

ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

CUSTOMERS' EXPECTATIONS AND PERCEPTION TOWARDS SATISFACTION OF HOTELS' SERVICE QUALITY IN PATTAYA CITY, CHONBURI PROVINCE

◆ กัลยา สร้อยสิงห์

หัวหน้าภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา

Kunlaya Sroysing

Head of General Education Department, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College
Pattaya Center, E-mail : kunlaya.sr@dtc.ac.th

Abstract

The purposes of this research were to study the level of expectations and perception towards customer service quality, to compare of expectations and perception towards customer service quality and to evaluate satisfaction with the service quality of customers of the Hotels in Pattaya City, Chonburi. The sample consisted of 400 customers who had received service. The tool used for collecting data was questionnaire which included Personal data, Expectations and Perception. The data were analyzed with several statistical techniques such as Percentage, Mean, Standard Deviation, and Paired sample t – test.

The research revealed that: 1) Expectations of customers towards overall service quality were at the high level while perception of customers towards overall service quality were at the highest level too. 2) The difference of expectations and perception of customers towards service quality was statistically significant at 0.05. 3) The customers were satisfied with the service quality. The average perception was higher than the average expectation towards service quality.

Keywords : Expectations, Perception, Service Quality, Satisfaction, Customer at the Hotels in Pattaya City, Chonburi Province

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ และเพื่อประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประชากรคือ ผู้ใช้บริการ โรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการโรงแรม จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลาย ขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่และค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และค่าสถิติวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยแบบ จับคู่ (Paired t-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการรับรู้แตกต่างกับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ และ 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการใน ภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

คำสำคัญ : ความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้ของประเทศที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตได้ โดย ในปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 136.2 ล้านคน รวมรายได้ทั้งปีจากการท่องเที่ยวเท่ากับ 1.81 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายด้านเศรษฐกิจของไทยที่เน้นให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 15 นโยบายเร่งด่วน สำคัญของประเทศ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ไทยในส่วนของกำหนัดวิสัยทัศน์คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ทั้งนี้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน ทั้งภูมิประเทศ สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายประเภท มีความอุดมสมบูรณ์ของ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย และธุรกิจบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจนันทนาการ เป็นต้น

ธุรกิจที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ ธุรกิจทางด้านธุรกิจโรงแรมยังเป็นจุดขายหรือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวโดยตรง สิ่งที่สำคัญคือ คุณภาพงานบริการ (Service Quality) ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความพึงพอใจจะนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ดีของการบริการ ทำให้เกิดความต้องการที่จะมาใช้บริการและทำให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง โดยเกิดจากความใส่ใจของการให้บริการของพนักงาน การให้บริการที่เป็นเลิศทำให้โรงแรมมีความแตกต่างและโดดเด่นออกมาจากคู่แข่งทั้งหลาย คุณภาพการบริการสามารถวัดได้โดยใช้ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมเปรียบเทียบกับความรู้สึกลูกค้าหลังจากได้สัมผัสกับการบริการนั้นจริง ๆ ซึ่งเป็นการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ เพื่อนำผลไปปรับปรุงคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

คุณภาพของการให้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าของพนักงานอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายประการที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการเองและอยู่นอกเหนือการควบคุมขององค์กร ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวกับการบริการ ความต้องการเฉพาะบุคคล และความคาดหวังในการบริการซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะตัวของผู้ใช้บริการเอง (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1985) กล่าวคือ คุณภาพของการให้บริการย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ บุคลิกภาพของพนักงาน ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงาน ประสิทธิภาพในการให้บริการจนตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และทันเวลาที่ ความรู้ความเข้าใจต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการโดยใช้ภาษาที่เป็นคำพูดและภาษาท่าทาง ขั้นตอนการศึกษาและกำหนดความคาดหวังในเรื่องของการบริการ ขั้นตอนการแปลความคาดหวังในเรื่องของการบริการไปเป็นมาตรการให้บริการขององค์กร (ธงชัย สวัสดิสาร, 2554 : 40)

ในส่วนของเมืองพัทยามีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก ในปี 2557 มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 9.7 หมื่นล้านบาท มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2.6 ล้านคน และชาวต่างประเทศจำนวน 6.5 ล้านคน เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาทันทีต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา, 2558) ด้วยเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง มีธุรกิจท่องเที่ยวมากมายทั้งโรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจคมนาคมขนส่งและร้านค้าของที่ระลึก มีส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศ สร้างทั้งอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งผลให้เมืองพัทยามีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยายาวตัวมากขึ้นเพื่อรองรับต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน หลาย ๆ โรงแรมในเมืองพัทยาได้เปลี่ยนมุมมองจากการเน้นการแข่งขันด้านราคาเพื่อการดึงดูดลูกค้ามาใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพการบริการ เน้นการให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าโดยยึดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักการเบื้องต้นของคุณภาพบริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างและนโยบายของทางโรงแรมและระดับของโรงแรมเช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาให้การรับรู้คุณภาพการบริการสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ และนำองค์ความรู้ที่ได้รับนำเสนอไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประกอบการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาให้มีความมาตรฐาน เป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจากชาวไทยและชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. พื้นที่ในการดำเนินการวิจัย คือ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีรายละเอียดดังนี้

ความคาดหวังคุณภาพการบริการ หมายถึง ความคิด ความต้องการและสิ่งที่คาดการณ์ไว้ก่อนเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์หรือความรู้ในอดีตที่ผ่านมา ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (Reliability) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsive) การสร้างความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ (Empathy)

การรับรู้คุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการได้รับการบริการของโรงแรมซึ่งตอบสนองต่อความต้องการ ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (Reliability) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsive) การสร้างความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ (Empathy)

ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการประเมินผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยผลลัพธ์ของความพึงพอใจแบ่งเป็น

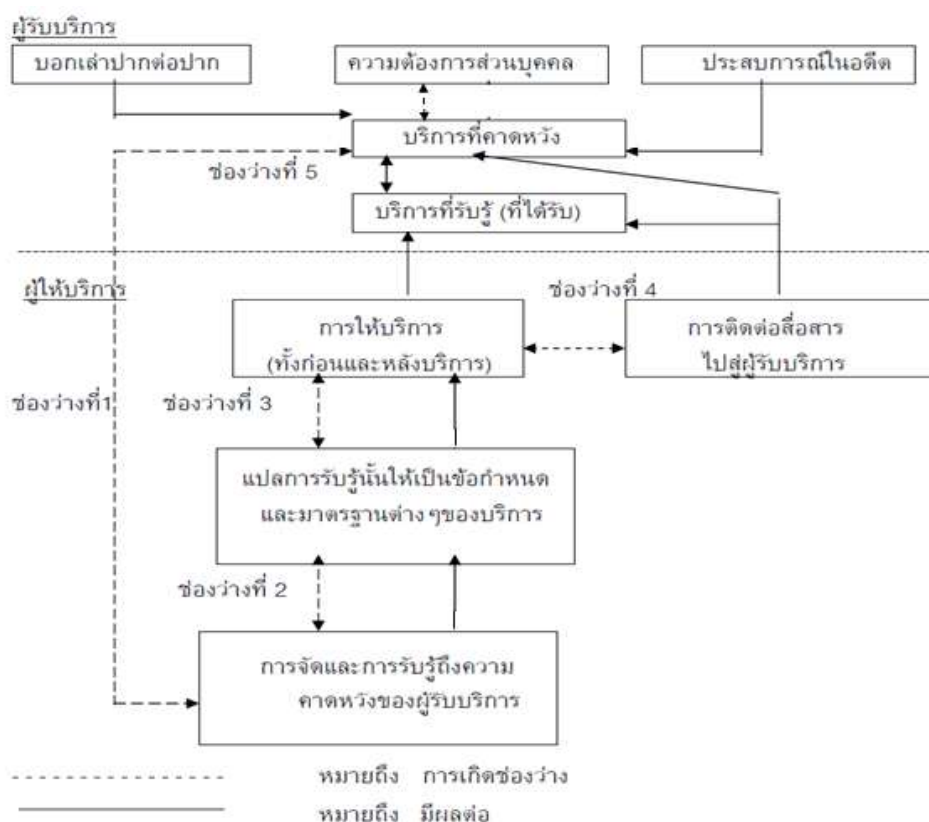
2 ส่วนคือ ผลต่างของการประเมินเป็นบวกหรือเท่ากับศูนย์คือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ และผลต่างของการประเมินเป็นลบหมายถึงผู้ให้บริการไม่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน 2557 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2558

การทบทวนวรรณกรรม

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ

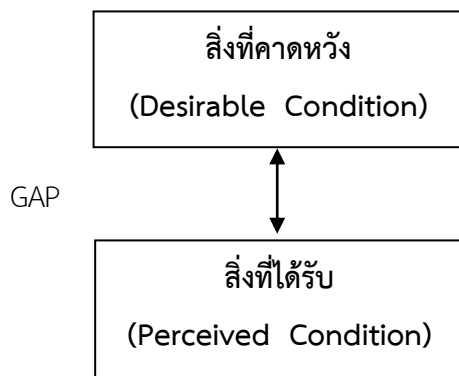
งานสำคัญของธุรกิจบริการคือ การบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality) สิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการหลังจากใช้บริการแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการนั้นอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก (Kotler 2000 : 438-441) โดยกระบวนการบริการแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อคุณภาพบริการ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบโมเดลคุณภาพบริการ

แหล่งที่มา: Kotler, P. 2000. Marketing Management. New Jersey : Prentice-hall.

แนวคิดพื้นฐานในการประเมินคุณภาพให้บริการ การบริโภคสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคแต่ละคนมีความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการอยู่ที่ระดับใดระดับหนึ่ง ซึ่งในความเป็นจริงผู้ให้บริการอาจผลิตสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่างกับความคาดหวัง ซึ่งเป็นได้ทั้งในกรณีพอดีหรือสูงกว่าความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าประเมินว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับมีคุณภาพสูง และกรณีบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่ลูกค้าคาดหวังทำให้ลูกค้าประเมินว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มีคุณภาพต่ำไปด้วย โจเซฟและบลานตัน (Joseph & Blanton, 2000:32 อ้างถึงใน อินทิรา จันทรัฐ, 2552 : 22) แสดงแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น คือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากผู้ให้บริการรวมเรียกว่าสิ่งที่คาดหวัง (Desirable Condition) ในขณะที่สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากผู้ให้บริการรวมเรียกว่าสิ่งที่ได้รับ (Perceived Condition) โดยคุณภาพของสินค้าหรือบริการสามารถประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับในการประเมินคุณภาพการบริการจะประเมินจากความรับรู้ของผู้บริโภค โดยการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการนั้น ๆ กับการบริการที่ได้รับจริงตามการรับรู้ของผู้บริโภค แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวคิดพื้นฐานในการประเมินคุณภาพ

แหล่งที่มา : โจเซฟและบลานตัน (Joseph & Blanton, 2000 : 32 อ้างถึงใน อินทิรา จันทรัฐ, 2552 : 22)

การประเมินคุณภาพการบริการโดยใช้ SERVQUAL (Gap 5)

พาราสูรามาน ไชแรมอล และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985 : 44-46) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพการบริการทางธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้อาศัยพื้นฐานของช่องว่างที่ 5 เป็นเครื่องมือที่มีมาตรฐานที่ใช้ได้กับงานบริการทุกประเภท โดยยึดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก โดยมีปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านดังนี้ 1) ลักษณะทางกายภาพ/ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุ และบุคคล ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้น ช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงพนักงานมีความตั้งใจให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่

ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจงานบริการจากลูกค้า 3) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsive) หมายถึง การให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว 4) ความมั่นใจได้ (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี และ 5) การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ และความสนใจ ความเอื้ออาทร การเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน

สรุปการกำหนดปัจจัยคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ โดยการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีผลมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการ เมื่อความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีมากกว่าการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริง ($ES > PS$) ผู้บริโภคจะไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ และความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้มากขึ้น หากความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับการรับรู้จริงจากการบริการที่ได้รับจริง ($ES = PS$) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการ และหากการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ ($ES < PS$) ก็จะเป็นการบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคคาดหวัง และผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจเพิ่มมากขึ้นเมื่อระดับการรับรู้สูงกว่าระดับความคาดหวัง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้พักแรมที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการพักแรม ณ โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้านตามลำดับดังนี้ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท พบว่า คุณภาพบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจ โดยช่องว่างระหว่างการรับรู้และความ

คาดหวังมีค่าเป็นบวก ซึ่งคุณภาพบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการเป็นที่พึงพอใจประทับใจ มีช่องว่างเป็นบวก ส่วนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน คุณภาพบริการไม่เป็นที่พึงพอใจประทับใจมีช่องว่างเป็นลบ

พรรณวดี พัฒนชัย (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมาก และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก

รุ่งนภา ทิวประยูร (2551) ได้ศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการของโรงแรม แกรนด์จอมเทียนพาเลซที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการ และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาเลซ ชลบุรี พบว่า ด้านสิ่งที่จับต้องได้ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องบุคลิกภาพและความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานในโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องของการบริการได้อย่างตรงต่อเวลาของพนักงานในโรงแรม ด้านการตอบสนองความต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องความจริงใจที่จะช่วยทุกสิ่งทุกอย่างของพนักงานโรงแรม ด้านความเชื่อมั่นต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องความสามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัยของพนักงานในโรงแรม และด้านความเห็นอกเห็นใจต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องการให้ความใส่ใจต่อคำร้องของลูกค้า

ชลธิรา ตันประดิษฐ์ (2551) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการหลังการขายของบริษัทอินแกรม ไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการหลังการขายของบริษัทอินแกรม ไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ด้านการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ด้านความเชื่อถือในการบริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจลูกค้า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือในการบริการ ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประเภทผู้ใช้บริการ และระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ลูกค้ามีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการหลังการขายกับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการหลังการขายโดยรวมแตกต่างกัน โดยที่ลูกค้ามีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการหลังการขายสูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการหลังการขาย

Pei Mey Lau และคณะ (2005) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในประเทศมาเลเซีย โดยนำเครื่องมือ SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วมาใช้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของ SERVQUAL ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในประเทศมาเลเซียยัง

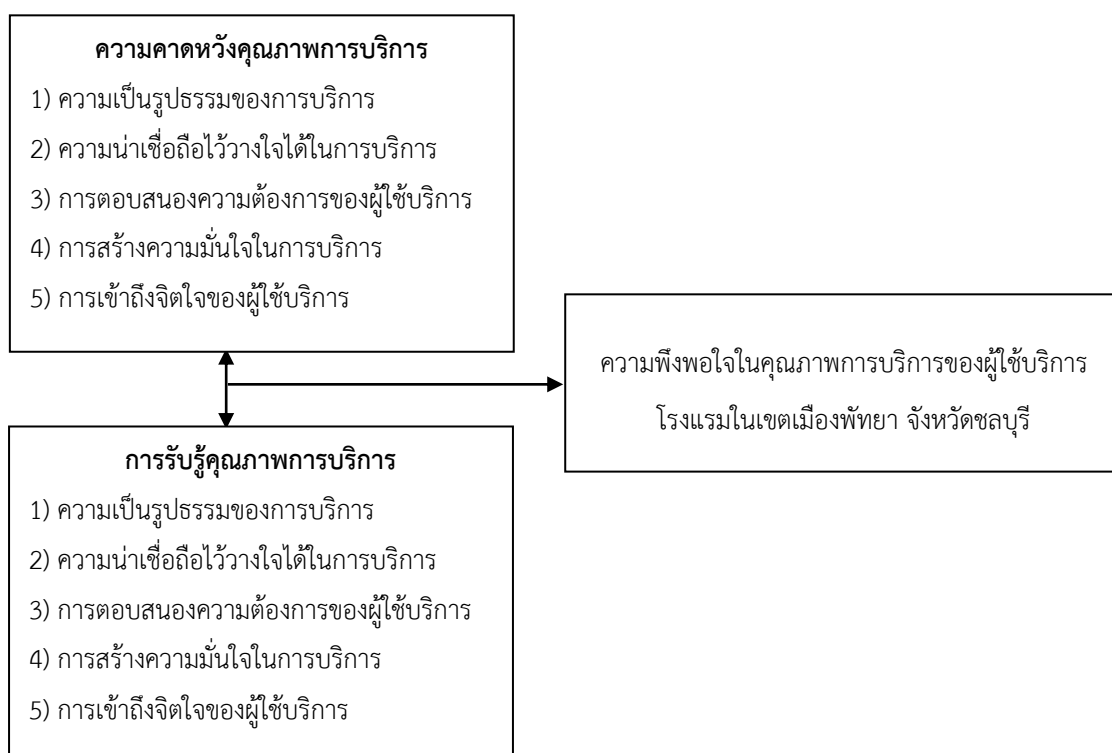
ต่ำกว่าระดับความคาดหวังในคุณภาพบริการ และช่องว่างระหว่างความคาดหวังในคุณภาพบริการของลูกค้าผู้มาใช้บริการโรงแรมกับการรับรู้คุณภาพบริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมีการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของพาราสุรามาน ไชธรมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางข้อเสนอแนะในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาให้ตรงกับความต้องการและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ
2. ผู้บริหารหรือองค์กรส่วนท้องถิ่นสามารถนำผลการศึกษานี้ไปเป็นข้อมูลเสนอแนะเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาให้มีมาตรฐานเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจากชาวไทยและชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (Expectations towards Service Quality) หมายถึง ความคิด ความต้องการและสิ่งที่คาดการณ์ไว้ก่อนเข้ารับการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ หรือความรู้ในอดีตที่ผ่านมา วัดได้จากความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการเข้าถึงจิตใจผู้ให้บริการ
2. การรับรู้คุณภาพการบริการ (Perception towards Service Quality) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการได้รับการบริการของโรงแรมซึ่งตอบสนองต่อความต้องการ วัดได้จากความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการเข้าถึงจิตใจผู้ให้บริการ
3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่ให้แก่ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการเห็นได้ชัดเจน สามารถจับต้องสัมผัสได้ ประกอบด้วยโรงแรมมีห้องพักที่สะอาด โรงแรมมีที่จอดรถเพียงพอ บริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย และสถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง
4. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ (Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้บริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจว่าการบริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง ตลอดระยะเวลาที่เข้าพักในโรงแรม ประกอบด้วย โรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน โรงแรมมีความน่าเชื่อถือในด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ และท่านได้รับการตรงตามที่โรงแรมได้ให้สัญญากับท่าน
5. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ประกอบด้วย พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ พนักงานมีความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา และพนักงานให้บริการที่เหนือความคาดหวังของผู้ใช้บริการ
6. การสร้างความมั่นใจในการบริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการสร้างความมั่นใจในการบริการให้กับผู้บริการ ประกอบด้วย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ พนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดี พนักงานมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ พนักงานสามารถตอบคำถามและอธิบายให้ผู้บริการเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ และมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการเข้าพัก
7. การเข้าถึงจิตใจผู้บริการ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจิตใจของผู้บริการและแสดงความสนใจ ดูแลเอาใจใส่ผู้บริการอย่างทั่วถึง ประกอบด้วย พนักงานให้บริการอย่างเป็นญาติมิตรด้วยไมตรีจิต พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการ

บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ พนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหา พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจ

8. ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Satisfied toward Service Quality) หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการประเมินช่องว่างของคุณภาพบริการระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เป็นข้อมูลในการประเมินความพึงพอใจในการบริการในการเพื่อหาช่องว่าง (Gap) ของคุณภาพบริการระหว่างการรับรู้ (P) และความคาดหวัง (E) คำนวณโดยใช้สูตร (P-E) การแปลผลช่องว่าง (Gap) ระหว่างคุณภาพการบริการตามความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการดังนี้

1) ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (P)-ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (E) ผลลัพธ์เป็นบวกหรือเท่ากับศูนย์ หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

2) ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (P)-ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (E) ผลลัพธ์เป็นลบ หมายถึง ผู้ใช้บริการไม่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรคือ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นโดยการแบ่งโรงแรมออกเป็นโรงแรมระดับมาตรฐาน 4 ดาว และระดับมาตรฐาน 5 ดาว ขั้นที่ 2 การเลือกโรงแรมแต่ละระดับมาตรฐานคิดเป็น 25 เปอร์เซ็นต์ของประชากรโรงแรมทั้งหมดในแต่ละประเภท และดำเนินการการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโรงแรมได้จำนวนโรงแรมระดับมาตรฐาน 4 ดาว จำนวน 3 โรงแรม และโรงแรมระดับมาตรฐาน 5 ดาว จำนวน 2 โรงแรม และขั้นที่ 3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการในโรงแรมที่ระบุแต่ละประเภทระดับมาตรฐาน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกมาโรงแรมละ 80 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา วัตถุประสงค์ในการเข้าพักโรงแรม และมูลเหตุจูงใจในการเลือกใช้บริการโรงแรม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 23 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจผู้บริการ โดยมีการกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550 : 69-70)

1. ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหรือการรับรู้คุณภาพบริการมากที่สุด
2. ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหรือการรับรู้คุณภาพบริการมาก
3. ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหรือการรับรู้คุณภาพบริการปานกลาง
4. ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหรือการรับรู้คุณภาพบริการน้อย
5. ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหรือการรับรู้คุณภาพบริการน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา วัตถุประสงค์การเข้าพัก และมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการโรงแรม โดยใช้สถิติการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยใช้สถิติวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยแบบจับคู่ (Paired t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจในการบริการเพื่อหาช่องว่าง (Gap) ของคุณภาพบริการระหว่างการรับรู้ (P) และความคาดหวัง (E) คำนวณโดยใช้สูตร (P-E)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุช่วง 36-45 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 มีสถานภาพโสด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาจากภาคกลาง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักโรงแรมคือการท่องเที่ยว/ พักผ่อน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 และมีมูลเหตุจูงใจในการเลือกใช้บริการที่โรงแรมคือบรรยากาศของโรงแรม จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50

2. ผลการศึกษาระดับของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีในภาพรวมของรายด้านและรายข้อ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีในภาพรวมของรายด้านและรายข้อ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D	E	$\bar{X}$	S.D	P
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.55	.362	มากที่สุด	4.56	.388	มากที่สุด
1. โรงแรมมีห้องพักที่สะอาด	4.53	.538	มากที่สุด	4.58	.551	มากที่สุด
2. โรงแรมมีที่จอดรถเพียงพอ	4.59	.526	มากที่สุด	4.64	.536	มากที่สุด
3. บริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (lobby) มีที่นั่งเพียงพอ	4.62	.544	มากที่สุด	4.45	.586	มาก
4. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย	4.53	.588	มากที่สุด	4.57	.621	มากที่สุด
5. สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง	4.50	.562	มากที่สุด	4.55	.607	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.44	.383	มาก	4.54	.363	มากที่สุด
1. โรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	4.53	.565	มากที่สุด	4.66	.534	มากที่สุด
2. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน	4.56	.563	มากที่สุด	4.43	.589	มาก
3. โรงแรมมีความน่าเชื่อถือในด้านชื่อเสียงและภาพพจน์	4.39	.594	มาก	4.60	.545	มากที่สุด
4. ท่านได้รับบริการตรงตามที่โรงแรมได้ให้สัญญากับท่าน	4.28	.637	มาก	4.47	.604	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.52	.465	มากที่สุด	4.66	.498	มากที่สุด
1. พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ	4.57	.567	มากที่สุด	4.71	.559	มากที่สุด
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา	4.47	.583	มาก	4.60	.579	มากที่สุด
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.50	.339	มากที่สุด	4.50	.333	มากที่สุด
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.58	.514	มากที่สุด	4.34	.534	มาก
2. พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ	4.53	.548	มากที่สุด	4.63	.524	มากที่สุด
3. พนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดี	4.48	.534	มาก	4.39	.536	มาก
4. พนักงานมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	4.51	.562	มากที่สุด	4.53	.557	มากที่สุด
5. พนักงานสามารถตอบคำถามและอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ	4.43	.562	มาก	4.47	.579	มาก
6. ท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง	4.45	.536	มาก	4.68	.533	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ	4.40	.301	มาก	4.42	.326	มาก
1. พนักงานให้บริการอย่างเป็นญาติมิตรด้วยไมตรีจิต	4.43	.520	มาก	4.45	.532	มาก
2. พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการ	4.45	.512	มาก	4.50	.557	มากที่สุด
3. พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.42	.528	มาก	4.43	.580	มาก
4. พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.23	.538	มาก	4.31	.560	มาก

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง			ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D	E	$\bar{X}$	S.D	P
5. พนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้กับท่าน	4.47	.561	มาก	4.37	.585	มาก
6. พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจ	4.42	.591	มาก	4.44	.597	มาก
รวมทั้ง 5 ด้าน	4.48	.278	มาก	4.51	.304	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการโดยรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณารายด้านและรายข้อพบว่า

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าโรงแรมมีที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าโรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66

2.3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71

2.4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการเข้าพักอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68

2.5 ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้กับท่านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย: ผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมีการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คุณภาพการบริการ	E $\bar{X}$	P $\bar{X}$	t	D	D ²	P
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.55	4.56	-.164	0.01	0.0001	.870
1. โรงแรมมีห้องพักที่สะอาด	4.53	4.58	-1.530	0.05	0.0025	.127
2. โรงแรมมีที่จอดรถเพียงพอ	4.59	4.64	-1.293	0.05	0.0025	.197
3. บริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (lobby) มีที่นั่งเพียงพอ	4.62	4.45	4.789	0.17	0.0289	.000
4. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย	4.53	4.57	-1.285	0.04	0.0016	.200
5. สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง	4.50	4.55	-1.134	0.05	0.0025	.258
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.44	4.54	-5.492	0.10	0.01	.000
1. โรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	4.53	4.66	-4.072	0.13	0.0169	.000
2. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน	4.56	4.43	3.579	0.13	0.0169	.000
3. โรงแรมมีความน่าเชื่อถือในด้านชื่อเสียงและภาพพจน์	4.39	4.60	-5.898	0.21	0.0441	.000
4. ท่านได้รับการตรงตามที่โรงแรมได้ให้สัญญากับท่าน	4.28	4.47	-4.918	0.19	0.0361	.000
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.52	4.66	-5.036	0.14	0.0196	.000
1. พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ	4.57	4.71	-4.392	0.14	0.0196	.000
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา	4.47	4.60	-3.688	0.13	0.0169	.000

คุณภาพการบริการ	E $\bar{X}$	P $\bar{X}$	t	D	D ²	P
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.50	4.50	-.396	0.00	0	.692
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.58	4.34	7.355	0.24	0.0576	.000
2. พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ	4.53	4.63	-2.994	0.10	0.01	.003
3. พนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดี	4.48	4.39	2.878	0.09	0.0081	.004
4. พนักงานมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	4.51	4.53	-.511	0.02	0.0004	.609
5. พนักงานสามารถตอบคำถามและอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ	4.43	4.47	-.971	0.04	0.0016	.332
6. ท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการใช้บริการ	4.45	4.68	-6.187	0.23	0.0529	.000
ด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ	4.40	4.42	-.810	0.02	0.0004	.418
1. พนักงานให้บริการอย่างเป็นญาติมิตรด้วยไมตรีจิต	4.43	4.45	-.599	0.02	0.0004	.549
2. พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการ	4.45	4.50	-1.625	0.05	0.0025	.105
3. พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.42	4.43	-.418	0.01	0.0001	.676
4. พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.23	4.31	-2.099	0.08	0.0064	.036
5. พนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้กับท่าน	4.47	4.37	2.731	-0.10	0.01	.007
6. พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจ	4.42	4.44	-.473	0.02	0.0004	.637
คุณภาพการบริการโดยรวม 5 ด้าน	4.48	4.51	-2.993	0.03	0.0009	.003

จากตารางที่ 2 พบว่าความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีภาพรวมทุกด้าน มีค่า P เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังคุณภาพการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48) แตกต่างกับการรับรู้คุณภาพการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51) ของผู้ใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการและด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเพื่อหาช่องว่าง (Gap) ของคุณภาพบริการ ระหว่างการรับรู้ (P) และความคาดหวัง (E) คำนวณโดยใช้สูตร (P-E) มีรายละเอียดดังนี้

1) ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (P)-ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (E) ผลลัพธ์เป็นบวกหรือเท่ากับศูนย์ หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

2) ค่าเฉลี่ยการรับรู้ (P)-ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (E) ผลลัพธ์เป็นลบ หมายถึง ผู้ใช้บริการไม่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมรายด้านและรายข้อ

คุณภาพการบริการ	P	E	(P-E)	การแปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.56	4.55	0.01	พึงพอใจ
1. โรงแรมมีห้องพักที่สะอาด	4.58	4.53	0.05	พึงพอใจ
2. โรงแรมมีที่จอดรถเพียงพอ	4.64	4.59	0.05	พึงพอใจ
3. บริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (lobby) มีที่นั่งเพียงพอ	4.45	4.62	-0.17	ไม่พึงพอใจ
4. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย	4.57	4.53	0.04	พึงพอใจ
5. สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง	4.55	4.50	0.05	พึงพอใจ
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	4.54	4.44	0.10	พึงพอใจ
1. โรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	4.66	4.53	0.13	พึงพอใจ
2. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน	4.43	4.56	-0.13	ไม่พึงพอใจ
3. โรงแรมมีความน่าเชื่อถือในด้านชื่อเสียงและภาพพจน์	4.60	4.39	0.21	พึงพอใจ
4. ท่านได้รับบริการตรงตามที่โรงแรมได้ให้สัญญากับท่าน	4.47	4.28	0.19	พึงพอใจ
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.66	4.52	0.14	พึงพอใจ
1. พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ	4.71	4.57	0.14	พึงพอใจ
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา	4.60	4.47	0.13	พึงพอใจ
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ	4.50	4.50	0.00	พึงพอใจ
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.34	4.58	-0.24	ไม่พึงพอใจ
2. พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ	4.63	4.53	0.10	พึงพอใจ
3. พนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดี	4.39	4.48	-0.09	ไม่พึงพอใจ
4. พนักงานมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	4.53	4.51	0.02	พึงพอใจ

คุณภาพการบริการ	P	E	(P-E)	การแปลผล
5. พนักงานสามารถตอบคำถามและอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ	4.47	4.43	0.04	พึงพอใจ
6. ท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการเข้าพัก	4.68	4.45	0.23	พึงพอใจ
ด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ	4.42	4.40	0.02	พึงพอใจ
1. พนักงานให้บริการอย่างเป็นญาติมิตรด้วยไมตรีจิต	4.45	4.43	0.02	พึงพอใจ
2. พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการ	4.50	4.45	0.05	พึงพอใจ
3. พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.43	4.42	0.01	พึงพอใจ
4. พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.31	4.23	0.08	พึงพอใจ
5. พนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้กับท่าน	4.37	4.47	-0.10	ไม่พึงพอใจ
6. พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจ	4.44	4.42	0.02	พึงพอใจ
คุณภาพการบริการโดยรวม 5 ด้าน	4.51	4.48	0.03	พึงพอใจ

จากตารางที่ 3 พบว่าการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมรายด้านและรายข้อพบว่า

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.01 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพการบริการดังนี้ โรงแรมมีห้องพักที่สะอาด โรงแรมมีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.05 รองลงมาโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.04 และผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของบริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั้งเพียงพอมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.17

2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.10 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพการบริการดังนี้ โรงแรมมีความน่าเชื่อถือในด้านชื่อเสียงและภาพพจน์มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.21 รองลงมาท่านได้รับบริการตรงตามที่โรงแรมได้ให้สัญญากับท่านมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.19 โรงแรมให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.13 และผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอนมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.13

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดย

ค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.14 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพการบริการดังนี้ พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.14 และพนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.13

4. ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าศูนย์ โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้เท่ากับค่าเฉลี่ยความคาดหวัง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพการบริการดังนี้ ท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางเข้าพักมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.23 รองลงมาพนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.10 พนักงานสามารถตอบคำถามและอธิบายให้ท่านเข้าใจจนเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.04 พนักงานมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.02 และผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.24 และพนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดีมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.09

5. ด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมมีค่าเป็นบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.02 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในคุณภาพการบริการดังนี้ พนักงานรู้และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.08 พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.05 พนักงานให้บริการอย่างเป็นญาติมิตรด้วยไมตรีจิตและพนักงานให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.02 พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.01 และผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของพนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ปัญหาให้กับท่านมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับ -0.10

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ในแต่ละด้านมีระดับของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ทั้งนี้คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับประเภทของโรงแรมที่เป็นระดับมาตรฐาน 4-5 ดาว ทำให้ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในคุณภาพการ

บริการอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้รับการบริการที่แท้จริงทำให้การรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดเช่นเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้พักแรมที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของสุธาสิณี พัดไธสง (2547) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง เชียงใหม่ พบว่าความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณวดี พัฒนชัย (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาปัจจัยคุณภาพทั้ง 5 ด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้คุณภาพการบริการจากการได้รับการบริการที่แท้จริงโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด นั่นคือเมื่อผู้ใช้บริการได้รับบริการที่แท้จริงแล้วทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโดยมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นการให้บริการที่เกิดขึ้นตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการสิ่งที่สำคัญคือการให้บริการของพนักงานมากกว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการในด้านต่าง ๆ

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีพหุทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการทั้ง 5 ด้านประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจในการบริการ และการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิรา ต้นประดิษฐ์ (2551) ได้ศึกษาความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการหลังการขายโดยรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้ามีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการจากการบริการที่แท้จริงซึ่งมีค่าที่แตกต่างไปจากความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่ได้ตั้งไว้สอดคล้องกับ Pei Mey Lau และคณะ (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในประเทศมาเลเซีย พบว่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยใช้แนวคิดความพึงพอใจ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) โดยการหาผลต่างจากช่องว่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีผลต่างมีค่าเป็นบวก (ผลต่างเท่ากับ 0.03) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการที่คาดหวังและการรับรู้จากการได้รับบริการที่แท้จริง ความคาดหวังในคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์ (2550) ได้ศึกษาเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยมีผลต่างเป็นบวกแสดงว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจใน

คุณภาพการบริการหลังจากการได้รับการบริการที่แท้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gabbie Olive O' Neil & Martin, A. (1996) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพของโรงแรมโดยการศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการสูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ทั้งนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริม พัฒนา สนับสนุนและรักษามาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ให้ครอบคลุมและมีแนวโน้มที่ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ควรจัดเตรียมบริเวณที่ต้อนรับส่วนหน้า (Lobby) มีที่นั่งเพียงพอ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุด แต่เมื่อได้รับการบริการที่แท้จริงเป็น ส่วนที่ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

1.2 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ ควรมีการจัดพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องทุกขั้นตอน เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุด แต่เมื่อได้รับการบริการที่แท้จริงเป็น ส่วนที่ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

1.3 การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรจัดให้มีการอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของ คุณภาพการบริการให้มีพนักงานที่เพียงพอและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา

1.4 การสร้างความมั่นใจในการบริการ ควรจัดให้มีการอบรมพัฒนาในการให้บริการของพนักงานมี มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและพนักงานมีกิจกรรมายาทและบุคลิกภาพที่ดี เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการไม่พึง พพอใจในคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

1.5 การเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ควรพัฒนาพนักงานให้ความสนใจรับฟังปัญหาและช่วยแก้ไข ปัญหา เพื่อให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการไม่พึง พพอใจในคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังคุณภาพการบริการ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความรู้ความเข้าใจของพนักงานต่อการบริการของโรงแรมในทุกแผนกเพื่อนำผล การศึกษาไปพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมอย่างยั่งยืน

2.2 การศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรม ในระดับ 4-5 ดาว เท่านั้นควรมีการขยายวงกว้างให้เพิ่มมากขึ้น เช่น การศึกษากับโรงแรมระดับ 2-3 ดาว เนื่องจากในเมืองพัทยามีการเปิดให้บริการโรงแรมในระดับ 2-3 ดาว จำนวนมากจึงทำให้การตรวจสอบ คุณภาพการบริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการมีความหลากหลายตามเกณฑ์มาตรฐานระดับดาว

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการโรงแรม และการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ในแต่ละส่วนงานของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. **มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานโรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ และ เกสเฮ้าส์.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/797/1635>.

26 กรกฎาคม 2556.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **สถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี 2557 และแนวโน้ม ปี 2558.** (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก http://secretary.mots.go.th/strategy/ewt_dl_link.php?nid=1857&filename=index. 10 มกราคม 2558.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7100. 30 มกราคม 2557.

กัลยา วาณิชขัญชา. (2546). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล** (ฉบับปรับปรุงใหม่).

กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ชลธิรา ต้นประดิษฐ์. (2551). **ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการหลังการขายของ**

บริษัทอินแกรม ไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี: บริษัทไทเนรมิตกิจ

อินเตอร์ โปรแกรสซิฟ จำกัด.

บุญเสริม หุตะแพทย์ และบุญ กาละพัฒน์. (2552). **อุตสาหกรรมบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

พรรณวดี พัฒนชัย. (2551). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ**

จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย สวัสดิสาร. (2554). **การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม : แนวโน้มและประเด็น (Tourism and**

hotel Management: Trends and Issues). ขอนแก่น : โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท.

รุ่งนภา ทิวประยูร. (2551). **คุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาเลซที่มีต่อนักท่องเที่ยว**

ชาวต่างชาติ. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรรณภา ศรีประเสริฐทรัพย์. (2550). **คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว**

ชาวไทยผู้พักแรมที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บจ. ธรรมสาร.
- สมาคมโรงแรมไทย. **มาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ทระดับ 1-5 ดาว ฉบับประกาศ 2557**. (ออนไลน์).
เข้าถึงได้จาก <http://thaihotels.org/checklist-for-resort-thailand-hotel-standard-foundation-201>. 25 กรกฎาคม 2557.
- สุชาสินี พัดไธสง. (2547). **ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรม อิมพีเรียล แมปิง เชียงใหม่**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อินทิรา จันทรัฐ. (2552). **ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Gabbie, Olive and O'Neill, Martin A. "SERVQUAL and the Northern Ireland Hotel Sector : A Comparative Analysis-part 1." **Managing Service Quality**. 6, 6, (November 1996) : 25-32.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice-hall.
- Lau, Pei Mey; Abdolali, Khatibi Akbar and Yong Gun Fie, David. "Service Quality: A Study of the Luxury Hotels in Malaysia." **The Journal of American Academy of Business**. 7, 2 (September 2005) : 46 – 55.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49, 4, (Autumn 1985) : 41-50.
- Parasuraman, A. , Zeithaml, V. A. , & Berry, L. L. SERVQUAL : A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, 64, 1, (Spring 1988) : 12-40.
- Zeithaml,V.A., Berry,L.L. and Parasuraman, A. **Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation**. New York: The Free Press-A Division of Macmillan, Inc. 1990.



นางสาวกัลยา สร้อยสิงห์ วุฒิการศึกษา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี
วิจัยทางการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาศึกษา
ทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา