาที่มาใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเขตหนองแขมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการและเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ทในภาพรวม ระดับพึงพอใจมาก ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา และรายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนผู้ใช้บริการที่มี เพศ สถานภาพ อายุ และอาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท

ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ทในภาพรวมระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ด้านราคา รองลงมามีความพึงพอใจระดับมาก ด้านการบริการของรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ และด้านการบริการของพนักงาน ตามลำดับ

วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและเพื่อเปรียบเทียบรายด้านของการบริการผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในด้านพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 1 ตัวแปรอิสระจำแนกเป็นเพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มารับบริการ กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เพศ	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าเพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน 2. ฉัตรสุดา เตชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว พบว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุจังหวัดสระแก้ว

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยพบว่าเพศมีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 4. สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่าเพศ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่ากัน 5. วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายพบว่าเพศ ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน
อายุ	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าอายุ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
	2. ฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุขจังหวัดสระแก้ว พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุขจังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	3. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการต่อนักท่องเที่ยวของโรงแรมในเกาะสมุยมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
	4. สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน
	5. วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าอายุ แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน
การศึกษา	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ดส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่า วุฒิการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทย แอร์พอร์ดส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน
	2. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า การศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในเกาะสมุยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
	3. สุชาติถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า ระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอก รีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	4. วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพ	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน
	2. ฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อ เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
	3. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในเกาะสมุยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
	4. สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า สถานภาพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	ต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
	2. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า อาชีพ ต่างกัน ความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
	3. สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจขอผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน
	4. วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าอาชีพ พบว่า ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน
รายได้	1. ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด พบว่า รายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน
	2. กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า รายได้มีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
	3. สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจขอผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่ารายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

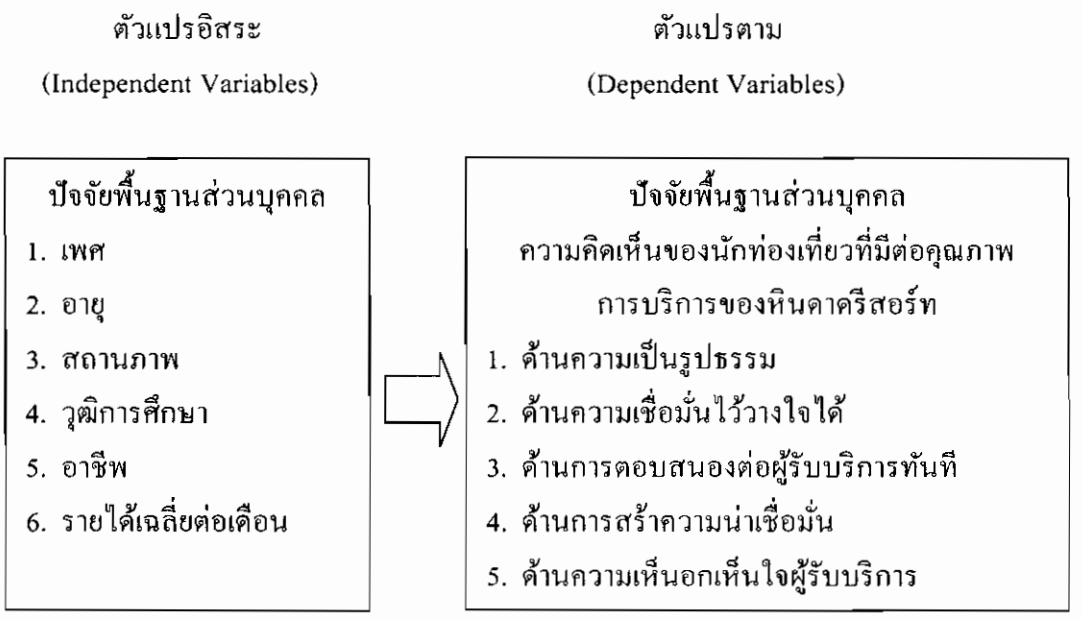
ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	การบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 ตัวแปรตามจำแนกตามการประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ของ พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (1988) ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการสร้างความเชื่อมั่น ด้านความเห็นอกเห็นใจ

ตัวแปรตาม	แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ด้านความเป็นรูปธรรม	พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19)
ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้	พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19)
ด้านการตอบสนองความต้องการ	พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19)
ด้านการสร้างความเชื่อมั่น	พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19)
ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	พาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของหินดาดรีสอร์ท ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดของคุณภาพบริการ ที่ใช้วัดการรับรู้คุณภาพของผู้รับบริการ ของพาราสุราแมน, ซีแทมส์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 อ้างถึงใน วรรณา ศรีประเสริฐทรัพย์, 2550, หน้า 19) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินคาดรีสอร์ทและเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินคาดรีสอร์ทจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลโดยรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินคาดรีสอร์ท จำนวน 700 คน (สถิติผู้มารับบริการ ประจำปี พ.ศ. 2552)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินคาดรีสอร์ท จำนวน 248 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากตารางสำเร็จรูปของเครซี่และมอร์แกน (สุทธนู ศรีไสย์, 2551, หน้า 132 - 133) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินคาดรีสอร์ท โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินคาดรีสอร์ท เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	จำนวน 4 ข้อ

ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ จำนวน 5 ข้อ

ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ จำนวน 5 ข้อ

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด ให้ 4 คะแนน

เห็นด้วยมาก ให้ 3 คะแนน

เห็นด้วยน้อย ให้ 2 คะแนน

เห็นด้วยน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมา มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ข้อมูลทั่วไปของหินดาดรีสอร์ทและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ

3.1 อาจารย์ภัควัต สมิทธธ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยบริหารรัฐกิจ

3.2 นายรุ่งสุริยา เชยชื่น ผู้บริหารโรงแรมคุ๊กกี้ เกาะช้าง

3.3 นายสัญญา เกิดมณี ผู้บริหารโรงแรมลากูน เกาะช้าง

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

1. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวผู้มารับบริการที่โรงแรมคุ๊กกี้ จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.88 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถาม ไปเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท โดยแต่งตั้งผู้ช่วยวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท ในช่วงเดือน 1 ตุลาคม 2553 ถึง 31 มกราคม 2554 จำนวน 248 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์ จำนวน 248 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้วิธีการประมวลผลค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*S.D.*)

3. การทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ t - test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One - way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significant Difference)

เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

สูตร อันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้นที่ต้องการ}}$

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

$= 0.75$

ค่าเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ
3.26 - 4.00	เห็นด้วยมากที่สุด	หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด
2.51 - 3.25	เห็นด้วยมาก	หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี
1.76 - 2.50	เห็นด้วยน้อย	หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.75	เห็นด้วยน้อยที่สุด	หมายถึง คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท จำนวน 248 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (248 คน)	ร้อยละ (100.00)
เพศ		
ชาย	145	58.47
หญิง	103	41.53
อายุ		
ตั้งแต่ 20ปีลงมา	15	6.05
21 - 30 ปี	82	33.06
31 - 40 ปี	111	44.76
41 - 50 ปี	36	14.52
51 - 60 ปี	4	1.61
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	-	-

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (248 คน)	ร้อยละ (100.00)
สถานภาพ		
โสด	105	42.34
สมรส	129	52.01
หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	14	5.65
การศึกษา		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	42	16.94
มัธยมศึกษา/ ปวช.	53	21.37
อนุปริญญา/ ปวส.	65	26.21
ปริญญาตรี	79	31.85
สูงกว่าปริญญาตรี	9	3.63
อาชีพ		
รับราชการ	48	19.35
รัฐวิสาหกิจ	69	27.82
ค้าขาย	52	20.97
ธุรกิจส่วนตัว	34	13.71
รับจ้าง	33	13.31
เกษตรกร	3	1.21
อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)	9	3.63
รายได้		
ตั้งแต่ 10,000 บาท	91	36.69
10,001 - 15,000 บาท	109	43.95
15,001 - 20,000 บาท	32	12.91
ตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป	16	6.45

จากตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.47 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 44.76 รองลงมาคืออายุ 21 - 30 ปี, อายุ 41 - 50 ปี, ตั้งแต่ 20 ปีลงมา, และอายุ 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.06, 14.52, 6.05 และ 1.61 ตามลำดับ โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ

31.85 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ ปวส., มัธยมศึกษา/ ปวช., ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า, และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.21, 21.37, 16.94 และ 3.63 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 27.82 รองลงมาคือ ค้าขาย, รับราชการ, ธุรกิจส่วนตัว, รับจ้าง, อื่น ๆ (คือ อาชีพนักเรียน นักศึกษา), เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 20.97, 19.35, 13.71, 13.31, 3.63, และ 1.21 ตามลำดับ มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.95 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 10,000 บาท, 15,001 - 20,000 บาท, ตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.69, 12.91 และ 6.45 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระดับความคิดเห็น				$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
1. สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาดและเป็นที่เรียบร้อย	148 (59.68)	69 (27.82)	25 (10.08)	6 (2.42)	3.45	0.77	ดีมากที่สุด	2
2. สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ สะดวก สบาย	133 (53.63)	100 (40.32)	12 (4.84)	3 (1.21)	3.46	0.65	ดีมากที่สุด	1
3. มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/ จุดบริการชัดเจนอ่านแล้ว	136 (54.84)	87 (35.08)	21 (8.47)	4 (1.61)	3.43	0.72	ดีมากที่สุด	3
4. การให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง ห้องอาหาร	123 (49.60)	97 (39.11)	20 (8.06)	8 (3.23)	3.35	0.76	ดีมากที่สุด	4
ภาพรวม					3.42	0.53	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของ

บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.42, *S.D* .= 0.53) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อันดับแรกคือ สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ สะดวก สบาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.46, *S.D.*= 0.65) รองลงมาคือเรื่อง สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาพดและเป็นที่เรียบร้อย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.45, *S.D.* = 0.77) มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/ จุดบริการชัดเจนอ่านแล้วมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.43, *S.D.* = 0.72) และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่นอุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง ห้องอาหาร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.35, *S.D.* = 0.76) เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ

ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ	ระดับความคิดเห็น				$\overline{X}$	*S.D.*	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
5. การบริการมีขั้นตอนในการติดต่อไม่ยุ่งยาก	107 (43.15)	101 (40.72)	32 (12.90)	8 (3.23)	3.24	0.80	ดี	5
6. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน ไม่ผิดพลาด	109 (43.95)	102 (41.13)	28 (11.29)	9 (3.63)	3.25	0.80	ดี	4
7. การให้บริการทุก ๆ ครั้ง ประทับในเหมือนเดิมที่มารับบริการ	183 (73.79)	57 (22.98)	6 (2.42)	2 (0.81)	3.70	0.56	ดีมากที่สุด	1
8. ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้ห้องพักตรงตามที่จองไว้	166 (66.94)	65 (26.21)	16 (6.45)	1 (0.40)	3.60	0.63	ดีมากที่สุด	2
9. โรงแรมมีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ	159 (64.11)	72 (29.04)	13 (5.24)	4 (1.61)	3.56	0.67	ดีมากที่สุด	3
ภาพรวม					3.47	0.46	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.47, *S.D* .= 0.46) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ อันดับแรกการให้บริการทุก ๆ ครั้ง ประทับในเหมือนเดิมที่มารับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.70, *S.D.*= 0.56) รองลงมาคือเรื่อง ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้ห้องพักตรงตามที่จองไว้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.60, *S.D.* = 0.63) โรงแรมมีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.56, *S.D.* = 0.67) พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอนไม่ผิดพลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.25, *S.D.* = 0.80) และการบริการมีขั้นตอนในการติดต่อไม่ยุ่งยาก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.24, *S.D.* = 0.80) และ เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น				$\overline{X}$	*S.D.*	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
10. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน	113 (45.56)	104 (41.94)	23 (9.27)	8 (3.23)	3.30	0.77	ดีมากที่สุด	2
11. พนักงานมีความเต็มใจที่ช่วยเหลือท่านในทุก ๆ ด้านที่ท่านร้องขอ	86 (34.68)	120 (48.39)	36 (14.52)	6 (2.42)	3.15	0.75	ดี	3
12. ท่านได้รับความสะดวกในการรับบริการไม่ต้องรอนาน เช่นการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In)	90 (36.29)	108 (43.55)	35 (14.11)	15 (6.05)	3.10	0.86	ดี	4
13. พนักงานสามารถให้ข้อมูลให้คำแนะนำในการรับบริการถูกต้องครบถ้วน	195 (78 63)	49 (19 76)	3 (1.21)	1 (0.40)	3.77	0.48	ดีมากที่สุด	1
ภาพรวม					3.33	0.50	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.33, *S.D* .= 0.50) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อันดับแรกพนักงานสามารถให้ข้อมูล ให้คำแนะนำในการรับบริการถูกต้องครบถ้วน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.77, *S.D.*= 0.48) รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.30, *S.D.* = 0.77) พนักงานมีความเต็มใจที่ช่วยเหลือท่านในทุก ๆ ด้านที่ท่านร้องขอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.15, *S.D.* = 0.75) และท่านได้รับความสะดวกในการรับบริการ ไม่ต้องรอนานเช่น การลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.10, *S.D.* = 0.86) และเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ

ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น				$\overline{X}$	*S.D*	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
14. พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ	148 (59.68)	75 (30.24)	18 (7.26)	7 (2.82)	3.47	0.75	ดีมากที่สุด	4
15. พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้	179 (72.18)	60 (24.19)	5 (2.02)	4 (1.61)	3.67	0.60	ดีมากที่สุด	1
16. พนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตรอัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส	119 (47.98)	85 (34.28)	37 (14.92)	7 (2.82)	3.27	0.82	ดีมากที่สุด	5
17. พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี	183 (73.79)	48 (19.36)	10 (4.03)	7 (2.82)	3.64	0.69	ดีมากที่สุด	2
18 พนักงานเปิดโอกาสให้ซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา	176 (70.97)	53 (21.37)	12 (4.84)	7 (2.82)	3.60	0 71	ดีมากที่สุด	3
ภาพรวม					3.53	0.52	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.53, *S.D* .= 0.52) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ อันดับแรก พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.67, *S.D.*= 0.70) รองลงมาคือ พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.64, *S.D.* = 0.69) พนักงานเปิดโอกาสให้ซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.60, *S.D.* = 0.71) พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ =3.47, *S.D.* = 0.75) และพนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตรอัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.27, *S.D.* = 0.82) และเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น				$\overline{X}$	*S.D.*	แปลความ	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
19. พนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟัง ความต้องการ ละปัญหาของท่าน	73 (29.44)	138 (55.65)	34 (13.71)	3 (1.21)	3.13	0.68	ดี	5
20. พนักงานรู้และเข้าใจ ความต้องการของท่าน	90 (36.29)	132 (53.23)	21 (8.47)	5 (2.02)	3.24	0.69	ดี	2
21. ท่านได้รับบริการที่ เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ	85 (34.27)	129 (52.02)	28 (11.29)	6 (2.42)	3.18	0.72	ดี	3
22. ท่านได้รับการให้เกียรติ และความเคารพใน ศักดิ์ศรี เมื่อรับบริการ	72 (29.03)	144 (58.06)	29 (11.69)	3 (1.21)	3.15	0.66	ดี	4
23. ในกรณีฉุกเฉินท่าน สามารถรับบริการได้ ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง	82 (33.06)	148 (59.68)	14 (5.65)	4 (1.61)	3.24	0.63	ดี	1
ภาพรวม					3.19	0.53	ดี	

จากตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.19, *S.D* .= 0.53) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ อันดับแรก ในกรณีฉุกเฉินท่าน สามารถรับบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.24, *S.D.*= 0.63) รองลงมาคือ พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.24, *S.D.* = 0.69) ท่านได้รับบริการที่เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.18, *S.D.* = 0.72) ท่านได้รับการให้เกียรติและความเคารพในศักดิ์ศรี เมื่อรับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.15, *S.D.* = 0.66) และพนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟัง ความต้องการละปัญหาของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.13, *S.D.* = 0.68) และเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม	$\overline{X}$	*S.D.*	แปลความ	อันดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.42	0.53	ดีมากที่สุด	3
2. ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ	3.47	0.46	ดีมากที่สุด	2
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.33	0.50	ดีมากที่สุด	4
4. ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ	3.53	0.52	ดีมากที่สุด	1
5. ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	3.19	0.53	ดี	5
ภาพรวม	3.39	0.31	ดีมากที่สุด	

จากตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมี

ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\overline{X}$ = 3.39, *S.D.*= 0.31) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ภาพรวม อันดับแรก ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.53, *S.D.* = 0.52) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.47, *S.D.* = 0.46) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.42, *S.D.* = 0.53) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.33, *S.D.* = 0.50) และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.19, *S.D.* = 0.53) และเป็นอันดับสุดท้าย

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทแตกต่างกัน

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบเพศกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

เพศ	จำนวน	$\overline{X}$	*S.D.*	*t*	*Sig.*
ชาย	145	3.40	0.30	0.452	0.65
หญิง	103	3.38	0.31		

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 10 การเปรียบเทียบเพศกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า ค่า *Sig.* เท่ากับ 0.65 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุ

อายุ	$\overline{X}$	*S.D.*
ตั้งแต่ 20 ปี ลงมา	3.43	0.26
21 - 30 ปี	3.38	0.29
31 - 40 ปี	3.39	0.32
41 - 50 ปี	3.35	0.36
51 - 60 ปี	3.59	0.22
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	3.39	0.31

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*Sig.*
ระหว่างกลุ่ม	4	0.22	0.06	0.58	0.68
ภายในกลุ่ม	243	23.07	0.10		
รวม	247	23.29			

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอายุพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทแตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	$\overline{X}$	*S.D.*
โสด	3.33	0.35
สมรส	3.42	0.27
หย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่	3.47	0.22
รวม	3.39	0.31

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*Sig.*
ระหว่างกลุ่ม	2	0.56	0.28	2.99	0.05
ภายในกลุ่ม	245	22.74	0.09		
รวม	247	23.29			

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน และเมื่อทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD (least Significant Difference Test) พบว่ามีความแตกต่างดังนี้

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	$\overline{X}$	โสด	สมรส	หย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่
โสด	3.33	-	-.09*	-.14
สมรส	3.42		-	-.05
หย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่	3.47			-

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 15 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD (Least Significant Difference Test) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\overline{X}$	*S.D.*
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.39	0.33
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.31	0.33
อนุปริญญา/ ปวส.	3.43	0.29
ปริญญาตรี	3.39	0.29
สูงกว่าปริญญาตรี	3.48	0.27
รวม	3.39	0.31

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*Sig.*
ระหว่างกลุ่ม	4	0.49	0.12	1.31	0.27
ภายในกลุ่ม	243	22.80	0.09		
รวม	247	23.29			

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\overline{X}$	*S.D.*
รับราชการ	3.37	0.32
รัฐวิสาหกิจ	3.39	0.32
ค้าขาย	3.45	0.28
ธุรกิจส่วนตัว	3.30	0.34
รับจ้าง	3.36	0.29
เกษตรกร	3.55	0.18
อื่น ๆ (อาชีพนักเรียน - นักศึกษา)	3.48	0.22
รวม	3.39	0.31

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*Sig.*
ระหว่างกลุ่ม	6	0.68	0.11	1.20	0.31
ภายในกลุ่ม	241	22.61	0.09		
รวม	247	23.29			

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของ หินดาดรีสอร์ทไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	*S.D.*
ตั้งแต่ 10,000 ลงมา	3.34	0.32
10,001 - 15,000 บาท	3.43	0.26
15,001 - 20,000 บาท	3.35	0.42
ตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป	3.43	0.25
รวม	3.39	0.31

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	*df*	*SS*	*MS*	*F*	*Sig.*
ระหว่างกลุ่ม	3	0.43	0.14	1.53	0.21
ภายในกลุ่ม	244	22.86	0.09		
รวม	247	23.29			

*$p \leq .05$

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของหินดาดรีสอร์ท" เนื่องจาก หินดาดรีสอร์ท เป็นสถานที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในเกาะกูด ที่มีความต้องการดำเนินธุรกิจด้านบริการ ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งจากรีสอร์ทในระดับเดียวกันและจากรีสอร์ทระดับต่ำกว่า ที่ต่างแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า คุณภาพการบริการก็ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวและยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ ซึ่งหินดาดรีสอร์ทให้ความสำคัญและสนใจในสำนึกแห่งคุณภาพของการบริการและพร้อมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเป็นที่จดจำในคุณภาพการบริการที่ได้รับ อันส่งผลให้ลูกค้าหวนกลับมารับบริการซ้ำและเกิดการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการที่ดีอันมีผลต่อความอยู่รอดและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้มารับบริการจากหินดาดรีสอร์ท จำนวน 248 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากตารางสำเร็จรูปของเครซี่และมอร์แกน โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95 % และใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) t - test และ One - way ANOVA ซึ่งผลการศึกษาจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ทั้ง 5 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ภาพรวม อันดับแรก ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีและเป็นอันดับสุดท้าย โดยสามารถสรุปผลการวิจัยในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อันดับแรกคือ สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ สะดวก สบาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาด และเป็นที่เรียบร้อย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/จุดบริการชัดเจนอ่านแล้ว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่นอุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง ห้องอาหาร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด เป็นอันดับสุดท้าย

2. ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ อันดับแรกการให้บริการทุก ๆ ครั้ง ประทับในเหมือนเดิมที่มารับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้ห้องพักตรงตามที่จองไว้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด โรงแรมมีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน ไม่ผิดพลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และการบริการมีขั้นตอนในการติดต่อ ไม่ยุ่งยาก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และเป็นอันดับสุดท้าย

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อันดับแรกพนักงานสามารถให้ข้อมูล ให้คำแนะนำในการรับบริการถูกต้องครบถ้วน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด พนักงานมีความเต็มใจที่ช่วยเหลือท่านในทุก ๆ ด้านที่ท่านร้องขอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และท่านได้รับความสะดวกในการรับบริการไม่ต้องรอนาน เช่น การลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และเป็นอันดับสุดท้าย

4. ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านการสร้างความเชื่อให้แก่ผู้รับบริการ อันดับแรก พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด พนักงานเปิดโอกาสให้ซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด และพนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตรอัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด และเป็นอันดับสุดท้าย

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีเมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ อันดับแรก ในกรณีฉุกเฉินท่าน สามารถรับบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี รองลงมาคือพนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ท่านได้รับบริการที่เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ท่านได้รับการให้เกียรติและความเคารพในศักดิ์ศรี เมื่อรับบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และพนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟัง ความต้องการละปัญหาของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และเป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ทน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส .

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

จากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชนีพร ก้อนคำ (2547) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้ให้บริการจริงจากโรงแรมโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ การสร้างความมั่นใจ การตอบสนองต่อลูกค้าได้ทันท่วงที ความเชื่อถือได้ การดูแลเอาใจใส่ และสิ่งสัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์

(2549) ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยผู้พักโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยารีสอร์ท อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ผลรวมของการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ สันติ อุดมสุขโกศล (2550) ทำการศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ และขัดแย้งกับการศึกษาของ วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2.1 เพศ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า เพศ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของวิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าเพศ ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ ฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อ เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุ จังหวัดสระแก้ว โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และขัดแย้งกับการศึกษาของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการ

ของโรงแรมในเกาะสมุยพบว่าเพศมีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.2 อายุ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ทพบว่า อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าอายุ แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อ เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และขัดแย้งกับการศึกษาของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าอายุ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 สถานภาพ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของฉัตรสุดา เดชะปัญญา (2548) ทำการศึกษาเพื่อ เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในเกาะสมุยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน และขัดแย้งกับการศึกษาของ สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท

พบว่าสถานภาพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน

2.4 การศึกษา จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด พบว่า วุฒิการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของสุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ทพบว่าระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอก รีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และขัดแย้งกับการศึกษาของกัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยพบว่า การศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในเกาะสมุยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.5 อาชีพ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของ หินดาดรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจขอผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่า อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า อาชีพ ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของกัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า อาชีพ ต่างกันความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่าอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้

บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 รายได้ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของหินดาด รีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัดพบว่ารายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างแต่ขัดแย้งกับการศึกษาของกัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยพบว่ารายได้มีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และขัดแย้งกับการศึกษาของ สุชาติ ถนอมรัตน์ (2551) ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจขอผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท พบว่ารายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของหินดาดรีสอร์ท ได้ดำเนินการตามขั้นตอน จนสำเร็จลงได้ ดังปรากฏผลการศึกษาที่นำเสนอและสรุปไว้แล้ว ผู้วิจัยเห็นว่ามีประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงนำเสนอแนะไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารรีสอร์ทควรกำหนดแนวทางในการทำงานของพนักงานให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอน ไม่มีข้อผิดพลาด และให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ได้ผลดีเช่นเดิมทุกครั้งผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ นอกจากพนักงานจะต้องมีการตอบคำถามให้กับผู้ใช้บริการอย่างคล่องแคล้วแล้วยังควรมีการติดตาม มีความสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟังความต้องแต่ละปัญหา ซึ่งพนักงานควรต้องรู้และเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และการให้บริการกับนักท่องเที่ยวต้องมีความเท่าเทียม และให้เกียรติและความเคารพในศักดิ์ศรีของนักท่องเที่ยวเมื่อเข้ารับบริการ

2. ควรปรับปรุงการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่นอุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง และห้องอาหาร

3. ควรปรับปรุงการบริการไม่ให้มีขั้นตอนและในการติดต่อที่ยุ่งยาก

4. ควรมีการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของหินตาดรีสอร์ท และควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย เพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ในการให้บริการในด้านต่าง ๆ

บรรณานุกรม

กำจัด สุขเจริญ. (2544). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

กัทปนาท ผุดผ่อง. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

กุลยา ส่งสวัสดิ์. ร้อยเอกหญิง. (2544). *ความคาดหวังของประชาชนต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า กรมแพทย์ทหารเรือ*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

คำนวณ ประสมผล. (2547). *สร้างวัฒนธรรมการบริการ*. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.

จิดาภา ใหญ่โสนามัง. (2549). *คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

จิดาภา ศุภพลทองโชติ. (2551). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศาลจังหวัดชลบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฉัตรสุดา เดชะปัญญา. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบังกะโลฉายสุข จังหวัดสระแก้ว*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2546). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชาว HRD. (2552). *การบริหารการจัดการ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: www.tpa.or.th.

ชนกสุดา เพ็ชรไทย. (2551). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่ป่าชายเลน: กรณีศึกษา ตำบลบางปู อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชัชชณา หิรัญสุนทร. (2550). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่เปิดให้บริการในสถานีน้ำมัน ปตท. สังกัดประจำสำนักงานภาค 1.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ถวัลย์ เทียนทอง. (2548). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทยแอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเซส จำกัด.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ธิดารัตน์ ปลื้มจิตต์. (2551). *การศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรต่อการบริการซ่อมบำรุงและดูแลรักษาคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการในตึกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลศิริราช.* สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาธุรกิจศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). *การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นริศรา สุขเหม. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาหาดเจ้าหลาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

บังอร ชลสกุลถาวร. (2549). *คุณภาพในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาหนองมน.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบรูพา.

ปรียาภรณ์ เจียรศิริ และ เตือนใจ ศรีชะฎา. (ม.ป.ป.). *ความรู้เกี่ยวการดำเนินงานโรงแรม.* (ภาพนิ่ง). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547. (2547, 12 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 121 (ตอนพิเศษ 70 ก), หน้า 12 - 13.

พวงเพ็ญ ดำรงกุลชัย. (2548). *การให้บริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยหนองมน.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธีรชาติ เพียรการ, พันตรี. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เพทาย ศิริมุสิกะ. (2547). *การตัดสินใจของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตพื้นที่การศึกษาสงขลา เขต 2 ต่อการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาลัยเขตปัตตานี.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิสิทธ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2546). การบริหารคุณภาพ. *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 8*(45), หน้า 41 - 42.

_____. (2546). ขั้นตอนของการผลิตคุณภาพการบริการ. *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ*, (43), หน้า 19 - 22.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การจัดการการตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: รุ่งแสงการพิมพ์.

รัชนีพร ก้อนคำ. (2547). *คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.* ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2544). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.* กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.

รุจิดา พูนประชาสิน. (2548). *ความคิดเห็นของข้าราชการสำนักงานงบประมาณที่มีต่อการปรับโครงสร้างองค์การ.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ไลฟ์สไตล์. (2546, 6 เมษายน). อันดามันใกล้แค่ตราด. น.ส.พ. *ประชาชาติธุรกิจ.*

วรพจน์ แสงกุล. (2550). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานบริษัท จักรพงษ์วิลล่า จำกัด.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์. (2550). *คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้พักที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วไลรัตน์ สวัสดี. (2546). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้บริการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

วะราพร เรืองหิรัญ. (2544). *การศึกษาความต้องการในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานโรงแรมในเขตเทศบาลตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ.

วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).

วีรยา หย่ำวิไล. (2546). *การรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการแผนกอุบัติเหตุและฉุกเฉินโรงพยาบาลพิจิตร.* การค้นคว้าอิสระพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีรวรรณ วิชญธาดา. (2552). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท วิชญธาดา เอ็นจิเนียริ่ง.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2541). *การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพ SERVQUAL.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

_____. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมาคมโรงแรมไทย. (2554). *มาตรฐานโรงแรม.* (Online). Available: http:// www.thaihotels.org.

สันติ อุดมสุขโกศล. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุชาติ ถนอมรัตน์. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเมืองในหมอกรีสอร์ท.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

สุทธนู ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุธาสินี พัดไธสง. (2547). *ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมอิมพีเรียล แม่ปิง เชียงใหม่.* สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุธินี แท่นพรายทอง. (2548). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานเลขานุการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุวรรณี แสงมหาชัย. (2541). *การจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพรวมขององค์การ : แนวคิดและกระบวนการในการนำไปปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: สหายบล็อกและการพิมพ์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2546). *การตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

อรุณลักษณ์ พรหมทัตตานนท์. (2547). *ความคิดเห็นจองประชาชยต่อการบริการของศาลจังหวัดจันทบุรี.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

อัญชลี จั่นพลอย. (2549). *ความคิดเห็นของข้าราชการในกรมทรัพยากรน้ำบาดาลเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างภายในกรมทรัพยากรน้ำบาดาล.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

อินทิรา จันทรัฐ. (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ยวบินภายในประเทศ.* สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Lovelock, C.H. (1996). *Service Marketing.* Upper Saddle Rever, N.J.: Prewtice - Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม
เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วุฒิการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของหินดาดรีสอร์ท โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ

ด้านที่ 3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ด้านที่ 4 ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

ด้านที่ 5 ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ตั้งแต่ 20 ปีลงมา ☐ 2. 21 - 30 ปี

☐ 3. 31 - 40 ปี ☐ 4. 41 - 50 ปี

☐ 5. 51 - 60 ปี ☐ 6. ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ☐ 2. มัธยมศึกษา/ ปวช.

☐ 3. อนุปริญญา/ ปวส. ☐ 4. ปริญญาตรี

☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1. รับราชการ ☐ 2. รัฐวิสาหกิจ

☐ 3. ค้าขาย ☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5. รับจ้าง ☐ 6. เกษตรกร

☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

5. รายได้

☐ 1. ตั้งแต่ 10,000 ลงมา ☐ 2. 10,001 - 15,000 บาท

☐ 3. 15,001 - 20,000 บาท ☐ 4. ตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส

☐ 3. หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

คุณภาพบริการของหินดาดรีสอร์ท	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ				
1. สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม สะอาดและเป็นที่เรียบร้อย				
2. สถานที่รองรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ สะดวก สบาย				
3. มีป้ายเครื่องหมายบอกจุดบริการทิศทาง/ จุดบริการชัดเจนอ่านแล้วเข้าใจง่าย				
4. มีบริการครบครัน เช่นอุปกรณ์ของใช้ - น้ำดื่มในห้อง ห้องอาหาร และบริการซักรีด				
ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ในบริการ				
5. การบริการมีขั้นตอนชัดเจนไม่ยุ่งยาก				
6. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน ไม่ผิดพลาด				
7. การบริการในจุดเดิมทุกครั้ง มีความถูกต้องได้ผลดีเช่นเดิมทุกครั้ง				
8. ท่านได้รับบริการตรงตามที่รีสอร์ทได้สัญญาไว้ก่อนหน้านี้ เช่น ท่านได้ห้องพักตรงตามที่จองไว้				

คุณภาพบริการของหินดาดรีสอร์ท	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9. โรงแรมมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการ				
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ				
10. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการดูแลท่าน				
11. พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือท่าน ไม่ได้รับการปฏิเสธ				
12. ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับบริการ ไม่ต้องรอนาน เช่น การลงทะเบียนเข้าพัก (Check In)				
13. พนักงานสามารถให้ข้อมูล ให้คำแนะนำในการรับบริการ ถูกต้องครบถ้วน				
ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ				
14. พนักงานสามารถอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ				
15. พนักงานสามารถตอบคำถามของท่านได้				
16. พนักงานมีกริยามารยาทเป็นมิตร อัธยาศัยดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส				
17. พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำไพเราะ สามารถใช้ภาษาได้ดี				
18. พนักงานเปิดโอกาสให้ซักถามข้อข้องใจตลอดเวลา				
ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ				
19. พนักงานสนใจเอาใจใส่ ตั้งใจรับฟัง ความต้องการและปัญหาของท่าน				
20. พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของท่าน				
21. ท่านได้รับบริการที่เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ				
22. ท่านได้รับการให้เกียรติและความเคารพในศักดิ์ศรี เมื่อรับบริการ				
23. ในกรณีฉุกเฉินท่าน สามารถรับบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง				