

แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

ธิติมา บุญธรรม¹, นงเยาว์ เมืองดี²

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ การพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรม และการสร้างกลยุทธ์ของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ใช้การวิจัยเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2558 จำนวนตัวอย่าง 400 ราย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้จัดการโรงแรมจำนวน 20 ราย พบว่าระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมอยู่ในระดับปานกลาง เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างก็มีความสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิเคราะห์ SWOT และ Tows Matrix คือ กลยุทธ์การเติบโตแบบเจาะตลาด ได้แก่ พัฒนาสถานที่ให้สะอาดสวยงามปลอดภัย การจัดโปรโมชั่นพิเศษให้ลูกค้า มีนโยบายเพื่อพัฒนาไปสู่โรงแรมที่มีคุณภาพสูง พัฒนากลยุทธ์การขยายตัวของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน สร้างพันธมิตรกับลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายการให้บริการ ทักษะความสามารถของพนักงานในทุกๆ ด้าน เพิ่มศักยภาพระบบการรักษาความปลอดภัยของโรงแรมให้สูงขึ้น พัฒนาอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความพร้อมกลยุทธ์การเติบโตแบบการพัฒนา เครื่องอำนวยความสะดวกของโรงแรม กำหนดวิธีการสรรหาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ การเติบโตต้องคำนึงถึงโอกาสและช่องทางการขยายตัวในอนาคต กลยุทธ์เชิงรับพัฒนาความพร้อมด้านสถานที่

¹ นักศึกษาสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: saw-coke218@hotmail.com

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ให้มีประสิทธิภาพรองรับลูกค้าได้มากขึ้น ประสิทธิภาพทางด้านภาษาของพนักงาน

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ทักษะมนุษย์ คุณภาพการบริการ

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: ธิดิมา บุญธรรม

E-mail: saw-coke218@hotmail.com

Guidelines for Human Capital Development Improvement in Suratthani Municipality Hotels' Service Quality

Titima Buntram¹, Nongyao Mueangdee²

Abstract

This research were to studied service quality, hotel strategy and human development for hotel service development and to study arrangement in Suratthani municipality. The quantitative research was used in this research. Sample used in this study was 400 Thai tourists who were users for hotel service in Suratthani municipality in 2015. From in-depth interviews of 20 hotel managers found that overall hotel service quality was moderate. Different genders, ages and education levels had statistically significantly different relationship at level of 0.05. The results of in-depth interviews by analyzing SWOT and Tows Matrix were market penetration growth strategies such as location development with cleanness, beauty and security, giving special promotions to customers, having policies to develop to hotel with high quality, developing expansion strategies of customers, increasing employee's efficiency, building the alliance with customers for increasing total services, increasing the skills and abilities of employees in every aspects, increasing security systems of hotel, developing various devices and facilities with readiness for growth strategies, determining method for personnel recruitment with efficiency, the growth had to consider the opportunities and channels in the future,

¹ Student of Master of Business Administration Prince of Songkla University Surat Thani Campus. E-mail: saw-coke218@hotmail.com

² Faculty of Science and Technology University. Prince of Songkla University Surat Thani Campus

defensive strategy developed readiness on location with efficiency to support more customers and increasing efficiency on language of personnel.

Keywords: Improvement Guideline, Human Capital, Service Quality

Corresponding Author: Titima Buntram

E-mail: saw-coke218@hotmail.com

บทนำ

สภาพการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบันองค์กรธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างและความต่างนั้นต้องเป็นความแตกต่างที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า “การบริการ” ก็เป็นแนวทางหนึ่งที่สร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้านอกเหนือจากความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือภาพลักษณ์ของตราสินค้าเนื่องจากการบริการไม่ต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเมื่อเปรียบเทียบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งหรือไม่ต้องลงทุนมากในการสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในการสร้างตราสินค้าจากเหตุผลดังกล่าวทำให้องค์กรส่วนใหญ่ในทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องการบริหารลูกค้า จนอาจจะกล่าวได้ว่าในปัจจุบันนี้ธุรกิจบริการมีทั้งประเภทที่ส่งมอบบริการล้วน (Pure Service) และประเภทที่ใช้สินค้าเป็นสะพานในการเข้าถึงเพื่อให้บริการลูกค้าจากปัญหาสำคัญประการหนึ่งในด้านการให้บริการลูกค้าผลการประเมินคุณภาพการบริการจากลูกค้ายังคงอยู่ในระดับไม่สูงมากเพียงพอเท่าที่องค์กรคาดหวังทั้งๆ ที่องค์กรเองก็เชื่อว่าได้พยายามอย่างเต็มที่ในทุกวิถีทางที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการบริการและเกิดความพึงพอใจสาเหตุหนึ่งมักไม่ได้เกิดจากการที่องค์กรมีความบกพร่องในการให้บริการแต่เกิดจากองค์กร ไม่ทราบว่าปัจจัยใด “โดนใจ” หรือก่อให้เกิดการรับรู้คุณภาพบริการ (นิตา ชัชกุล, 2556: 1) จึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่פקโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว จึงควรมีการประเมินคุณภาพการบริการที่פקโรงแรม ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย การให้ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาตราฐานกำหนดไว้ เนื่องจากสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่ศักยภาพพื้นที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ ทะเล ภูเขา น้ำตก อีกทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้านที่โดดเด่นไม่ด้อยกว่าจังหวัดอื่น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวถึง 4,913,006 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีถึง 1,301,834 คน และมีแนวโน้มแนวโน้ม

สูงขึ้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี 2558) ด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการ คือ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีภูมิประเทศที่หลากหลายเป็นจังหวัด มีพื้นที่ชายฝั่งทะเล เป็นที่ราบเนินเขา ทำให้มีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมประเพณีวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ซึ่งมีหลายพื้นที่ในตำบลและหมู่บ้านต่างๆ ของอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว พักผ่อนและศึกษาเยี่ยมชม (แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2557)

ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการแสดงความคิดเห็นก่อนและหลังการใช้บริการในโรงแรม ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จึงทำการศึกษเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการในโรงแรม ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพของการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการซึ่งจำเป็นที่จะต้องรู้ถึงระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของโรงแรมที่มีต่อลูกค้าโดยมุ่งเน้นศึกษาคุณภาพ การบริการด้านต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและเป็นกลยุทธ์สำหรับรองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นการสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจโรงแรม เมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดรายได้ ผลกำไรตามมาและสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามคือการรักษาลูกค้า โดยจะหาอย่างไรให้เกิดการใช้บริการซ้ำอีกและบอกต่อเพื่อให้ธุรกิจที่พนักงานท่องเที่ยวสามารถบรรลุเป้าหมายและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน จึงจำเป็นต้องเร่งหาวิธีในการพัฒนาที่ยั่งยืนให้องค์กร เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมโรงแรม เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อกำหนดแนวทางจัดทำแผนดำเนินการทุนมนุษย์ของโรงแรมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพของการให้บริการของโรงแรม ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีกับปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรม ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม

ความหมายของโรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักรออาศัย อาหาร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักรออาศัยและเดินทางหรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า "แขก" (Guest) คำว่า hotel หรือ โรงแรมมีที่มาจากภาษาฝรั่งเศสซึ่งแปลว่า คฤหาสน์ โรงแรมแห่งแรกในยุโรป คือ Hotel de Hanri IV (โฮเทลเดอองรี กัต) เมื่อปี ค.ศ. 1788 โดยในสมัยก่อนใช้คำว่า hotel และภายหลังได้เปลี่ยนตัวโอมาเป็นโอบกดิ ในภาษาอังกฤษเป็น hotel เหมือนปัจจุบัน ปัจจุบันมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาหรือโปรโมชั่นมากขึ้น ที่พักของนักเดินทางเช่นเดียวกัน ในปี ค.ศ. 1254 กฎหมายฝรั่งเศสได้กำหนดไว้ว่า ผู้เดินทางจะต้องพักในโรงแรมเท่านั้น และในปี ค.ศ. 1315 กฎหมายยังกำหนดไว้ว่า ผู้เดินทางจะต้องพักในโรงแรมเท่านั้น และในปี ค.ศ. 1315 กฎหมายยังกำหนดไว้ว่าถ้าผู้พักเสียชีวิตในโรงแรม เจ้าของต้องจ่ายเงินมีมูลค่า 3 เท่าของมูลค่าที่ผู้พักพาดิติดตัวมาจากกฎหมายดังกล่าวแล้วแสดงให้เห็นว่ามีที่พักสำหรับบริการแก่นักเดินทาง และเกิดความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน จึงได้ตรากฎหมายดังกล่าวขึ้น สตีตมอนและคาสาวานา (Steadmon and Kasavana, 1988: 4) ได้จัดแบ่งประเภทของโรงแรม โดยยึดพื้นฐานทางด้านขนาดของโรงแรม เป้าหมายการตลาด ระดับของการบริหารและการเป็นเจ้าของหรือการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริหารโรงแรมไว้

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของโรงแรม

ความหมายของการบริการนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การบริการ” ไว้ดังนี้ สมิต สัชฌุกร (2554: 28) ได้แบ่งประเภทของการบริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ 1) การบริการโดยตรงเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของใช้หีบห่อให้จัดส่งให้ เป็นต้น 2) การบริการทางอ้อมเป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรงแต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการ คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman (1991: 39) เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเองและประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อมส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1991: 39)

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis

ความหมายของ SWOT นันทิยา หุตานุวัตร และรศ.ดร.ณรงค์ หุตานุวัตร กล่าวไว้ดังนี้ SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths Weaknesses ที่องค์กรทำได้ Strengths คือ จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้อำนาจบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและ

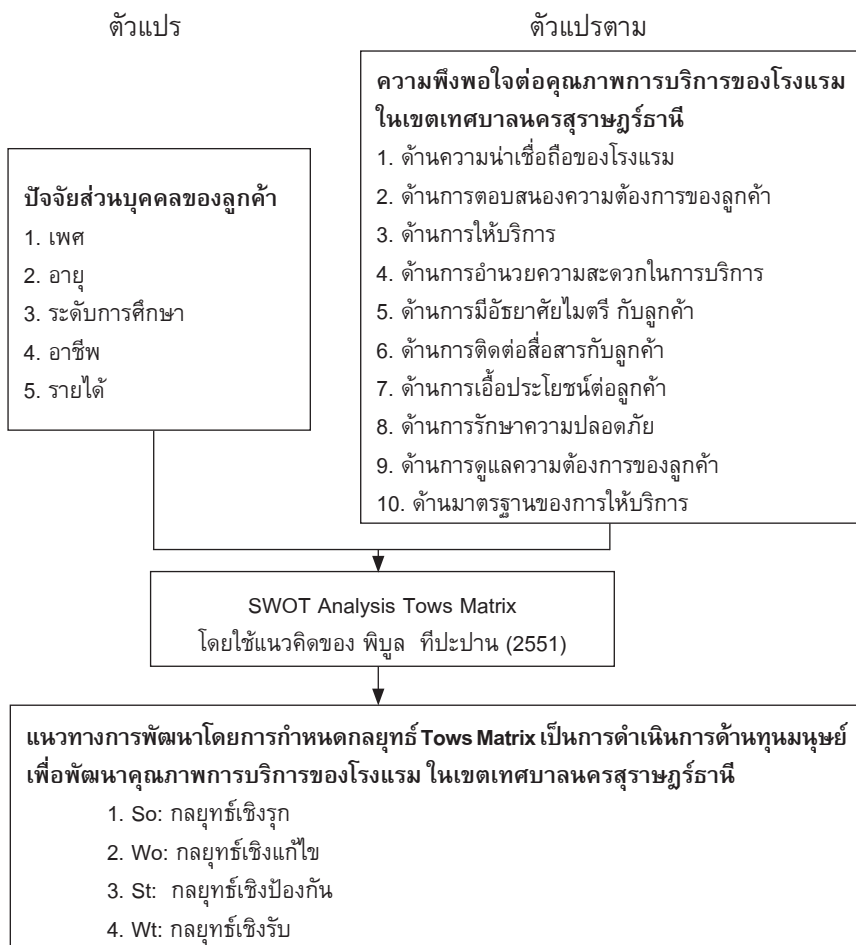
อุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านทุนมนุษย์

ปัจจุบันองค์กรเกือบทุกแห่งได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านทุนมนุษย์มากขึ้น เนื่องจากการที่องค์กรจะมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานตามที่องค์กรตั้งไว้ได้นั้น จะต้องอาศัยบุคลากรในองค์กรเป็นผู้ขับเคลื่อนโดยจะต้องอาศัยความรู้ความสามารถทักษะความชำนาญการประสบการณ์และความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรในองค์กรมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของทุนมนุษย์สำหรับองค์กรองค์กรจะต้องหาวิธีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญของทุนมนุษย์ในองค์กรจะช่วยส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่วางไว้โดยคนในองค์กรใช้ความรู้ความสามารถที่เป็นทุนของตนเองมาปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงและทำงานประสานกับเพื่อนร่วมงานซึ่งต่างคนก็ต่างใช้ทุนที่มีอยู่เพื่อทำให้บรรลุเป้าหมายทำให้ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้ความรู้ความสามารถความชำนาญที่มีอยู่นามาใช้เพื่อช่วยสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร ทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งส่งผลให้องค์กรสามารถอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดของทุนมนุษย์ได้ถูกแยกไว้สองลักษณะ คือ ลักษณะเฉพาะ (Specific) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะและความรู้ที่มีประโยชน์เฉพาะตัวบุคคลคนหนึ่งๆ เท่านั้น ส่วนอีกลักษณะหนึ่ง คือ ลักษณะทั่วไป (General) ซึ่งมีประโยชน์ต่อทุกคนสาระสำคัญของการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ คือ การเพิ่มคุณค่านำไปสู่การเพิ่มศักยภาพบุคคลเพื่อเพิ่มคุณค่าทางผลผลิตการลงทุนหรือเพิ่มทุนมนุษย์โดยการศึกษาและการฝึกอบรมจากการให้ความรู้และการดูแลสภาพให้เกิดศักยภาพที่มีคุณภาพก่อนจะก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตแก่องค์กรมุมมองและแนวคิดในการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นการบริหารงานบุคคลแบบเก่า (Traditional Personnel Management) ซึ่งเป็นแนวคิดของ Frederic W.Taylor (1956-1915) หรือที่เรียกว่า Taylorism เป็นการบริหารงานแบบวิทยาศาสตร์

ที่เน้นการศึกษาในเรื่องของความเคลื่อนไหวสำหรับงานแต่ละอย่าง (The Study of the Motions) โดยใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และเครื่องมือให้เหมาะสมกับเวลาของงานแต่ละอย่างให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการที่พักของโรงแรมจำนวน 61 โรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 2 ดาวถึง 4 ดาว ของปี 2558 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการที่พักของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำนวน 1,239,042 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2558) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งในการศึกษาค้างนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจำนวนตัวอย่างตามแนวคิดของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีสูตรในการคำนวณดังต่อไปนี้

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

เมื่อ	n	คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	ขนาดประชากร
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง
	มีค่าเท่ากับ 0.05		
แทนค่า	n	=	1,239,042/(1+(1,239,042)(0.05 ²))
		=	399.87 คน

จากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.87 คน และเพื่อให้ศึกษาคุณภาพของการให้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีครั้งนี้ มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของโรงแรม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยระเบียบการวิจัยใช้เป็นแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เทคนิคการสุ่มที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกบุคคลที่เป็นผู้จัดการของโรงแรมจาก 61 โรงแรม ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานและอยู่ในพื้นที่ โดยเลือกเป็นตัวแทนจำนวน 20 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมมีโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติค่า t-test และ F-test วิเคราะห์โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way-ANOVA) และถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe')

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียง 4 ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม และด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม

จากข้อมูลเรื่องคุณภาพการบริการของโรงแรม ลูกค้ามีความพึงพอใจคุณภาพการบริการของโรงแรมมากที่สุด ในด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม แสดงให้เห็นถึงความต้องการในการให้บริการของโรงแรมด้านความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของโรงแรม

1.1 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

โรงแรมควรต้องเพิ่มประสิทธิภาพการรักษาความปลอดภัยให้สูงขึ้น มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการดูแลความปลอดภัยของลูกค้า

1.2 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกด้านอยู่ในระดับมาก

โรงแรมควรต้องหากิจกรรมเสริมที่เหมาะสมกับช่วงเวลาให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

1.3 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อมวางตัวเหมาะสมกับกาลเทศะ และพนักงานอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีระดับคุณภาพในระดับมาก ยกเว้นขณะให้บริการพนักงานมีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้นเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง

โรงแรมควรต้องมีพนักงานอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ขณะให้บริการพนักงานมีความกระตือรือร้นเสมอ ลูกค้ามีความประทับใจ ต่อการให้บริการของพนักงาน ได้รับความสะดวก สบาย และรวดเร็วซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้า ต้องการ ซึ่งโรงแรมจึงควรพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ความ สามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าให้มากที่สุด

1.4 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

โรงแรมควรต้องมีบริการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการพื้นฐานของ โรงแรมได้โดยสะดวกเป็นที่ประทับใจ ซึ่งทางโรงแรมต้องวางแผนด้านพื้นที่ให้มีความเหมาะสม ทันสมัยและสวยงาม นำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์เพื่อวางแผนด้านอาคาร สถานที่ของโรงแรม

1.5 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการมีอัตราคีย์ไมตรีกับลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการมีอัตราคีย์ไมตรีกับลูกค้า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงข้อเดียวอยู่ใน ระดับมาก คือ พนักงานมีกริยามารยาทดี ใจกว้างที่สุภาพ ไพเราะเหมาะสมกับลูกค้า

โรงแรมควรต้องมีพนักงานที่มีความสามารถในการให้บริการ ลูกค้า มีความประทับใจ และน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ฉะนั้นทางโรงแรมจึงควรจัดให้ มีการอบรมพนักงานทั้งในการให้ความรู้ การพัฒนาบุคลิกภาพการให้บริการเพื่อให้ พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนางานบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีเพียงด้านเดียวที่อยู่ในระดับ ปานกลาง คือ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการสื่อสารของพนักงานกับลูกค้า

โรงแรมควรต้องมีพนักงานที่มีความสามารถในการให้บริการข้อมูล ทั้งยังมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น มีระบบการจองห้องพักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต การให้ข้อมูลพื้นฐานที่มีความชัดเจน ตรงกับความต้องการของลูกค้า ฉะนั้น ทางโรงแรมจึงควรจัดให้มีการอบรมพนักงานทั้งในการให้ความรู้ทางด้านภาษาอย่างน้อย 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสาร กับลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

โรงแรมควรต้องมีข้อมูลที่จัดเตรียมให้กับลูกค้าทางการสื่อสารผ่าน พนักงาน และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เป็นข้อมูลที่เข้าถึงลูกค้าได้โดยไม่ยุ่งยาก หลากหลายช่องทาง ซึ่งทางโรงแรมจะต้องหาวิธีการเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า และให้มีความน่าเชื่อถือต่อไป

1.8 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

โรงแรมควรต้องสามารถบริหารจัดการเรื่องระบบความปลอดภัยของ โรงแรมได้เป็นอย่างดีจนลูกค้าเกิดความมั่นใจ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ฉะนั้นทางโรงแรม จึงต้องคิดค้นหาวิธีการเพื่อจัดระบบความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

1.9 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางมีเพียง 2 ด้านที่อยู่ใน ระดับมาก คือ พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดี และพนักงานสามารถ เรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการส่วนตัวของลูกค้า

โรงแรมควรต้องมีพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เข้าใจความต้องการของลูกค้า บริการลูกค้าด้วยความประทับใจ มีความใส่ใจและให้ความสำคัญต่อลูกค้าจนลูกค้าเกิดความมั่นใจ ฉะนั้นทางโรงแรมจึงควรพัฒนากลยุทธ์ ในการส่งเสริมด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุด

1.10 ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาล นครสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

โรงแรมควรต้องมีพนักงานมีความพร้อมต่อการให้บริการทางโรงแรม ได้กำหนดเครื่องแบบของพนักงานที่สวยงามมีความทันสมัยและเป็นสากลจนลูกค้า ประทับใจ ประกอบกับอัตรายศยไมตรีที่ดีของพนักงาน ฉะนั้นทางโรงแรมจึงควร พัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมด้านการบริการทั้งส่วนของพนักงานและส่วนของโรงแรม

สรุป ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขต เทศบาลนครสุราษฎร์ธานีกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาล นครสุราษฎร์ธานีกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยเลือกเฉพาะ เพศ อายุ ระดับการศึกษา มีรายละเอียดดังตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

คุณภาพการบริการ	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม	4.42	0.76	2.93	0.69	6.67	0.00*
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.04	0.66	3.17	0.65	13.18	0.65
3. ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ	3.50	0.70	2.88	0.56	9.66	0.00*
4. ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม	3.09	0.74	2.91	0.55	2.55	0.00*
5. ด้านการมีอัธยาศัยไมตรี กับลูกค้า	3.61	1.22	2.95	0.77	6.16	0.00*
6. ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	4.08	0.89	2.94	0.76	13.49	0.02*
7. ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม	4.28	0.95	3.07	0.76	13.69	0.01*
8. ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม	4.23	1.04	3.19	0.64	11.59	0.00*
9. ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า	3.25	0.46	2.88	0.42	8.25	0.34
10. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	2.65	0.43	2.83	0.41	4.24	0.08
รวม	3.61	0.58	2.97	0.50	11.65	0.02*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นของเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน 7 ด้าน คือ ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม ด้านการมีอัธยาศัยไมตรีกับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม ด้านการรักษา

ความปลอดภัยของโรงแรม และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่วนที่ไม่แตกต่างกันมี 3 ด้าน คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการเข้าใจ และการรู้จักลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	อายุ										F	sig.
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม	3.88	0.77	3.17	0.64	3.35	0.45	2.65	0.36	1.33	0.35	74.56	0.00*
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.22	0.72	3.94	0.62	3.63	0.35	2.82	0.26	1.63	0.13	119.41	0.00*
3. ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ	3.64	0.64	3.44	0.73	3.22	0.41	2.62	0.38	1.83	0.17	50.26	0.00*
4. ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม	3.04	0.75	3.11	0.75	3.28	0.38	2.60	0.53	1.93	0.10	23.14	0.00*
5. ด้านการมีอัธยาศัยไมตรีกับลูกค้า	3.70	1.22	3.56	1.23	3.29	0.78	2.74	0.40	1.67	0.35	18.63	0.00*
6. ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	4.46	0.72	3.89	0.86	3.12	0.98	2.81	0.18	2.38	0.13	59.87	0.00*
7. ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม	4.49	0.84	4.18	0.99	3.38	0.91	2.89	0.17	2.00	0.00	60.86	0.00*
8. ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม	4.86	0.86	4.30	1.06	3.40	0.83	2.99	0.06	3.79	0.13	47.06	0.00*
9. ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า	3.35	0.40	3.20	0.48	2.93	0.55	2.87	0.15	2.55	0.21	21.37	0.00*
10. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	2.66	0.39	2.64	0.45	2.83	0.52	2.82	0.20	2.81	0.53	4.40	0.00*
รวม	3.81	0.53	3.52	0.57	3.20	0.48	2.78	0.20	2.10	0.17	65.42	0.00*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความสัมพันธ์

ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน

แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็นรายคู่ในเรื่องคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี แสดงให้เห็นว่าผู้มาใช้บริการโรงแรมแต่ละช่วงอายุ มีระดับความเห็นด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม ด้านการมีอัตราค้ายไม่ตรีกับลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งโรงแรมสามารถนำไปคิดค้นการให้บริการและพัฒนาการ อำนาจความสะดวกให้แก่ลูกค้า รวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ โดยการจัดกลุ่มลูกค้าตามอายุได้

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	การศึกษา										F	sig
	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	̄X	S.D.	̄X	S.D.	̄X	S.D.	̄X	S.D.	̄X	S.D.		
1. ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม	4.19	0.75	3.51	0.85	3.03	0.50	3.32	0.45	2.17	0.55	53.47	0.00*
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.25	0.75	4.15	0.76	3.96	0.47	3.53	0.41	2.45	0.52	89.68	0.00*
3. ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ	3.69	0.77	3.64	0.64	3.33	0.78	3.16	0.45	2.33	0.46	48.83	0.00*
4. ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม	2.97	0.75	3.08	0.86	3.08	0.62	3.20	0.39	2.23	0.23	26.36	0.00*
5. ด้านการมีอัตราค้ายไม่ตรีกับลูกค้า	3.61	1.14	3.70	1.32	3.57	1.20	3.25	0.73	2.35	0.56	17.55	0.00*
6. ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	4.38	0.93	4.37	0.85	3.80	0.81	3.17	0.84	2.61	0.17	64.43	0.00*
7. ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม	4.53	0.92	4.44	0.89	4.15	1.04	3.41	0.86	2.62	0.37	53.84	0.00*

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	การศึกษา										F	sig
	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
8. ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม	4.63	0.88	4.57	0.95	3.93	0.96	3.34	0.81	2.97	0.08	53.78	0.00*
9. ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า	3.40	0.39	3.34	0.43	3.21	0.43	2.94	0.48	2.73	0.18	26.91	0.00*
10. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	2.77	0.47	2.69	0.37	2.60	0.56	2.73	0.47	2.84	0.17	2.81	0.00*
รวม	3.84	0.61	3.75	0.57	3.47	0.57	3.21	0.45	2.53	0.29	62.41	0.00*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็นรายคู่ในเรื่องคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี แสดงให้เห็นว่าผู้มาใช้บริการโรงแรมแต่ละระดับการศึกษามีระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม ด้านการมีอัตราคิไม่ตรงกับลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ที่แตกต่างกัน ซึ่งโรงแรมสามารถนำข้อมูลจากส่วนนี้ไปวิเคราะห์การรับรู้ของกลุ่มลูกค้า โดยใช้ระดับการศึกษาในการแบ่งกลุ่มลูกค้าก็เป็นได้

สรุป ผลการวิเคราะห์แนวทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ (TOWS Matrix) โรงแรมในเขตเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี

SO: กลยุทธ์การเติบโตแบบเจาะเจาะตลาด

1. พัฒนานักงานให้มีศักยภาพในการให้บริการและเป็นผู้ให้การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

2. พัฒนาการให้บริการด้านการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยความรวดเร็วและปลอดภัย

3. กลยุทธ์การบริการดูญาติมิตรส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ทางด้านภาษา ด้านความสามารถในการให้บริการ

4. จัดโปรโมชั่นให้ลูกค้ามารับบริการให้มากขึ้น ร่วมมือกับองค์กรของรัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุน

5. นโยบายลดการพึ่งพิงตัวกลางที่ให้บริการจองโรงแรมผ่านอินเทอร์เน็ต และสามารถเข้าถึงฐานนักท่องเที่ยวได้สูงสุด

6. มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ

WO: กลยุทธ์การเติบโตแบบรวมตัวไปไว้ข้างหลัง

1. เพิ่มทักษะทางการสื่อสารแก่พนักงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. เพิ่มวิธีการสร้างพันธมิตรกับลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดการให้บริการ

3. พัฒนาด้านอาคารสถานที่ ระบบการรักษาความปลอดภัยของโรงแรมที่มีความทันสมัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและเป็นผู้ให้การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

4. พัฒนาประสิทธิภาพของโรงแรมโดยไม่พึ่งพิงจากภาครัฐและเอกชนมากเกินไป

5. กลยุทธ์ลดการพึ่งพิงตัวกลางเน้นการจองผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว และเพิ่มปริมาณลูกค้า

ST: กลยุทธ์การเติบโตแบบการพัฒนา

1. การพัฒนาพนักงานของโรงแรมให้มีความสามารถในการให้บริการ เพื่อลดภาวะการณ้แข่งขันที่สูงขึ้น

2. การก่อสร้างโรงแรมต้องคำนึงถึงโอกาสและช่องทางการขยายตัวในอนาคต เพื่อลดปัญหาธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

3. พัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพเพิ่มลูกค้าในช่วง Low Season

WT: กลยุทธ์เชิงรับ

1. พัฒนาประสิทธิภาพทางด้านภาษาของพนักงานโดยการเรียนรู้ ศึกษา ฝึกงาน ให้การศึกษาต่อเพื่อพัฒนาวิชาชีพ

2. พัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยของโรงแรมให้สูงขึ้นโดยการแก้จุดบกพร่องต่างๆ ให้ใช้งานได้อย่างดี มีการตรวจสอบความพร้อมอย่างสม่ำเสมอ

3. กลยุทธ์พัฒนาโรงแรมที่กำลังจะเปิดใหม่ให้มีราคาที่เป็นธรรมและมีเครื่องอำนวยความสะดวกครบครันสวยงามและทันสมัย

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพของการให้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี คุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความไว้วางใจต่อโรงแรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความสามารถของผู้ให้บริการ ด้านการเข้าถึงการบริการของโรงแรม ด้านการมีอัตราค้ายไม่ตรีกับลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรวมรายชื่ออยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญ

ของการบริการซึ่งจะเป็นเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อองค์กรหรือหน่วยงานเกิดความเชื่อถือศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสครั้งต่อไป ซึ่งการบริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการโรงแรมมีทัศนคติที่ดีต่อตัวผู้ให้บริการและโรงแรมที่ให้บริการโดยผู้ให้บริการจะเกิดความชื่นชมนิยมและประทับใจในตัวผู้ให้บริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดคุณภาพที่ดีในการให้บริการและมีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นและแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาในส่วนต่างๆ และนำมาวางแผนเพื่อพัฒนาต่อไป ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัมบุกร (2550) ที่ว่าความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการโดยการบริการมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้ธุรกิจ เนื่องจากผู้รับบริการสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อธุรกิจการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ช่วยลดความเปลี่ยนแปลงใจของผู้ใช้บริการไปจากธุรกิจกล่าวคือธุรกิจที่คำนึงถึงความสำคัญ และส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจทำให้ผู้ให้บริการแน่ใจและตัดสินใจเลือกซื้อบริการได้โดยง่ายโดยเฉพาะผู้ให้บริการรายเก่า จะมีการซื้อซ้ำและการซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเลใจรวมทั้งจะแนะนำผู้ให้บริการรายใหม่อีกด้วย

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องในประเด็นของการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในโรงแรมเป็นการเพิ่มยอดผู้เข้าพักให้สูงขึ้น และส่งผลต่อผลกำไรของผู้ประกอบการ ส่วนประเด็นที่ไม่สอดคล้อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมในการให้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ไม่ได้มีการศึกษาในเรื่องนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญมณี สงวนวงศ์วาน (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดเรียงตามลำดับ คือ ด้านการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ห้องพักสะอาด สะดวกสบาย ที่จอดรถสะดวก กิริยามารยาทของพนักงาน

มีบริการด้านอื่นๆ ครบครัน และความหรูหราความ ทันสมัย ด้านราคามีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก และค่าบริการมีหลายระดับราคาก็มีผลต่อการเลือกใช้ในขณะที่โรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญในเรื่อง การรักษาความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือของโรงแรม และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ของโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามสถานการณ์ 4 รูปแบบจากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นำมาวิเคราะห์ตามสถานการณ์ S+O W+O S+T และ W+T จึงได้กลยุทธ์ แสดงให้เห็นว่า สภาพแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ตามสถานการณ์ 4 รูปแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ตามสถานการณ์ S+O W+O S+T และ W+T ของโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีแล้ว กลยุทธ์ต่างๆ เหล่านั้นสามารถนำไปจัดแผนงาน/กิจกรรมโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นเฉพาะ ดังนั้น จึงควรนำกลยุทธ์ที่แตกต่างกันนี้ไปคิดกิจกรรม/งาน/โครงการที่เหมาะสมกับแต่ละโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นการแก้ปัญหาหรือเป็นการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฐ ธีระศรีโกสิน (2553) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม กรณีศึกษา: โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม กรณีศึกษา: โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานครนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจและปัญหาของ โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพฯ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เพื่อแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ให้กับบริษัท โดยการวิจัยนี้ได้ออกแบบการวิจัยผสมผสานการวิจัยเชิง ปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามผ่านกลุ่มบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 30 ตัวอย่าง และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องและผู้ให้บริการ ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่สามารถ

เดินทางไปยังที่อื่นได้สะดวกสบาย ส่วนประสมทางการตลาด ควรได้รับการพัฒนาและเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการผ่านพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลต่างๆ ของผู้ให้บริการ 2) กลยุทธ์ระดับต่างๆ ที่องค์กรควรพิจารณาใช้ในการเพิ่มผลประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Growth Strategy) ทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ คือ การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นการสร้าง ความแตกต่างในธุรกิจ (Differentiate) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดธุรกิจ (Marketing Mix) อีกทั้งการจัดทำแนวทางเพื่อการจัดการด้านอื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป ทฤษฎีของพนักงานโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านความรู้เฉพาะด้านในการปฏิบัติงาน ด้านทักษะพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ด้านคุณลักษณะที่เป็นส่วนประกอบของบุคคล มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และด้านความสามารถที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ทฤษฎีของพนักงานโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการให้บริการที่เป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยเดียวที่ถูกค่าสามารถจับต้องได้ในปัจจัยทั้งหมดที่ถูกค่าใช้ประเมินคุณภาพการบริการเช่น สิ่งอำนวยความสะดวกการตกแต่งภายในภายนอกการแต่งตัวของบุคลากรผู้ให้บริการเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ประกอบเพื่อให้บริการตัวแทนบริการในเชิงกายภาพลักษณะ และพฤติกรรมของลูกค้าคนอื่นที่เข้ามาใช้บริการพร้อมกัน สถานบริการ การวัดคุณภาพการบริการ เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้วิจัยและองค์กรต่างๆ เนื่องจากคุณลักษณะของการบริการเองที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องในประเด็นด้านทฤษฎี ได้แก่ การพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพในการให้บริการ และเป็นผู้นำการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ กลยุทธ์การบริการ ดุจญาติมิตรส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ทางด้านภาษา ความสามารถในการให้บริการที่มุ่งเน้นด้านความเชี่ยวชาญ และนโยบายลดการพึ่งพิงตัวกลางที่ให้บริการจองโรงแรมผ่านอินเทอร์เน็ต และสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวได้สูงสุด ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวิทย์ อัครศรีมีโกติน (2553) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่สามารถเดินทางไปยังที่อื่นได้สะดวกสบาย ส่วนประสมทางการตลาด

ควรได้รับการพัฒนา และเชื่อมโยงกับผู้ใช้บริการผ่านพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้บริการ 2) กลยุทธ์ระดับ ต่างๆ ที่องค์กรควรพิจารณาใช้ในการเพิ่มผลประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Growth Strategy) ทั้งในแนวดิ่งและแนวระนาบ กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ คือ การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นการสร้างแตกต่างในธุรกิจ (Differentiate) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ธุรกิจ (Marketing Mix) อีกทั้งการจัดทำแนวทางเพื่อการจัดการด้านอื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีเพียงเฉพาะธุรกิจโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกกลุ่มโรงแรมในจังหวัดอื่นๆ ด้วย เพื่อการบริหาร ประสิทธิภาพการลูกค้าที่หลากหลายขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมเพียงธุรกิจเดียว ดังนั้น เพื่อที่จะมีความเข้าใจ ในการบริหารประสิทธิภาพการลูกค้าให้มากขึ้นควรมีการศึกษาในธุรกิจบริการประเภทอื่นๆ ด้วย

3. การวิจัยควรเลือกโรงแรมที่มีขนาดเท่ากัน มีลักษณะในการให้บริการเหมือนกัน

4. การวิจัยควรเลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งใกล้เคียงกัน เพื่อให้การเปรียบเทียบ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. การวิจัยควรใช้กลุ่มประชากรที่เป็นทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มาใช้บริการ โรงแรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการนำการบริหารประสิทธิภาพการลูกค้ามาใช้กับธุรกิจโรงแรม ทำให้เห็นว่า ธุรกิจบริการอื่นๆ ที่ไม่ใช่ธุรกิจโรงแรม ก็สามารถนำการบริหารประสิทธิภาพการลูกค้า มาใช้กับธุรกิจได้เช่นกัน เพราะธุรกิจบริการมีจุดสัมผัสที่สามารถสร้างประสิทธิภาพ

ให้กับลูกค้าเช่นเดียวกับธุรกิจโรงแรมแนวทางการบริหารงานของธุรกิจโรงแรมให้มีคุณภาพ มีดังนี้

1. กำหนดจุดสัมผัสระหว่างลูกค้ากับโรงแรมเพื่อให้ลูกค้าได้ประสบการณ์ที่ดีจากโรงแรมโดยแต่ละจุดจะต้องมีการให้บริการที่ดีกับลูกค้าที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกให้ทางบวกเท่านั้น สำหรับจุดสัมผัสของธุรกิจโรงแรมที่สำคัญ และมีผลต่อการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นจุดการให้บริการของพนักงานที่มีต่อลูกค้า คือ จุดการให้บริการของแผนกบริการส่วนหน้าในการสำรองห้องพัก การลงทะเบียนการเข้าพัก (Check In) และคืนห้องพัก (Check Out) และจุดสัมผัสที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ระหว่างที่ลูกค้าพักในโรงแรม เช่น บริการแม่บ้าน บริการในห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในและนอกห้องพัก บริการห้องอาหาร บริการห้องออกกำลังกาย และบริการซักรีด

2. การประเมินจุดสัมผัสทั้งหมดที่กำหนดไว้เพื่อดูว่าในแต่ละจุดสัมผัสมีการให้บริการเป็นอย่างไร ลักษณะการสัมผัสของลูกค้ากับโรงแรมเป็นอย่างไร เพื่อที่จะสร้างความโดดเด่นให้กับโรงแรมได้ ซึ่งทางโรงแรมใช้แบบสอบถามประเมินการให้บริการในด้านหลักๆ ที่เกิดจากจุดสัมผัสทางตรงที่ลูกค้าได้รับจากการให้บริการของโรงแรม คือแผนกบริการส่วนหน้า แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกแม่บ้าน รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งในห้องพักและนอกห้องพัก บรรยากาศของโรงแรม และการให้บริการของพนักงานทั่วไป

3. เสริมสร้างความรู้ประสบการณ์ให้กับพนักงานโรงแรมที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับแต่ละจุดของโรงแรม ที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ โดยนำเอกลักษณ์ประเพณีและวัฒนธรรมของไทยมาใช้ในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เช่น ใช้การสวัสดี และการยกมือไหว้ในการทักทายลูกค้าการใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า และการแต่งกายของพนักงาน

4. ควรนำข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคและกลยุทธ์จากสถานการณ์ต่างๆ ที่ได้มาไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการบริการโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. ทาวิธีตรวจสอบจุดอ่อนหรืออุปสรรคที่พบว่าเกิดจากปัญหาใด และจะหาวิธีแก้ไขได้อย่างไร

6. ส่งเสริมและพัฒนาจุดแข็งหรือโอกาสของคุณภาพการบริการโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้คงอยู่อย่างยืนยาวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์. (2552). การพัฒนาทุนมนุษย์ในกาปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรสมัยใหม่หรือองค์กรสมรรถนะสูง. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.
- กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์. (2552). การพัฒนาทุนมนุษย์ในการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรสมัยใหม่หรือองค์กรสมรรถนะสูงขององค์กรธุรกิจเอกชน. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์การครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2552). กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงบูรณาการ: ญุ่แจสู่ความเป็นเลิศ กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2550). จิตวิทยาการบริการ. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จำลอง ทองดี, บำรุงสาส์น. (2556). โรงแรม ปี 2556: กรุงเทพฯ
- จิตรลดา เทวีทิวารักษ์. (2549). คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- จินตนา บุญเดิม. (2549). คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐประเทศ. ภาคินพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- โชคชัย สุเวชวัฒนกุล และ กนกกานต์ แก้วนุช. (2555). ทางเลือกทางรอดจากวิกฤตเศรษฐกิจของกิจกรรมทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กิจกรรมการบริหารและการพัฒนาทุนมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- दनัย เทียนพุด. (2551). การจัดการทรัพยากรบุคคลภารกิจที่ท้าทาย. กรุงเทพมหานคร: บิ๊กแบงค์.
- เต็มดวง เจริญสุข. (2552). การศึกษาเปรียบเทียบกิจกรรมการพยาบาลตามความคาดหวังกับความเป็นจริงของผู้คลอดและพยาบาล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2549). การบริหารการขาย. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นิตดา ภู่อุสาสน์. (2551). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังในชีวิตของเด็กวัดสระแก้วกับเด็กครอบครัวปกติ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตา ชัชกุล. (2556). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวีพีเอ็นท์ (1991) จำกัด.
- นิสดารค์ เวชยานนท์. (2551). มิติใหม่ในการบริหารทุนมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทกราฟิกโก.
- ทวีศักดิ์ สุททกวาทิน. (2548). การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดทีพีเอ็น เพรส.
- ธานี ปิติสุข. (2555). การตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ผู้แปลและเรียบเรียง กรุงเทพฯ: บิ๊กบุ๊ก.
- ธารีทิพย์ ทากิ. (2549). การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บัญญัติ แก้วส่อง. (2555). องค์การ การจัดการและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2553). PrichaDangrojana. English for hotel staff: front desk กรุงเทพฯ: เอสอาร์. ฟรินติง แมสโปรดักส์, พิมพ์ครั้งที่ 17.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพฯ.
- แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2557). สืบค้นได้จาก <http://www.pdc.go.th/wp-content/uploads/2015/11>

- พินุล ที่ปะปาล. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์ = **Strategic management:**
กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์
- ภาวิตา ดารงค์อดีตภา. (2549). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ
ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รักษนก โสภพิศ. (2552). การมีส่วนร่วมและความคาดหวังของผู้ปกครองต่อ
การจัดการอาชีวศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดนครปฐม.
วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. (2553). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการ
ทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานประกันสังคม.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546.
กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- รุจิگانต์ ทองแฉล้ม. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์; สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปะทะวานิช. (2549).
การบริหารการตลาดยุคใหม่ปรับปรุงล่าสุดปี 2549. กรุงเทพมหานคร:
ธรรมสาร.
- ศุภณิดย์ โชครัตนชัย. (2549). การบริหารการบริการ: พัฒนาคอนอย่างไรเพื่อให้บริการ
ที่ดี. กรุงเทพมหานคร: สถาบันข้าราชการพลเรือน.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2547). สร้างบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สมิต สัษฐกร. (2554). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชนจำกัด.
เอนกสุวรรณ บัณฑิต 3
- สมิต สัษฐกร. (2550). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ : สายธาร.

- ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). **จิตวิทยาบริการ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์.
- สุจิตรา ชำนิวิทย์กรณ์. (2553). **ภาคบริการ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยสถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนันทา เลาहनันทน์. (2551). **การพัฒนาองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.
- สุรางค์ จันท์ธอม. (2554). **จิตวิทยาสังคมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: อักษรบัณฑิต. **สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. (2558). สืบค้นได้จาก http://www.mots.go.th/suratts/main.php?filename=Person_chart
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี** ปี 2558. (2558). สืบค้นได้จาก http://www.mots.go.th/province_new/ewt/suratts/main.php?filename=s_aticle0617
- วนิดา สิงห์โต. (2548). **การพัฒนาคุณภาพบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชัยนาท**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วิมลมาศ สมใจ. (2542). **การรับรู้บทบาทด้านการส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 4 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีในเขตภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีระ อรัญมงคล. (2552). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HUMAN RESOURCE MANAGEMENT)**. กรุงเทพมหานคร: องค์การคำของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา.
- อัญมณี สงวนวงศ์วาน. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Dessler, G. (2005). **Human Capital Management**. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

- F. W. Taylor. (2008), **Critical Evaluations in Business and Management**, Volume 4, 2008
- Finn, D. (1921). **Corporate Oligarchy**. New York: Simon and Schuster.
- Fitzsimmons, James A. and Fitzsimmons, Mona J. (2011). **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology**. 7th ed. Singapore: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1991). **Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale**. Journal of Retailing, 67(4), 420 - 450.
- Steadmon, C. E. & Kasavana, M. L. (1988). **Managing front office operations**. East Lansing, MI: The Education Institute of the American Hotel & Motel Association.