

**การประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด  
ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model**  
**Assessment of Service Quality of 4 Star Hotels at 4 Beaches in Pattaya  
City, using the Application of SERVQUAL Model**

**พัฒน ะ ธนภักตพุดิเมธ<sup>1\*</sup>**  
**Phatthana Thanakitputimed<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup> สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

<sup>1</sup> Institute of Aviation Technology, Rajamangala University Technology Tawan-ok

\* Corresponding author, E-mail: thanakitputimed@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model และเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา ประชากรที่ศึกษา คือ โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา จำนวน 196 โรงแรม จากนั้นใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากโรงแรมร้อยละ 30 ได้โรงแรมทั้งสิ้นจำนวน 59 โรงแรม จากนั้นกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างลูกค้าชาวไทยซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอนจึงใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน จากนั้นกำหนดจำนวนผู้ใช้บริการชาวไทยตามสัดส่วนของโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.90 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และมีรายได้ในช่วง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.50 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด โดยโรงแรม 4 ดาวที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพัทยากลางลูกค้าชาวไทยรับรู้และคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการด้วยเครื่องมือ SERVQUAL พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ได้แก่ หาดพัทยาเหนือ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาใต้ และหาดจอมเทียน มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.13, 0.16, 0.13 และ 0.09 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงมากกว่าความคาดหวัง (PS > ES) แสดงว่าการให้บริการมีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าชาวไทยคาดหวังไว้ และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา มีการรับรู้จริงและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** การประเมินคุณภาพการให้บริการ

## Abstract

The objectives of this research was assessing quality service of 4 star hotels at 4 beaches in Pattaya, using the application of for SERVQUAL model and comparing between customers' perceptions and expectations in service quality of 4 star hotels at 4 beaches in Pattaya. Population were 196 four star hotels in the area, 59 hotels (30%) were chosen by simple random sampling. Sample sizes were unknown numbers of Thai customers and were calculated by Taro Yamane's formula (Yamane, 1973). Four hundred Thai customers were selected by calculating with Thai customers' proportion in each hotel and using accidental sampling to collect until reached target numbers. The questionnaires were adapted from SERVQUAL model. Statistics such as frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and t-test were used to analysis.

The results showed that 68.00% of 400 Thai customers who visited 4 star hotels at 4 beaches in Pattaya were female. Most of them had age between 30-40 years were 30.90%, educational level in bachelor's degree were 47.00%, working at private company were 49.00% and income between 25,001-30,000 Baht were 43.50%. All of 4 beaches had mean of perception and expectation's level in the highest level. Four star hotels at central Pattaya beach had the highest score of total perceptions and expectations in service quality. The comparison between customers' perceptions and expectations in service quality by SERVQUAL model revealed that 4 star hotels at north Pattaya beach, central Pattaya beach, south Pattaya beach and Jomtien beach had mean difference 0.13, 0.16, 0.13 and 0.09, respectively. Mean of perceptions had scores more than expectations ( $PS > ES$ ), showed that service had quality above Thai customers' expectation. The hypothesis testing demonstrated that Thai customers who visited 4 star hotels at 4 beaches in Pattaya had no difference about perceptions and expectations in service quality.

**Keyword:** Assessment of Service Quality

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวภายในประเทศไทยมีแนวโน้มมากขึ้นโดยมีผลมาจากรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังทั้งนี้คาดว่าจะในปี 2559 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณมากกว่า 5 แสนล้านบาท โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร หาดใหญ่ พัทยา ภูเก็ต ระยอง หัวหิน เชียงใหม่ เชียงราย และนครราชสีมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)



จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกที่มีรายได้หลักจากการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกสูงเป็นอันดับ 1 ของภูมิภาคโดยมีรายได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 65.40 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มถึงร้อยละ 78.10 มีระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติอยู่ที่ประมาณ 2-3 วัน โดยมีแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี พ.ศ. 2558-2561 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 ที่มุ่งเน้นเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายได้มาตรฐานสากลให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวโดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบริการของโรงแรมและที่พักในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี ได้แก่ บางแสน บางละมุง เกาะสีชัง สัตหีบและเมืองพัทยา (สำนักงานจังหวัดชลบุรี, 2558)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งและเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับธุรกิจโรงแรมและที่พัก ในปี พ.ศ. 2557 ธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถสร้างรายได้ให้กับเมืองพัทยานับหลายล้านบาทต่อปี โดยปกติแล้วธุรกิจโรงแรมและที่พักในเมืองพัทยาจะตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและบริเวณชายหาด 4 หาดของเมืองพัทยา ได้แก่ หาดพัทยาเหนือ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาใต้ และหาดจอมเทียน โดยมาตรฐานของโรงแรมและที่พักมีตั้งแต่ระดับ 5 ดาว จนถึงไม่มีดาว ปัจจุบันมีโรงแรมที่ให้ข้อมูลกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยานับทั้งสิ้น จำนวน 1,586 โรงแรม (การท่องเที่ยวเมืองพัทยา, 2558) จากปริมาณโรงแรมและที่พักที่มีจำนวนมากประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีจำนวนมากขึ้นส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจโรงแรมและที่พักมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้โรงแรมและที่พักต่างตื่นตัวทำการปรับปรุงและพัฒนาห้องพักและคุณภาพการบริการรวมทั้งขยายธุรกิจโรงแรมและที่พักเพิ่มขึ้น

ดังนั้นคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมและที่พักถือเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขันและมัดใจลูกค้า โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4 ดาว ที่มีนักท่องเที่ยวที่มาพักแบบส่วนตัว คณะนักท่องเที่ยว คณะนักเดินทางท่องเที่ยวที่จัดเป็นรางวัล และบริษัทหรือหน่วยงานภาครัฐเลือกใช้เป็นที่จัดประชุมหรือจัดเลี้ยงจำนวนมากเนื่องจากราคาไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งมีมาตรฐาน การให้บริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นไม่แตกต่างกันมากนัก และปริมาณลูกค้าที่ให้ความสนใจมาก ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งในปี 2558 โรงแรมระดับ 4 ดาวมี อัตราการเข้าพักมากที่สุดเฉลี่ย ร้อยละ 40.2 และมีอัตราการเข้าพักเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้การแข่งขันของโรงแรมระดับ 4 ดาว สูงตามไปด้วยรวมถึงการแข่งขันด้านคุณภาพบริการ

**ตารางที่ 1** แสดงปริมาณห้องพักและอัตราการเข้าพักโรงแรมในเมืองพัทยา

ข้อมูลโรงแรมในพัทยา	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนห้องในพัทยา (ห้อง)	223,427	253,400	263,608	293,608	323,678
อัตราการเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาวเฉลี่ย (ร้อยละ)	12.83	14.51	13.89	13.50	13.90



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลโรงแรมในพัทยา	2554	2555	2556	2557	2558
อัตราการเข้าพักโรงแรม ระดับ 4 ดาวเฉลี่ย (ร้อยละ)	31.87	36.14	38.32	39.44	40.20
อัตราการเข้าพักโรงแรม ระดับ 3 ดาวเฉลี่ย (ร้อยละ)	19.48	22.54	31.00	34.42	38.22
อัตราการเข้าพักโรงแรม ระดับอื่นๆ เฉลี่ย (ร้อยละ)	35.82	26.81	16.79	12.64	7.68

ที่มา : การท่องเที่ยวเมืองพัทยา, 2558

คุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จ ดังนั้นการประเมินคุณภาพบริการจากความคาดหวังต่อคุณภาพบริการและการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของลูกค้าของโรงแรมระดับ 4 ดาว ด้วยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะทำให้ทราบคุณภาพบริการที่แท้จริงอีกทั้งจะช่วยสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการให้กับโรงแรม 4 ดาว ซึ่งความพึงพอใจเกิดได้จากการได้รับความประทับใจจากการได้รับบริการที่ตรงหรือเหนือความคาดหวังที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ปัจจัยภายนอกยังเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้แต่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวอีกด้วย ดังนั้นการประเมินคุณภาพบริการโดยเน้นมุมมองจากลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้า ชาวไทยที่มีบทบาทสำคัญในการสะท้อนคุณภาพการบริการตามบริบทของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญจึงได้ทำการวิจัย เรื่องการประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ได้แก่ หาดพัทยาเหนือ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาใต้ และหาดจอมเทียน มีประชากรเป้าหมาย คือ โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด และลูกค้าชาวไทย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาให้ดียิ่งขึ้นได้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าชาวไทยได้อย่างอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา

สมมติฐานของการวิจัย

ระดับการรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีความแตกต่างกัน



### แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโรงแรมโดย กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้นิยามคำว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง โดยมีค่าตอบแทน ซึ่งมีการแบ่งมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเป็นโรงแรมระดับ 1-5 ดาว โดยมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมระดับ 4 ดาว ของไทยประกอบไปด้วย 12 หมวด คือ หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมการเดินระเบียง และห้องน้ำ) หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสนทนาการ (สระว่ายน้ำ) หมวดที่ 7 ส่วนบริการด้านธุรกิจ : ห้องประชุมและ Business Center หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป หมวดที่ 10 ทรัพย์สินและชุมชนแวดล้อม หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน และหมวดที่ 12 คุณลักษณะเสริมอื่นๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้อธิบายว่า ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ปัจจัย คือ ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) และการบอกต่อปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word-of-mouth Communication) และ Bernstein (1999) ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือ ขบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความ เป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล ดังนั้นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มารับบริการ คือ คุณภาพการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดย Gronroos (1990) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ และ ปัญญาธู ธมยาวิทย์ (2552) ได้อธิบายว่า ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มารับบริการ คือ คุณภาพการบริการซึ่งสามารถวัดคุณภาพการบริการนี้โดยใช้ Gap Model หรือ SERVQUAL ประกอบด้วยช่องว่าง 5 ประการ คือ

1. ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างการบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารภายในเรื่องความคาดหวังของลูกค้า
2. ช่องว่างที่ 2 (Gap 2) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารภายในเรื่องความคาดหวังของลูกค้ากับการแปลผลการรับรู้ไปยังคุณภาพบริการ
3. ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างการแปลผลการรับรู้ไปยังคุณภาพบริการกับบริการที่จัดส่งให้ลูกค้า
4. ช่องว่างที่ 4 (Gap 4) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นจากบริการที่จัดส่งให้ลูกค้ากับการติดต่อสื่อสารจากภายนอกไปยังลูกค้า
5. ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) เป็นความแตกต่างระหว่างการบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการบริการที่รับรู้ ช่องว่างเรื่องคุณภาพบริการจะหมดไปเมื่อมีการลดช่องว่างทั้ง 4 ประการ

ในการวัดคุณภาพการบริการ โดยการใช้แบบจำลองนี้จะเน้นหนักไปที่การบริการที่ลูกค้าคาดหวัง และการบริการที่ลูกค้าได้รับ (Expected Service – Perceived Service Gap) คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่ 5 ปัจจัย ซึ่งในการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เรียกว่า RATER ประกอบด้วย 5 ประการ คือ



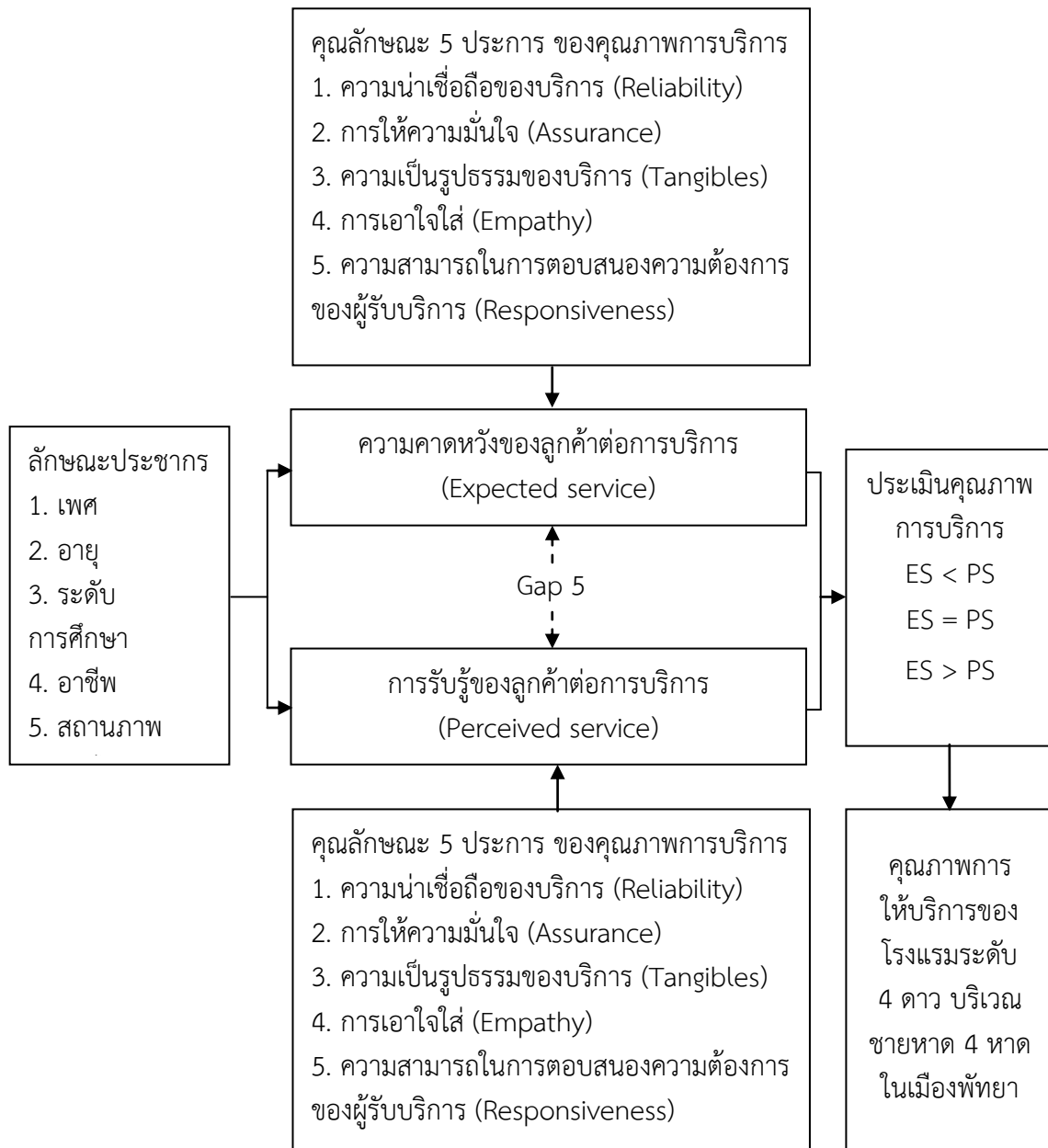
1. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นว่าการบริการที่ได้รับมีความถูกต้องแม่นยำเหมาะสม มีความสม่ำเสมอทุกครั้งที่มารับบริการ
2. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญ ทำให้ผู้บริการเกิดความมั่นใจในการรับบริการ มีความเชื่อถือ รู้สึกปลอดภัย ไว้วางใจได้ ไม่มีความเย่อหยิ่ง
3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การบริการที่สามารถนำเสนอออกมาเป็นลักษณะทางกายภาพ เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ปรากฏให้เห็น สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนและง่าย สามารถสัมผัสได้ เช่น อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบการติดต่อสื่อสาร
4. การเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ให้บริการเข้าถึงการบริการมีความเข้าใจเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ต่อความต้องการของผู้รับบริการ
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการพร้อมและเต็มใจจะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ทันเวลาที่ ผู้รับบริการได้รับความสะดวก ความรวดเร็ว

และ Oliver (1980) กล่าวว่า ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบการบริการที่ได้รับกับประสบการณ์เดิมกับบริการที่คาดหวัง ถ้าเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกในทางบวกทำให้เกิดความพึงพอใจและประเมินว่าบริการนั้นมีคุณภาพ แต่ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกในทางลบ ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและจะประเมินว่าบริการนั้นไม่มีคุณภาพ และ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้ทำการวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพบริการโดยให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตอบแบบสอบถาม 2 ครั้ง ๆ ละ 21 ข้อ ด้วยการใช้มาตราวัด 7 Scales คือ การให้คะแนน 1 ถึง 7 จากคะแนน 1 หมายถึง การไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งจนไปถึงคะแนน 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง คำถามชุดแรกเป็นการวัดความคาดหวังของลูกค้า (Expected Service Quality) ส่วนคำถามชุดที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ผลการบริการจริง (Perceived Service Performance) และนำคะแนนที่ได้มาคำนวณเป็นคุณภาพบริการ (Service Quality) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คุณภาพบริการ} &= \text{คะแนนการรับรู้ผลการบริการ} - \text{คะแนนความคาดหวัง} \\ (\text{Service Quality}) &= \text{PS} - \text{ES} \end{aligned}$$

ในกรณีที่คะแนนการรับรู้ผลการบริการมากกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $PS > ES$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการเป็นเลิศกรณีที่คะแนนการรับรู้ผลการบริการน้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $PS < ES$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการแย่มาก และกรณีที่คะแนนการรับรู้ผลการบริการเท่ากับคะแนนความคาดหวัง ( $PS = ES$ ) เป็นคุณภาพบริการที่เพียงพอแล้ว โดยมีโครงสร้างกรอบแนวคิด ดังนี้





ภาพประกอบที่ 1 โครงสร้างกรอบแนวคิด

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ศึกษา คือ โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาจำนวน 196 โรงแรม ซึ่งประชากรที่ใช้มีจำนวนหลักร้อยละ ใช้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15 ถึงร้อยละ 30 (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) โดยเพื่อความน่าเชื่อถือการศึกษาครั้งนี้ จะใช้ร้อยละ 30 ของประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 โรงแรม จากนั้นใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด จากนั้นกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างลูกค้ชาวไทยซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน จากนั้น



กำหนดจำนวนลูกค้าชาวไทยตามสัดส่วนของโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

บริเวณหาดที่ตั้งโรงแรม	จำนวนประชากร		จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	
	โรงแรม	โรงแรม	โรงแรม	คน
หาดพิทยาเหนือ	25	8		54
หาดพิทยากลาง	46	14		95
หาดพิทยาใต้	31	9		61
หาดจอมเทียน	94	28		190
<b>รวม</b>	<b>196</b>	<b>59</b>		<b>400</b>

ที่มา: การท่องเที่ยวเมืองพิทยา, 2558

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ ด้วยเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพบริการ คือ ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) สูงกว่า 0.60 ทุกข้อ มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เรื่องความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่จะได้รับ เท่ากับ 0.82, 0.85, 0.80, 0.88 และ 0.86 ตามลำดับ เรื่องการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง เท่ากับ 0.83, 0.89, 0.90, 0.81 และ 0.84 ตามลำดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 ถึง ธันวาคม 2558

### ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากร พบว่า ลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.90 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และมีรายได้อยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพิทยาของลูกค้าชาวไทยในแต่ละด้าน พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด โดยที่โรงแรม 4 ดาว ที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพิทยากลางลูกค้าชาวไทยรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการโดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยของคะแนนโดยรวมเท่ากับ 6.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.63 ดังแสดงในตารางที่ 3





**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาของลูกค้าชาวไทยในแต่ละด้าน

การรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจริง (PS)	หาดพัทยาเหนือ			หาดพัทยากลาง			หาดพัทยาใต้			หาดจอมเทียน		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$
1. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability)	6.33	0.71	สูงที่สุด	6.56	0.67	สูงที่สุด	6.45	0.71	สูงที่สุด	6.40	0.62	สูงที่สุด
2. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	6.45	0.70	สูงที่สุด	6.60	0.69	สูงที่สุด	6.42	0.71	สูงที่สุด	6.53	0.63	สูงที่สุด
3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	6.31	0.69	สูงที่สุด	6.44	0.72	สูงที่สุด	6.34	0.69	สูงที่สุด	6.37	0.60	สูงที่สุด
4. การเอาใจใส่ (Empathy)	6.35	0.76	สูงที่สุด	6.45	0.76	สูงที่สุด	6.44	0.74	สูงที่สุด	6.43	0.61	สูงที่สุด
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)	6.47	0.70	สูงที่สุด	6.58	0.73	สูงที่สุด	6.46	0.69	สูงที่สุด	6.35	0.66	สูงที่สุด
<b>รวม</b>	<b>6.38</b>	<b>0.62</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.52</b>	<b>0.63</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.42</b>	<b>0.61</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.41</b>	<b>0.63</b>	<b>สูงที่สุด</b>

เมื่อพิจารณาในส่วนของคุณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด โดยที่โรงแรม 4 ดาว ที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพัทยากลางลูกค้าชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยของคะแนนโดยรวมเท่ากับ 6.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.61 ดังแสดงในตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาของลูกค้าชาวไทยในแต่ละด้าน

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับ (ES)	หาดพัทยาเหนือ			หาดพัทยากลาง			หาดพัทยาใต้			หาดจอมเทียน		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$
1. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability)	6.22	0.75	สูง	6.34	0.71	สูงที่สุด	6.35	0.71	สูงที่สุด	6.24	0.73	สูง
2. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	6.30	0.73	สูงที่สุด	6.41	0.70	สูงที่สุด	6.30	0.79	สูงที่สุด	6.37	0.71	สูงที่สุด
3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	6.12	0.71	สูง	6.31	0.71	สูงที่สุด	6.27	0.71	สูงที่สุด	6.26	0.72	สูงที่สุด
4. การเอาใจใส่ (Empathy)	6.27	0.77	สูงที่สุด	6.33	0.70	สูงที่สุด	6.29	0.71	สูงที่สุด	6.40	0.71	สูงที่สุด
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)	6.35	0.70	สูงที่สุด	6.42	0.75	สูงที่สุด	6.40	0.75	สูงที่สุด	6.33	0.78	สูงที่สุด
<b>รวม</b>	<b>6.25</b>	<b>0.62</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.36</b>	<b>0.61</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.29</b>	<b>0.61</b>	<b>สูงที่สุด</b>	<b>6.32</b>	<b>0.73</b>	<b>สูงที่สุด</b>

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้จริงและความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาดพัทยาเหนือ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาใต้ และหาดจอมเทียน มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงกับความคาดหวังโดยรวมเท่ากับ 0.13, 0.16, 0.13 และ 0.09 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้านของ SERVQUAL พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาที่มีคุณภาพการให้บริการของทั้ง 5 ด้าน คือ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงมากกว่าความคาดหวัง (PS > ES) แสดงว่าการ



ให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าชาวไทยคาดหวังไว้ ดังแสดงในตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ความแตกต่างระหว่างการรับรู้จริง (PS) และความคาดหวัง (ES) ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาของลูกค้าชาวไทยในทุกด้านของ SERVQUAL

คุณภาพการให้บริการของโรงแรมทั้ง 5 ด้าน	หาดพัทยาเหนือ			หาดพัทยากลาง			หาดพัทยาใต้			หาดจอมเทียน		
	PS	ES	PS-ES	PS	ES	PS-ES	PS	ES	PS-ES	PS	ES	PS-ES
2. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability)	6.33	6.22	0.11	6.56	6.34	0.22	6.45	6.35	0.10	6.40	6.24	0.16
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	6.45	6.30	0.15	6.60	6.41	0.19	6.42	6.30	0.12	6.53	6.37	0.16
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	6.31	6.12	0.19	6.44	6.31	0.13	6.34	6.27	0.07	6.37	6.26	0.11
5. การเอาใจใส่ (Empathy)	6.35	6.27	0.08	6.45	6.33	0.12	6.44	6.29	0.15	6.43	6.40	0.03
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)	6.47	6.35	0.12	6.58	6.42	0.16	6.46	6.40	0.06	6.35	6.33	0.02
<b>รวม</b>	<b>6.38</b>	<b>6.25</b>	<b>0.13</b>	<b>6.52</b>	<b>6.36</b>	<b>0.16</b>	<b>6.42</b>	<b>6.29</b>	<b>0.13</b>	<b>6.41</b>	<b>6.32</b>	<b>0.09</b>

และผลจากการทดสอบสมมติฐานวิจัยด้วยค่าสถิติ t-test พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา มีการรับรู้จริงและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** ผลการทดสอบสมมติฐาน

โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด	การรับรู้จริง (PS)		ความคาดหวัง (ES)		t-test	Sig (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
หาดพัทยาเหนือ	6.38	0.62	6.25	0.62	0.44	0.67
หาดพัทยากลาง	6.52	0.63	6.36	0.61	1.09	0.54
หาดพัทยาใต้	6.42	0.61	6.29	0.61	1.33	0.18
หาดจอมเทียน	6.41	0.63	6.32	0.73	0.66	0.50

### สรุปและอภิปรายผล

ลักษณะประชากร พบว่า ลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.90 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และมีรายได้อยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาของลูกค้าชาวไทยในแต่ละด้าน พบว่าลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการ มีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด

โดยที่โรงแรม 4 ดาว ที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพัทยากลางลูกค้าชาวไทยรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการโดยรวมมากที่สุด ในส่วนของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด โดยที่โรงแรม 4 ดาว ที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพัทยากลางลูกค้าชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาดพัทยาเหนือ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาใต้ และหาดจอมเทียน มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงและความคาดหวังโดยรวมเท่ากับ 0.13, 0.16, 0.13 และ 0.09 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้านของ SERVQUAL พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีคุณภาพการให้บริการของทั้ง 5 ด้านคือ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงมากกว่าความคาดหวัง ( $PS > ES$ ) แสดงว่า การให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าชาวไทยคาดหวังไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาสงวนต่อความต้องการของลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการอย่างแท้จริงจนเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ทำให้ลูกค้าชาวไทยรู้สึกพึงพอใจและประเมินว่าโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีคุณภาพในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้กล่าวว่า “คุณภาพบริการ” เกิดจากประสบการณ์ทั้งหมดที่ลูกค้าประเมินออกมาเป็นความพึงพอใจโดยคุณภาพบริการที่ดีจะต้องล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง (Exactly Wants) สิ่งที่ลูกค้ามีความชอบ (Preference) และสิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) ลูกค้าที่รู้สึกชื่นชมยินดี คือ ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่เกินความคาดหวัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิพร ก้อนคำ (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความคาดหวังต่อการบริการของผู้รับบริการกับการรับรู้ของผู้รับบริการของโรงแรมในเรื่อง การสร้างความมั่นใจ การตอบสนองต่อลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ความเชื่อถือได้ การดูแลเอาใจใส่และสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีการรับรู้จริงและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่เลือกมาใช้บริการกับโรงแรม 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาล้วนแต่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่จะได้รับประกอบกับโรงแรม 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีตัวเลือกจำนวนมากจึงส่งผลให้โรงแรมต่างๆ แข่งขันกันในคุณภาพบริการเพื่อมัดใจลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำจึงทำให้การรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) กล่าวว่าผู้รับบริการจะความคาดหวังว่าโรงแรมที่มีดาวสูงๆ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเป็นอันดับแรกซึ่งยิ่งถ้าโรงแรมหรือองค์กรที่มีคุณภาพ ผู้รับบริการจะคาดหวังที่จะต้องได้รับบริการทันทีที่มาถึง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทันทีด้วยบริการที่คุณภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model พบว่า โรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยามีคุณภาพในการบริการเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าชาวไทยคาดหวัง แต่มีบางด้านที่ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงเกือบเท่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ( $PS = ES$ ) คือ



ลูกค้าชาวไทยรู้สึกพึงพอใจต่อบริการและการบริการมีคุณภาพที่เพียงพอแล้ว แต่การบริการที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าซื้อขมยินดี (Delight) คือ ภาวะการณ์รับรู้บริการมากกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) ดังนั้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของโรงแรม 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาคควรเพิ่มเติมในเรื่องการเอาใจใส่ (Empathy) เช่น การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคล การให้บริการที่คำนึงถึงความแตกต่างของลูกค้า สามารถจดจำชื่อลูกค้าได้ มีกิจกรรมเสริมที่หลากหลายทั้ง Indoor และ Outdoor อย่างน้อย 3 ชนิด เช่น ร้านของที่ระลึก ร้านเสริมสวย ร้านตัดผมสุขภาพบุรุษ กิจกรรมทำอาหารและงานฝีมือต่างๆ สนามเด็กเล่น จักรยาน กอล์ฟ เป็นต้น เรื่องความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) เช่น ปรับภูมิทัศน์โดยรอบของโรงแรมให้สวยงามมีความสะอาดพร้อมไฟส่องสว่างตลอดคืน ห้อง Business Center มีอุปกรณ์พร้อมใช้งาน บริเวณสระว่ายน้ำ มีการบอกความลึกของน้ำทุกจุดที่มีการเปลี่ยนแปลงระดับน้ำมีอุปกรณ์ช่วยชีวิตอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานโดยติดตั้งในที่จุดสะดวกและมองเห็น เป็นต้น และเรื่องความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) เช่น มีการต้อนรับลูกค้าเข้าพักทันทีที่ลูกค้าเข้าใช้บริการ ไม่ควรให้ลูกค้ารอเวลาในการ Check-in Check-out การบริการยกกระเป๋า และการบริการอาหารบนห้องพักนานเกินไป เป็นต้น ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างคุณภาพในการบริการเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าคาดหวังไว้

### คำขอบคุณ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้โดยได้รับความร่วมมือจากหลายส่วนงาน ในการนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก สถาบันเทคโนโลยีการบิน ผู้ทรงคุณวุฒิ การท่องเที่ยวเมืองพัทยา และผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยทุกท่าน

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมระดับ 1 - 4 ดาว*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (10 มิถุนายน 2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)
- การท่องเที่ยวเมืองพัทยา. (10 มิถุนายน 2558). *ข้อมูลเมืองพัทยา*. สืบค้นจาก <http://www.pattaya.go.th/city-information>
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ปัญญาวุธ ฤมยาวิทย์. (2552). *กรณีศึกษาการวัดระดับคุณภาพการบริการหลังการขายโดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL*. ปริญญาโท วท.ม. (การบริหารเทคโนโลยี). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชนิพร ก้อนคำ. (2557). *คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. ปริญญาโท บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานจังหวัดชลบุรี. (10 มิถุนายน 2558). *แผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี พ.ศ. 2558-2561*. สืบค้นจาก <http://www.chonburi.go.th/default.aspx>
- Bernstein, D. M. (1999). *Recover from mild head injury*. Brain Injury, 13, 151 – 172.

- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing-Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington Books.
- Oliver. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). SERVQUAL: A multiple-item Scale For measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork: Harper and Row Publication.