

บทที่ 2

เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะใช้เป็นฐานอ้างอิงในการศึกษา และกล่าวถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการต้อนรับส่วนหน้า
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับห้องพัก
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นราชธานีเก่าแก่ของสยามประเทศที่มีอายุกว่า 400 ปี ประกอบด้วยหลายราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททองและราชวงศ์บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 33 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลา 417 ปี ที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย มิได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็น การสร้างสรรค์อารยธรรมของหมู่ชนมนุษยชาติซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่มานานอารยประเทศอีกด้วย (ข้อมูลทั่วไป จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. www.ayutthaya.go.th)

แม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากสงครามกับประเทศเพื่อนบ้านหรือจากการบุกรุกขูดคั้นของพวกเราตนเอง แต่สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันนี้ยังมีร่องรอยหลักฐานซึ่งแสดงอัจฉริยภาพและความสามารถอันยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษแห่งราชอาณาจักรผู้อุทิศตนสร้างสรรคความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม และความมั่งคั่งไว้ให้แก่ผืนแผ่นดินไทย หรือแม้แต่ชาวโลกทั้งมวล จึงเป็นที่น่ายินดีว่า องค์การยูเนสโก โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่าง ๆ ได้ทำร่วมกัน จึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าของเราแห่งนี้ (ข้อมูลท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. www.tat.or.th)

สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ได้แก่ วัดและพระราชวังต่าง ๆ พระราชวังในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอยู่ 3 แห่ง คือ พระราชวังหลวงวังจันทร์เกษมหรือวังหน้าและวังหลัง นอกจากนี้ยังมีวังและตำหนักนอกอำเภอพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นที่สำหรับเสด็จประพาส ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน ในเขตอำเภอบางปะอิน และตำหนักนครหลวง ในเขตอำเภอนครหลวง

ภูมิประเทศของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทางด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ แม่น้ำป่าสักไหลผ่านทางทิศตะวันออก และแม่น้ำลพบุรี (ปัจจุบันเป็นคลองเมือง) ไหลผ่านทางด้านทิศเหนือ แม่น้ำสามสายนี้ไหลมาบรรจบกันโอบล้อมรอบพื้นที่ของตัวเมืองพระนครศรีอยุธยา ตัวเมืองจึงมีลักษณะเป็นเกาะ เราจะเห็นบ้านเรือนปลูกเรียงรายหนาแน่นตามสองข้างฝั่งแม่น้ำแสดงถึงวิถีชีวิตของผู้คนที่ผูกพันอยู่กับสายน้ำมายาวนาน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 76 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 2,556 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอนครหลวง อำเภอภาชี อำเภอบ้านแพรก อำเภอบางซ้าย อำเภอบางไทร อำเภอลาดบัวหลวง อำเภอบางบาล อำเภอมหาราช อำเภอบางปะหัน อำเภอเสนา อำเภออุทัย อำเภอบางปะอิน อำเภอผักไห่ อำเภอท่าเรือ และอำเภовังน้อย

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี อ่างทอง และสระบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี และนนทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี

วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

1. งานแสดงแสงเสียงอยุธยาจรดกโลก

เนื่องจากนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการประกาศโดยองค์การยูเนสโกให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ทางจังหวัดจึงได้จัดให้มีการเฉลิมฉลองทุกปี ในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นระยะเวลา 7 วัน ในงานจะมีการแสดงชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปหัตถกรรม วัฒนธรรม และประเพณีของไทย รวมทั้งการแสดงแสงเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของกรุงศรีอยุธยา

2. งานเทศกาลสงกรานต์

จัดขึ้นในวันที่ 13 เมษายนของทุกปี หน้าวิหารพระมงคลบพิตร อำเภอพระนครศรีอยุธยา มีขบวนแห่ตามประเพณีของชาวอยุธยาและขบวนแห่เถิดเทิง มีการสงฆ์พระมงคลบพิตรจำลอง การประกวดนางสงกรานต์

3. งานลอยกระทงประทีป และการแข่งเรือยาวประเพณี

จัดเป็นประจำทุกปี ประมาณปลายเดือนพฤศจิกายน ภายในบริเวณศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร อำเภอบางไทร มีการประกวดนางนพมาศ ประกวดขบวนแห่ ประกวดกระทง ประกวดโคมแขวน การแสดงการเล่นพื้นบ้าน การแข่งเรือยาวประเพณี เรือยาวนานาชาติ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ

กิจกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขี้จักรยานเกาะเมืองอยุธยา

มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยจักรยานรูปแบบใหม่ที่เกาะเมืองกรุงศรีอยุธยา โดยมีจักรยานให้เช่าท่องเที่ยวพร้อมแผนที่และคู่มือเดินทางด้วยตนเอง

ข้อมูลการเดินทางของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเดินทางจากพระนครศรีอยุธยาไปยังจังหวัดใกล้เคียง

อ่างทอง	31 กิโลเมตร
สุพรรณบุรี	53 กิโลเมตร
สระบุรี	63 กิโลเมตร
สิงห์บุรี	71 กิโลเมตร

ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นมีหลายขนาดซึ่งมีทั้งโรงแรมขนาดกลางตกแต่งหรูหราเป็นพิเศษมีมาตรฐานสูงในด้านการให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายไว้บริการแขกอย่างครบครัน ส่วนโรงแรมที่มีขนาดเล็กภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์และเครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อยไม่มีห้องพักชั้นหนึ่ง แต่มีห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร และสุดท้ายโรงแรมที่มีขนาดใหญ่มากนั้นก็เพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นไว้บริการให้กับลูกค้า

ตาราง 3 แสดงข้อมูลโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รายชื่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
โรงแรมกรุงศรีวิเวอร์	27/2 หมู่ 11 ถ.โรจนะ (ทางเข้าสถานีรถไฟ) โทร. 035- 244333, 035- 234703-9 โทรสาร 035-243777 จำนวน 206 ห้อง ราคา 1,484-4,107 บาท (มีบริการเรือรอบเกาะ)
โรงแรมวรบุรีอโยธยา	89 หมู่ 11 ถนนวัดกัลยา ตำบลกะมัง โทร : 0 3524 9600-49, 0 2256 0890 ต่อ 303-5 แฟกซ์ : 0 3524 9696จำนวนที่พัก 172 ห้อง, ราคา 2,160 - 11,700 บาท
โรงแรมริเวอร์วิวเพลส	35/5 หมู่ 1 ต.หอรัตนไชย โทร. 035-241729-30 จำนวน 90 ห้อง ราคา 1,400-2,500 บาท (มีบริการเรือรอบเกาะ)
โรงแรมเทวราชธาริน	ทางเข้าสถานีรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยา น.91 หมู่ 10 ถ.ป่าโค ต.กะมัง โทร. 035-234873-7 จำนวน 102 ห้อง ราคา 900-2,000 บาท (มีบริการเรือและแพรอบเกาะ)
โรงแรมคาเธ่ย์	36/5-6 ถ.อุ้มทอง โทร. 035-251562, 035-251662-3 จำนวน 26 ห้อง ราคา 200-400 บาท
โรงแรมอุ้มทอง อินน์	210 หมู่ 5 ถ.โรจนะ โทร. 035-212531-40, 035-242236 จำนวน 208 ห้อง ราคา 900-2,400 บาท
โรงแรมอโยธยา	บริเวณตลาดเจ้าพรหม โทร.035-252249-50 จำนวน 101 ห้อง 900-2,500 บาท
โรงแรมอยุธยาวิเวอร์ไซด์	โทร. 01-6445328 ห้องพัก 7 ห้อง ราคา 400 บาท ในเรือ 2 ห้อง ราคาห้องละ 1,000 -3,000 บาท
แจ๊ค เกสท์เฮ้าส์	19/13 หมู่ 3 โทร. (01) 9304935 จำนวน 10 ห้อง ราคา 480 บาท
ไทยไท บังกะโล	13/1 ถ.นเรศวร โทร. 035-244702 จำนวน 20 ห้อง ราคา 200-400 บาท

ตาราง 3 (ต่อ)

รายชื่อ/ประเภทโครงการ	
ที เอ็ม ที เกสท์เฮ้าส์	14/9 (ชอยหลังธนาคารเพื่อการเกษตรฯ) ถ.นเรศวร จำนวน 10 ห้อง ราคา 100-120 บาท
กระท่อมเจ้าพระยา	โทร.01-9333972 บังกะโล 4 หลัง ราคา 1,200-1,500 บาท ห้องพัก 10 ห้อง ราคา 900 บาท
ธงชัย เกสท์เฮ้าส์	9/6 หมู่ 13 ต.ประตู่ชัย โทร. 035-245210 จำนวน 31 ห้อง ราคา 200 บาท ห้องแอร์ 8 ห้อง ราคา 400 บาท
นิว บี.เจ เกสท์เฮ้าส์	19/29 ถ.นเรศวร โทร. 035-246046, 035-243980 จำนวน 19 ห้อง ราคา 150 บาท
บ้านไทยเกสท์เฮ้าส์	23/1 ถ.จักรพรรดิ โทร. 035-242394 จำนวน 7 ห้อง ราคา 150 บาท
พี ยู เกสท์เฮ้าส์	20/1 (ชอยหลังธนาคารเพื่อการเกษตรฯ) ถ.นเรศวร ต.หортันไชย โทร. 035-251213 จำนวน 10 ห้อง ราคา 100-300 บาท
พระราชพร (พี.เอส) เกสท์เฮ้าส์	14/4 หมู่ 3 (ชอยหลังธนาคารเพื่อการเกษตรฯ) ถ.นเรศวร ต.หортันไชย จำนวน 9 ห้อง ราคา 120-250 บาท
แพศรีทอง เกสท์เฮ้าส์	ข. 8/1 ถ.อุ้มทอง ต.หортันไชย โทร. 246010 จำนวน 10 ห้อง ราคา 150-600 บาท
มายเฮ้าส์ เกสท์เฮ้าส์	59/8-9 ถ.โรจนะ (ใกล้โรงพยาบาลราชธานี) โทร. 035-335493-4 จำนวน 15 ห้อง ราคา 370 บาท
กรุงศรี พาเลซ	โทร.035-244325 ห้องแอร์ 10 ห้อง ราคา 450 บาท

ตาราง 3 (ต่อ)

อำเภอเมืองนครราชสีมา	
โทนี่ เพลส	โทร.035-252578 ห้องพัก 14 ห้อง แอร์ 3 ห้อง 350 บาท พัตลม 11 ห้อง 250 บาท
โตโต้ เกสท์เฮ้าส์	โทร.035-251468 ห้องพัก 5 ห้อง พัตลม 350 บาท แอร์ 500 บาท ห้องรวม 10 ห้อง ราคาเตียงละ 80 บาท
เรือนเดิม	48 หมู่ 2 ถ.คูทอง โทร. 035-241978 จำนวน 5 ห้อง ราคา 250 บาท
โรส อินน์	33/23 หมู่ 6 ถ.วัดพระญาติ ต.ไผ่ลิง โทร. 035-212149-50 จำนวน 50 ห้อง ราคา 500-600 บาท
เวียงฟ้า	1/8 ถ.โรจนะ (ตรงข้ามกับหอพักนักศึกษาสถาบันราชภัฏอยุธยา) โทร. 035-241353, 035-243252 โทรสาร 035-321572 E-mail : wiangfa@hotmail.com จำนวน 20 ห้อง ราคา 400-600 บาท
อยุธยา เกสท์เฮ้าส์	16/2 ถ.นเรศวร โทร. 035-232658 จำนวน 19 ห้อง ราคา 70-500 บาท
คูทอง ไฮเต็ล	จ. 86 ถ.คูทอง โทร. 035-251063 จำนวน 68 ห้อง ราคา 240-380 บาท
โอดล์ บี.เจ เกสท์เฮ้าส์ (บรรจง)	16/7 ถ.นเรศวร (หลังธนาคารเพื่อการเกษตรฯ) โทร. 035-251526 จำนวน 8 ห้อง ราคา 60-300 บาท
อำเภอชุมพวง	
แกรนด์ การ์เด็นท์ รีสอร์ท	20/2 หมู่ 1 ถ.แยกวัดกะสังข์ ต.ธนู โทร. 213688-9 จำนวน 20 ห้อง ราคา 500-640 บาท

ตาราง 3 (ต่อ)

จังหวัดเชียงใหม่	
ไทยไท พาเลซ	19/1 หมู่ 2 ถ.สายเอเชีย ต.ธนู โทร. 335986, 212338-40 จำนวน 120 ห้อง ราคา 600-1,500 บาท
มาย การ์เด็นท์	64/6 หมู่ 1 จำนวน 49 ห้อง ราคา 500-700 บาท
สยามอินน์	64 หมู่ 1 โทร. 335466 จำนวน 25 ห้อง ราคา 200-500 บาท
โรจนะพล ไฮเต็ล	64/6 หมู่ 1 ถ.โรจนะ ต.ธนู โทร. 335885-8 จำนวน 45 ห้อง ราคา 600-1,000 บาท
เรือดემ รีสอร์ท	28 ถ.สายเอเชีย (ริมทางหลวงหมายเลข 32) ต.ธนู โทร. 335703 จำนวน 13 ห้อง ราคา 200-400 บาท
อัญญาแกรนด์	75/5 หมู่ 1 ถ.โรจนะ โทร. 335483-91 โทรสาร 335492 จำนวน 130 ห้อง ราคา 450-1,500 บาท
จังหวัดน่าน	
พระอินทร์ราชา	136 หมู่ 7 ต.เชียงรากน้อย โทร. 361081 จำนวน 50 ห้อง ราคา 250-500 บาท
จังหวัดน่าน	
ปิยวรรณ รีสอร์ท (บ้านสวนสี่ภาคบางไทร)	2/1 หมู่ 1 ต.เชียงรากน้อย โทร. 619-7997, 619-8350-8, 619- 5658-9, (01) 860-3329 , 1500 เรียกร 344209 จำนวน 25 ห้อง ราคา 500-2,200 บาท E-mail : piyavan_tower@hotmail.com

ที่มา: ข้อมูลพักแรม สถานที่ท่องเที่ยว 76 จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (www.tat.or.th)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

พิศมัย ปโชติการ (2538: 11) อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง กล่าวคือ เป็นอุตสาหกรรมที่อำนวยความสะดวกสบาย และการบริการต่าง ๆ ให้แก่ ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยว สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องจากที่พักและอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ห่างไกลจากบ้าน ทั้งผู้ที่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวย่อมต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเหมือนอยู่ที่บ้านของตนเอง

สมชาย กิจยรรยง (2536: 42) การบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติคนเพื่อให้เกิดผลกับผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้การบริการคนอื่น จึงควรจะมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2538: 7) ได้กล่าวว่า บริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรมหรือการกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจ ในการส่งมอบบริการอันนั้น อันจะมีกระบวนการ กิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกรและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

นฤมล โชติเวช (2539:10) ได้ให้คำจำกัดความอย่างมี Service mind ว่าเป็นการ "ให้" กับลูกค้าจาก "ใจ" ลูกค้าจะได้ทราบจากพฤติกรรมและสิ่งทีออกมาจากสายตาของเรา

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาแล้วนั้น พอจะสรุปได้ว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานใด ๆ ที่บุคคลในฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับบุคคลอื่นโดยที่กิจกรรม หรือการดำเนินงานนั้น ๆ ถูกเสนอไปพร้อมกับสินค้า แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งไม่สามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้รับได้

ความสำคัญของการบริการ

ได้มีผู้ให้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการ (สมชาติ กิจยรรยง. 2536 : 15) ดังนี้

1. การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจะตัวบุคคล ซึ่งอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนที่ทำให้ชนะใจลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ
2. การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ หรือในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อ ได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริการด้วย
3. การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้มาติดต่อกับองค์กรเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการด้านอื่น ๆ อีกในโอกาสหน้า

คุณสมบัติของผู้ให้บริการ

(สมชาติ กิจยรรยง. 2543 : 42-43) รั้งงานบริการ คือ มีชีวิตจิตใจที่ชอบให้บริการ ชอบช่วยเหลือ ดูแล ปกป้อง ค้ำครองให้ผู้ใช้บริการอบอุ่นใจ

1. รู้งาน รู้หน้าที่ คือ มีความรอบรู้ในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติงานและรอบรู้ในเรื่องของธุรกิจที่ใกล้เคียง
2. มีความกระตือรือร้น คือ มีความคล่องตัวในการให้บริการช่วยเหลือ ดูแลหรือเอาใจใส่ อุดหนุนสนใจ คือเป็นผู้ที่บริการให้กับผู้ใช้บริการด้วยความอดทนต่อสภาพการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้
3. มีอัธยาศัยไมตรี คือ เป็นผู้ที่มีใจรักในการบริการ สามารถให้บริการด้วยมิตรภาพที่ดี ซึ่งเราต้องสังเกต หรือสอบถามปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส คือ เป็นผู้ที่มีความร่าเริง สดใสในการที่จะให้บริการ ด้านบรรยากาศที่ดีมีความราบรื่น
4. มีไหวพริบปฏิภาณ คือ ต้องรู้จักแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากผู้ใช้บริการที่เราคาดว่าจะเกิดขึ้น
5. ประสานงานเป็นเลิศ คือ ความสัมฤทธิ์ผลในการบริการ เกิดจากทีมงานที่มีการประสานงานเป็นเลิศ
6. เกิดความจดจำ โดยส่วนใหญ่เราใช้ข้อมูลจากการบันทึกเอกสารหรือคอมพิวเตอร์รวบรวมข้อมูลหรือช่วยจำแทนเรา
7. มีน้ำใจงดงาม

คุณลักษณะการบริการที่ดี

ได้มีผู้ให้เสนอลักษณะของการบริการที่ดีหลายท่าน ดังนี้ ธวัช สุวดีกุล (2537: 68) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้ให้บริการ ดังนี้

1. สภาพอ่อนโยน
2. สمانฉันท์
3. สุนทรืทางภาษา
4. จิตใจเอื้อ เพื่อเผื่อแผ่
5. มีขันติ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2538 : 7) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีดังนี้

1. S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบาก ยุ่งยากของลูกค้า
2. E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็ว
3. R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntariness manner ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้
5. I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย
6. E = Enthusiasm มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าเสมอ

พิศมัย ปโชติการ (2538: 43-44) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีดังนี้

1. มีบุคลิกดี การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ประณีต มีอุปนิสัยคล่องแคล่วว่องไว พร้อมทั้งจะปฏิบัติงานให้บริการแขก ทำให้แขกรู้สึกชื่นชม และประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามา
2. มีอัธยาศัยอ่อนโยน สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักสำรวจและเคารพผู้อื่นมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคน มองโลกในแง่ดีอยู่เสมอ
3. เฉลียวฉลาด รอบรู้ในงานส่วนต่าง ๆ เป็นอย่างดี ปฏิบัติงานอย่างเป็นระเบียบแบบแผนรับผิดชอบหน้าที่ และมีจิตวิทยาในการปฏิบัติงาน พยายามจดจำ และทำให้แขกรู้สึกเขาเป็นผู้มีความสำคัญ

4. สำเนียงการพูดชัดถ้อยชัดคำ วาจาไพเราะ สามารถสื่อความหมายได้ดี มีวาทศิลป์ในการพูดชักชวนแขกให้ใช้บริการ
5. มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ในขณะที่เดียวกันต้องมีความสามารถในการพูด อ่าน เขียนภาษาได้อย่างถูกต้อง
6. มีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา
7. รักงานบริการ และมีทัศนคติที่ดีต่องาน มีความเห็นใจและพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่น มีความอดทน ยินดีที่จะเรียนรู้งานอยู่เสมอ และสามารถอำนวยความสะดวกสบายให้แขกมากที่สุด
8. เป็นพนักงานขายที่ดี

แนวคิดว่าด้วยงานบริการ

ลักษณะงานบริการมีดังต่อไปนี้

งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและบริการเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น งานบริการเป็นงานไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจความรู้สึก คุ่มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะต้องตอบสนองตลอดเวลา

จากแนวคิดข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า คน (Man) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของบริการ ซึ่งคนเป็นผู้เสนอและสนองความต้องการ การบริการเป็นกิจกรรม กระบวนการกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ และเสื่อมสูญสลายได้ง่าย โดยผู้บริการจะต้องสนองความต้องการให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการด้วยใจจริงและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ป
G
195
-15
AA
6984ค
2550
c-2

1.3983601 c.2
19 พ.ย. 2550



สำนักหอสมุด

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ หรือจากการพูดปากต่อปาก ลูกค้าจะเกิดความพอใจเมื่อเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำงานวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจของลูกค้าว่าลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้คายนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมกัน แสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

1. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
2. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
3. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

จารุภา หิรัญเมฆาวณิช (2543 : 58-60) กล่าวคือ การเสนอการบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เพราะเหตุใดจึงต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาบริการนั้น คุณภาพเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบริการหรือผลิตภัณฑ์ และทำให้โรงแรมต้องค้นหาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา และมีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น อันมีผลกระทบต่อ การปรับปรุงผลกำไรของโรงแรมด้วย

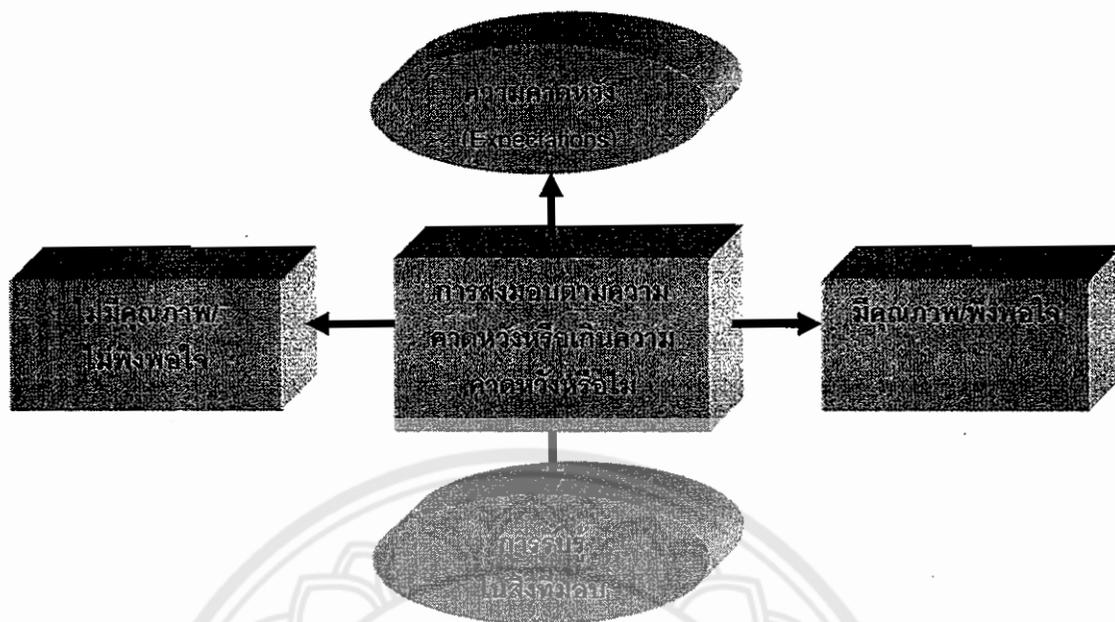
การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อเสนอบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งได้แก่ การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน คือพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย 4 ประการ เพื่อเสนอบริการที่มีคุณภาพ ดังนี้

1. กำหนดความต้องการของลูกค้า
 - 1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้า
 - 1.2 สร้างความเป็นหุ้นส่วน
 - 1.3 เป็นที่ปรึกษาไม่ใช่เพียงแต่ขายบริการ
 - 1.4 เสนอทีมงานที่มีประสิทธิภาพ
 - 1.5 ให้ความสนใจกับการดำเนินงานประจำวันของลูกค้า
2. การเพิ่มพูนทักษะ
 - 2.1 การรู้จักฟัง การตั้งใจรับฟังสิ่งที่ลูกค้าพูด เป็นเทคนิคที่สำคัญ
 - 2.2 วิธีการแก้ไขปัญหา โดยเสนอแนะแนวทาง หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ
 - 2.3 การจัดทำแผนงานโดยกำหนดกิจกรรมที่จะกระทำตามลำดับก่อนหลัง กำหนด

ผู้รับผิดชอบ งบประมาณ และระยะเวลาในการดำเนินการ

3. การทำงานเป็นทีม
4. การวัดผลงาน และการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

วารวรา (Vavra, 1992: 139-142) ให้คำนิยามของความพึงพอใจในงานบริการลูกค้า คือ “ความยึดมั่นและความเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำส่งสินค้า และบริการที่เต็มไปด้วยความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงการบริการที่เต็มไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

ที่มา: Vavra Terry,G. (1992). Atermarketing: How to Keep Customer for Life through Relationship Marketing. Newyork: New Youk.

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานและยังจำเป็นที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งเป็นตัวบ่งชี้ก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534: 15)

ยิ่งกว่านั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้ายังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่ดีต่อบริษัท ฉะนั้นพลังก้าวหน้าของบริษัททางหนึ่งจึงอยู่ที่การให้บริการประทับใจลูกค้าซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (มาลัย กองมะลี. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539: 7)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

พาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman, et al.: 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวัง หมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกลงไปในชีวิตจิตใจได้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกมีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

คริสโตเฟอร์ แซนดรา และบารบารา (Christopher, Sandra, Barbara. 1996: 123-125) จากการศึกษาพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและการบริการดังต่อไปนี้

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินในระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น
2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่ต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชาย กับกลุ่มผู้หญิง กลุ่มหนุ่มสาวกับกลุ่มคนสูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานและกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น
3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการให้บริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการ ผู้ให้บริการต่าง ๆ ซึ่งแข่งขันกันในตลาดเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในตลาดเดียวกันที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectations) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

วิระพงษ์ เอลิมจิระรัตน์ (2539: 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าในบางครั้งใน ความคาดหวังของลูกค้ายังมีความรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วยโดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูงหรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับการบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกว่

ไม่พอใจได้ เช่น ในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถได้ตามความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการยังทำให้ทราบว่าคุณภาพคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้บริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่ง สำคัญด้วยกัน คือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคนผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล
2. การบอกแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word of Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลจากผู้บริโภคคนอื่น ๆ ที่เคยได้รับการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือข้อบอกล่าต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experiences) การที่ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ตรงต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภค เช่นกัน เพราะประสบการณ์ในอดีตก่อให้เกิดการเรียนรู้และจดจำประสบการณ์เหล่านี้ไว้
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External communications to customers) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี หรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

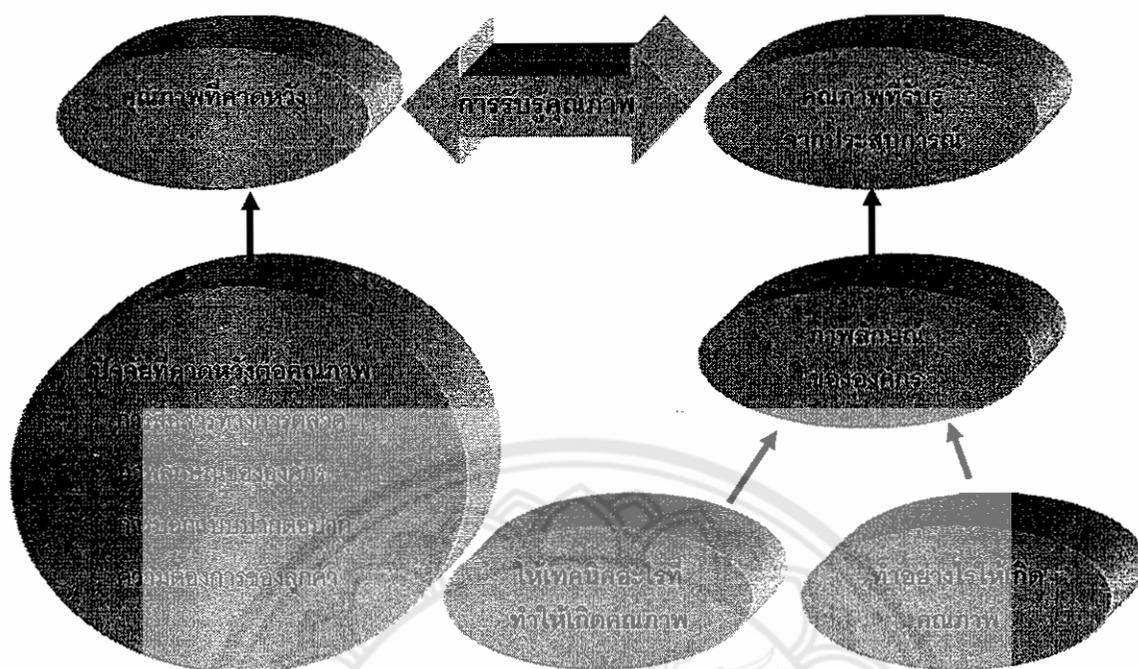
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

แอนชัน และแวนราอิจ (Antioned and Van Raaij.1988) ได้กล่าวว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล

มอริสัน (Morison. 1996) ได้กล่าวว่า ลูกค้าได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การชิม การสัมผัส และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลการส่งเสริมการขาย หรือบริการของธุรกิจซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะไม่ใช่เพียงแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือการใช้บริการของลูกค้าเท่านั้นแต่จะเป็นการรับรู้ว่าการบริการต่าง ๆ นั้นจะสร้างความพึงพอใจต่อความปรารถนาและความต้องการของลูกค้าด้วย

ชิฟแมน และ คานู (Shiffman and Kanuk. 1994 : 162) ได้กล่าวว่า การรับรู้คือกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมาโดยที่บุคคล 2 คน ได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขอย่างเดียวกัน แต่จะมีอิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) โดยที่กระบวนการเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของบุคคล ซึ่งอาจไม่แตกต่างกันเนื่องจากอยู่ในสิ่งกระตุ้นเดียวกัน

กรอนรูส (Gronroos. 1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการดังแสดงในภาพประกอบ 3 โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับ การรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการหรือสินค้าไม่เป็นจริงการรับรู้ถึงคุณภาพโดยรวมจะต่ำแต่ถ้าความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ตรงกับ การรับรู้จริงคุณภาพในสินค้าหรือบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจาก การสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กรและความต้องการของลูกค้าเองส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะอย่างไร ให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้ประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา ดังภาพ 3



ภาพ 3 แสดงการรับรู้คุณภาพโดยรวม

ที่มา : Gonroos, C. (1988). Service Quality : The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business 3 (New York: ST. John's University Press): No. 3.

กรอนรูส (Gronroos, 1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีได้เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทักษะและพฤติกรรมเป็นความรู้สึกลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการพิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่นลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงในการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานได้ถูก ออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงการบริการรวมถึงมีการเตรียมปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดที่มีการตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยเฉพาะพนักงานจะทำตาม สัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ

5. การชดเชยเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกมีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการต้อนรับส่วนหน้า

เกียรติ สิมะกุล (2548.) แผนกต้อนรับส่วนหน้าเป็นศูนย์รวมเส้นประสาทของโรงแรม ไม่ใช่เป็นเพียงศูนย์กลางติดต่อของแผนกที่เกี่ยวข้องกับการบริการเท่านั้น แผนกต้อนรับส่วนหน้ายังเป็นจุดแรกที่แขกเข้ามาติดต่อ และจุดสุดท้ายสำหรับแขกที่จะเดินทางกลับ ดังนั้น พนักงานต้อนรับไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชายจึงเป็นบทบาทสำคัญยิ่งในโรงแรม

ในทุกโรงแรม แผนกต้อนรับจะเป็นจุดรวมหรือจุดที่เด่นและมองเห็นง่าย คนมักจะคาดหวังว่าพนักงานต้อนรับจะต้องเป็นคนมีเสน่ห์ เข้าใจพูด มีความสามารถในการติดต่อกับบุคคลภายนอกและทำงานได้อีกสารพัดอย่างในสายงานแผนกต้อนรับ

พิศมัย ปิโชติการ (2538: 21) กล่าวถึงการบริการส่วนหน้าของโรงแรมว่า การบริการทั้งหมดในบริเวณด้านหน้าของโรงแรม เริ่มตั้งแต่พนักงานเฝ้าประตู (door man) พนักงานขนกระเป๋า (porter หรือ bell man) อาคันตุกะสัมพันธ์ (Guest relation) พนักงานต้อนรับ (receptionist) และพนักงานให้ข่าวสารและการบริการแขกในโรงแรม (information and concierge) หน่วยงานทั้งหมดนี้กล่าวได้ว่าเป็นศูนย์กลางของการกระจายงานออกไปสู่แผนกอื่น ๆ ของโรงแรม นับว่าเป็นหัวใจของงานโรงแรมโดยแท้ ดังนั้น ผู้จัดการฝ่ายบริการส่วนหน้าจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง อาจทำให้การบริหารงานในโรงแรมประสบความสำเร็จได้ ถ้าปราศจากการประสานงานและการดำเนินงานที่ดีจากแผนกบริการส่วนหน้า

แผนกบริการส่วนหน้าทำหน้าที่เสมือนเป็น

1. หัวใจของงานบริการโรงแรม
2. ศูนย์รวมงานบริการแขก
3. ศูนย์กลางการติดต่อแขก

กล่าวโดยสรุปว่า แผนกต้อนรับส่วนหน้าคือ หน่วยงานในการปฏิบัติงานด้านให้บริการ และรับผิดชอบเกี่ยวกับผู้มาพักโดยตรง โดยเริ่มจากการรับจองห้องพัก การกำหนดห้องพักสำหรับผู้ที่มาพัก ตลอดจนให้การต้อนรับและจัดหาบริการต่าง ๆ ให้ระหว่างแขกพักอยู่ในโรงแรม ทำหน้าที่ให้ข่าวสารและอำนวยความสะดวกครบถ้วนรวมทั้งแขกคืนห้องพักหลังจากใช้บริการ

มาตรฐานของงานต้อนรับส่วนหน้า

นับตั้งแต่เมื่อแขกจองห้องพัก เข้าพักในโรงแรม (Check-in) จนถึงเวลาที่คืนห้องพักและออกไป (Check-out) พนักงานบริการส่วนหน้าจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบสนองความต้องการของแขกทุกอย่าง แขกส่วนใหญ่มักจะคิดว่าแผนกส่วนหน้าคือโรงแรม แขกของโรงแรมไม่ว่าจะพักอยู่ในโรงแรมหรูหราก็หรือโรงแรมธรรมดาในระดับใดก็ตาม เมื่อมีปัญหาจะไปที่แผนกบริการส่วนหน้าเพื่อต้องการให้ช่วยเหลือ หรือมีข้อร้องเรียนหรือตำหนิพนักงานบริการส่วนหน้าที่มีประสิทธิภาพ ย่อมสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปด้วยดีทำให้แขกพึงพอใจและเป็นผลดีต่อโรงแรมโดยรวม ตรงข้ามพนักงานบริการส่วนหน้าที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมหรือไม่มีประสิทธิภาพ ย่อมเสมือนเป็นการไล่แขกโดยทางอ้อม ดังนั้นงานของพนักงานบริการส่วนหน้าจึงมิใช่งานง่าย แต่ต้องสามารถทำให้แขกอยู่ในโรงแรมอย่างสะดวกสบายและมีความสุข ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อโรงแรม และเกิดผลกำไรตามมาด้วย

พนักงานบริการส่วนหน้าเป็นผู้สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงแรม ตัวอย่างเช่นพนักงานยกกระเป๋า พนักงานเฝ้าประตู พนักงานต้อนรับ พนักงานเหล่านี้ เป็นผู้ที่แขกได้พบนับแต่วินาทีแรกที่เข้าโรงแรมมา แขกจะประทับใจและชื่นชมโรงแรมหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับความเฉลียวฉลาดและความสามารถในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานเหล่านี้ งานในแผนกบริการส่วนหน้าจึงเป็นงานที่สนุกและท้าทายเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องบริการแขกซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันมากมายทั้งในด้านเชื้อชาติ อารมณ์ และความต้องการนานัปการ

แผนกบริการส่วนหน้าเป็นแผนกที่สามารถมองเห็นง่ายที่สุดในโรงแรม พนักงานแผนกบริการส่วนหน้าต้องติดต่อกับแขกมากกว่าพนักงานในแผนกอื่น ๆ เคาน์เตอร์ส่วนหน้า (front desk) ซึ่งตั้งอยู่ที่ห้องรับแขกของโรงแรม (lobby) โดยปกติเป็นจุดศูนย์กลางของงานบริการส่วนหน้า แขกจะมาที่เคาน์เตอร์ส่วนหน้าเพื่อลงทะเบียนเข้าพัก สอบถามเกี่ยวกับการบริการต่าง ๆ อุปกรณ์เครื่องใช้ สถานที่ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงแรม ตลอดจนถึงการคืนห้องพัก แผนกบริการส่วนหน้านี้จะต้องติดต่อกับแขกโดยตรงอยู่ตลอดเวลา ทั้งเวลากลางวันและเวลากลางคืน เช่น แขกเข้าพักหรือคืนห้องพักในช่วงเวลาใดก็ตาม หรือแขกต้องการให้ปลุกตอนเช้า แขกมีปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องใช้ขัดข้อง ฯลฯ ดังนั้น พนักงานในแผนกนี้จึงต้องทำงานตลอด 24 ชั่วโมง (ยกเว้นแผนกสำรองห้องพัก) โดยแบ่งเป็น 3 รอบ ดังนี้

1. รอบเช้า (Morning shift) ตั้งแต่ 7.00 น. – 16.00 น.
2. รอบบ่าย (Evening shift) ตั้งแต่ 15.00-24.00 น.
3. รอบดึก (Night shift) ตั้งแต่ 23.00-08.00 น.

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับห้องพัก

โสภิต ภัทรพิพัฒน์ (เพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร จึงสงวนพรสุข. 2540: 15-19; อ้างอิงจากโสภิต ภัทรพิพัฒน์. 2536. ธุรกิจโรงแรม.) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจ แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ประเภทของโรงแรมตามจำนวนห้องพัก (Number of rooms) หรือ (Unit Available) แนวความคิดนี้ถือว่า จำนวนห้องพักมีส่วนสัมพันธ์กับคุณภาพและขีดจำกัดของการบริการ โดยแบ่งย่อยออกมาเป็นขนาดต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง (หากไม่เกิน 100 ห้อง ถือเป็นโรงแรมขนาดเล็กมาก)
- 1.2 โรงแรมขนาดกลาง เป็นโรงแรมที่มีขนาดระหว่าง 100-300 ห้อง
- 1.3 โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีขนาดห้องตั้งแต่ 301-600 ห้อง
- 1.4 โรงแรมที่มีขนาดใหญ่มาก เป็นโรงแรมที่มีขนาด 600 ห้องขึ้นไป

โดยทั่วไปแล้วโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดกลางมักจะได้เปรียบในด้านคุณภาพของการบริการซึ่งสามารถดูแลคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและมีการจัดการที่ง่ายกว่า จะเห็นได้ว่าโรงแรมที่ติดอันดับโลกมักจะมีขนาดอยู่ในระดับนี้เป็นส่วนใหญ่

1. ประเภทของโรงแรมตามระดับชั้นของโรงแรม

โสภิต ภัทรพิพัฒน์ ยังกล่าวว่า การแบ่งระดับชั้นเป็นโรงแรมชั้นพิเศษหรือชั้นหนึ่งนั้น แบ่งตามระดับความหรูหรา สถานที่ การจัดบริการต่างๆ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ลูกค้า โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดอันดับมาตรฐานของโรงแรมเป็นดาว (Star rating system) ให้กับโรงแรมที่ให้บริการสะดวกสบาย มีอุปกรณ์ครบสมบูรณ์ที่สุดจะติดอันดับ 5 ดาว รองลงมา คือ 4 ดาว 3 ดาว 2 ดาว และ 1 ดาว เป็นอันดับสุดท้าย พร้อมระบุเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานจากระดับต่ำสุดไปหาสูงสุด

ตาราง 4 แสดงการระบุเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานของโรงแรมเป็นดาว

ประเภท	จำนวนดาว	เกณฑ์ในการกำหนด	
		จำนวนข้อ	คะแนนเต็ม
โรงแรมระดับประหยัด (Economy Class)	1	17	170
โรงแรมชั้นสาม (Third Class)	2	23	260
โรงแรมชั้นสอง (Second Class)	3	33	290
โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class)	4	35	480
โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe)	5	37	620

ลักษณะสำคัญของโรงแรมทั้ง 5 ระดับ

โรงแรมต่าง ๆ ทั้ง 5 ระดับ มักมีระเอียดพอสังเขป ดังนี้

1. โรงแรมระดับประหยัด (Economy Class)

เป็นโรงแรมที่คิดค่าบริการในราคาถูกที่สุด เนื่องจากจัดให้มีบริการต่าง ๆ น้อยมาก ภายในห้องพักมีเฉพาะอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น มักจะมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ทำให้สภาพภายนอกเก่า สวนรอบ ๆ บริเวณอาจจะไม่มีเลยหรือมีสภาพไม่สวยงาม โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟ ตลอดจนถึงสถานีขนส่งต่าง ๆ ในต่างจังหวัดทั่วประเทศ

2. โรงแรมชั้นสาม (Third Class)

จัดเป็นโรงแรมระดับประหยัดอีกประเภทหนึ่ง คิดค่าบริการในราคาปานกลาง เนื่องจากภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์และเครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อยโรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่มีห้องพักชั้นหนึ่ง แต่มีห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร

3. โรงแรมชั้นสอง (Second Class)

โรงแรมประเภทนี้การจัดอุปกรณ์เครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากพอสมควรแต่ยังไม่ครบถ้วน ห้องอาหารและห้องโถงมีขนาดปานกลาง มีการจัดตกแต่งสถานที่ภายในบริเวณโรงแรมพอสมควร โดยคิดค่าบริการพอสมควร

4. โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class)

โรงแรมประเภทนี้ ห้องพักและเครื่องตกแต่งภายในห้องพักได้ระดับมาตรฐานมีห้องพักพิเศษ (Deluxe) และห้องชุด (Suite) จำนวนไม่มากนัก ขนาดห้องโถงตลอดจนห้องอาหารมีขนาดเล็กกว่ามาตรฐานส่วนบริการต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดีได้มาตรฐาน

5. โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe)

เป็นโรงแรมระดับสูงสุด ดีเยี่ยมในด้านการให้บริการทั้งห้องพักที่แตกต่างไว้อย่างสวยงามหรูหราอุปกรณ์เครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกสบายล้วนคุณภาพดี ราคาสูง สวยงาม และมีรสนิยม บริการต่าง ๆ ที่โรงแรมระดับพิเศษมีไว้บริการลูกค้ามี ดังนี้

ห้องชุด (Suite) จะตกแต่งไว้อย่างหรูหรา สวยงาม สะดวกสบาย อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องมีคุณภาพดีเยี่ยม

ห้องอาหาร มีหลายห้อง หลายระดับ อาหารมีหลายเชื้อชาติ เช่น อาหารไทย จีน ญี่ปุ่น ยุโรป เป็นต้น

ห้องจัดงาน มีห้องขนาดใหญ่สำหรับจัดประชุม (Convention Hall) สัมมนา อบรม หรือจัดงานเลี้ยง (Banquet Hall) เพื่องานพิธีต่าง ๆ หรือเพื่อพบปะสังสรรค์

ห้องพักแบบ (Lobby) มีการตกแต่ง สวยงาม มีขนาดใหญ่ได้มาตรฐาน

สระว่ายน้ำและสนามกีฬา เช่น สนามเทนนิส ฟิตเนส ไว้บริการลูกค้าที่ต้องการออกกำลังกาย

บริเวณจอดรถที่กว้างขวาง เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ตัวอาคารของโรงแรมมีการก่อสร้างอย่างสวยงาม ใ่อ่า ทันสมัย บริเวณรอบ ๆ ตัวอาคารตกแต่งอย่างสวยงาม สะอาดเรียบร้อย โรงแรมประเภทนี้ต้องตั้งในสภาพแวดล้อมที่ดี การคมนาคมสะดวก

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2539:16-18) กล่าวว่าในสหรัฐอเมริกาเมืองค์กรหลายแห่งที่จัดการประเมินและให้คะแนนบริการของโรงแรมและกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้เดินทาง ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีที่สุดได้แก่สมาคมยานยนต์สหรัฐฯ หรือ AAA และหนังสือคู่มือการเดินทางของไมบิล โรงแรมที่ AAA ให้คะแนนไว้สูงสุดจะได้รับเพชร 4 หรือ 5 เม็ด (Diamond) ส่วนไมบิล แทรเวล ไกด์ (Mobil Travel Guide) จะให้ดาว 4 หรือ 5 ดวง แก่โรงแรมที่ได้คะแนนสูงสุด

ส่วนประเทศอังกฤษมีหน่วยงานหลายแห่งที่ทำการจัดกลุ่มโรงแรมและร้านอาหารแล้ว กำหนด “ดาว” หรือ “เครื่องหมายรับรองคุณภาพ” เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามแบบที่ตนต้องการ

การจัดกลุ่มโดยวิธีให้ดาวนั้น แต่ละกลุ่มมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

- กลุ่มดาวเดียว ★ หมายถึง โรงแรมซึ่งมีขนาดเล็ก ๆ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์แบบง่าย ๆ และพอใช้ได้ ห้องพักทุกห้องมีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำและห้องน้ำเพียงพอ (เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้ร่วมกัน) มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้พักแต่ไม่อาจบริการแก่บุคคลภายนอก โรงแรมกลุ่มนี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเองและส่วนมากเจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลและบริหารงานเอง
- กลุ่มสองดาว ★ ★ ได้แก่ โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่ากลุ่มดาวเทียม มีห้องพักที่มีห้องน้ำในตัวอยู่บ้าง ในห้องอาจมีโทรทัศน์และโทรทัศน์ให้ด้วยอาหารให้เลือกมากกว่าอย่างกว่า แต่ก็อาจไม่ให้บริการแก่บุคคลภายนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเทียม
- กลุ่มสามดาว ★ ★ ★ ได้แก่ โรงแรมที่ตกแต่งดีห้องพักกว้างขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้นส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำในตัวและมีอ่างอาบน้ำด้วยมีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างครบครันแต่ไม่อาจเปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอกสำหรับมือเพียงและในวันสุดสัปดาห์
- กลุ่มสี่ดาว ★ ★ ★ ★ โดยทั่วไปจะเป็นโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ที่ตกแต่งดีเป็นพิเศษมีมาตรฐานสูงในด้านการบริการและความความสะดวกสบายอาจจะมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง
- กลุ่มห้าดาว ★ ★ ★ ★ ★ โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูซึ่งมีมาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้านคือทั้งห้องพัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2539:123) หน้าที่ของฝ่ายรักษาความปลอดภัยของโรงแรม นอกจากการคุ้มครองรักษาทรัพย์สินของโรงแรมแล้ว ยังมีพันธะที่จะต้องปกป้องแขกของโรงแรมมิให้ได้รับอันตรายใด ๆ ด้วย ในปัจจุบัน โรงแรมส่วนใหญ่ในเมืองไทยจะใช้วิธีจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยจากภายนอกให้เป็นผู้จัดหาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (Security Guards) มาประจำที่โรงแรมแทนที่จะจ้างเองโดยตรง แต่สำหรับด้านนโยบายผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนกรักษาความปลอดภัยของโรงแรมจะเป็นผู้ประสานงานผ่านหัวหน้าหน่วยของบริษัทรักษาความปลอดภัย

หน้าที่หลัก ๆ ของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

1. ฝ้าติดตามหรือคอยระมัดระวังบุคคลที่มีพฤติกรรมน่าสงสัยว่าจะขโมยทรัพย์สินของโรงแรม หรือทำอันตรายต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม
2. ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่แผนกอื่น ๆ เกี่ยวกับเรื่องรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินที่สูญหายไป
3. ดูแลควบคุมกุญแจต่าง ๆ และรักษาความปลอดภัยเมื่อมีการเคลื่อนย้ายเงินสดหรือของมีค่าจำนวนมาก
4. ช่วยจัดการฝึกอบรมเทคนิควิธีการดับเพลิงแก่พนักงาน รวมถึงให้มีการซ้อมดับเพลิงด้วย

ในบางโรงแรม จะมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาเวลา (Time-Keepers) ซึ่งประจำอยู่ที่ประตูหลังโรงแรมอันเป็นทางเข้าออกของพนักงาน คอยดูแลควบคุมเวลาเข้าออกของพนักงานรวมตลอดถึงการตรวจสอบสิ่งของคนที่เข้าออกโรงแรมด้วย

มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย

1. มีคู่มือสำหรับให้แขกฝากของมีค่าไว้ ปกติคู่มือจะอยู่ที่แผนกต้อนรับส่วนหน้า ใกล้บริเวณที่แคชเชียร์ทำงานอยู่ แต่โรงแรมใหม่ ๆ ทุกวันนี้จะมีคู่มือไว้ในห้องพักแต่ละห้องเป็นเอกเทศ
2. มีแผนกเก็บของที่แขกลืมทิ้งไว้ เพื่อรอให้แขกมารับคืน หรือที่นิยมเรียกกันเป็นภาษาอังกฤษว่า แผนก Lost and Found
3. มีแผนอพยพผู้คนในเวลาฉุกเฉิน (emergency evacuation plan) เอาไว้ล่วงหน้าสำหรับกรณีฉุกเฉิน เช่น เวลาเกิดเพลิงไหม้ เป็นต้น
4. มีการซ้อมดับเพลิง (fire drill) เป็นระยะอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้รู้ว่าใครมีหน้าที่ทำอะไร และอย่างไรในเวลาเกิดเพลิงไหม้ เช่น ใครมีหน้าที่แจ้งตำรวจดับเพลิง วิธีแจ้งให้แขกทราบถึงอันตรายต่าง ๆ ทางหนีไฟหรือทางออกฉุกเฉินมีอยู่ตรงไหนบ้าง เส้นทางที่กำหนดไว้ให้พาแขกหนีออกมาอย่างปลอดภัย วิธีใช้เครื่องดับเพลิง เป็นต้น
5. มีระบบสัญญาณเตือนภัยเมื่อเกิดควัน (Smoke detector) และระบบดับเพลิงแบบพ่นน้ำออกมารอบทิศ (sprinkler system) โดยติดตั้งอยู่ภายในห้องพัก
6. มีชุดปฐมพยาบาลอยู่ตามจุดต่าง ๆ ทั่วโรงแรม

การป้องกันอัคคีภัย

ปัญหาอัคคีภัยหรือไฟไหม้เป็นภัยที่ร้ายแรงที่สุดของกิจการโรงแรมก็ว่าได้ เพราะหากเกิดขึ้นและดับไม่ได้ผลย่อมหมายถึงต้องมีคนเสียชีวิต และอาจจะเป็นจำนวนคนมากด้วย เพราะโรงแรมเป็นที่พักและชุมนุมของคนจำนวนมาก อีกทั้งส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นอาคารสูง ซึ่งยากแก่การที่ผู้อยู่ในอาคารจะหาทางหนีออกมา วิธีที่ดีที่สุดจึง ได้แก่ การป้องกันมิให้เกิดขึ้น ซึ่งจะต้องมีการวางแผน เตรียมการและฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญและไม่ตื่นตกใจเมื่อเกิดเพลิงไหม้ขึ้นมาจริง ๆ โรงแรมที่มีระบบดีและรอบคอบควรจะทำคู่มือการปฏิบัติเกี่ยวกับกรณีเพลิงไหม้ไว้ และผู้บริหารจะต้องติดตามให้ปฏิบัติตามนั้นโดยเคร่งครัดอีกด้วย

เมื่อแขกเข้าพักควรแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับทางหนีไฟ ซึ่งต้องมีเครื่องหมายแสดงไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน สามารถเข้าออกได้สะดวก และไม่มีสิ่งกีดขวางอยู่พนักงานทุกคนของโรงแรมจะต้องได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้เครื่องดับเพลิง ต้องรู้ว่าวางอยู่จุดไหนบ้าง รู้แหล่งที่ตั้งของสัญญาณเตือนภัยและทางออกฉุกเฉิน สิ่งสำคัญที่สุดคือ เครื่องดับเพลิงต้องได้รับการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาว่ายังใช้งานได้และดูวันหมดอายุด้วย

เมื่อเกิดเพลิงไหม้ขึ้นมาในโรงแรม การปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและฉับพลันสามารถช่วยชีวิตคนและรักษาทรัพย์สินไว้ได้ เป็นความรับผิดชอบของพนักงานทุกคนที่จะช่วยกันรักษาความปลอดภัยให้กับแขกในโรงแรม พนักงานต้อนรับและพนักงานโทรศัพท์ถือได้ว่าเป็นบุคคลสำคัญในกรณีฉุกเฉินเช่นนี้ ต้องแจ้งให้แขกออกไปจากบริเวณที่อันตราย เช่น ออกจากห้องพัก ห้องอาหาร เป็นต้น ในกรณีที่ไฟไหม้ควรปฏิบัติตามลำดับขั้นต้นด้วยความรวดเร็ว ดังนี้

1. ผู้ที่เห็นไฟไหม้จะต้องแจ้งให้พนักงานส่วนหน้าหรือพนักงานโทรศัพท์ทราบทันทีที่เปิดสัญญาณเตือนภัยและพยายามดับไฟด้วยอุปกรณ์ที่มีอยู่
2. พนักงานรักษาความปลอดภัยควรเตรียมพร้อมเสมอ
3. แจ้งไปยังหน่วยดับเพลิง โดยแจ้งชื่อของโรงแรมที่อยู่โดยละเอียดด้วยอาการสงบและน้ำเสียงชัดเจนการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งเป็นสิ่งจำเป็นเพราะอาจมีโรงแรมที่ชื่อเหมือนกันหรือคล้ายกันมาในบริเวณนั้น
4. ต้องแจ้งให้พนักงานระดับสูงของโรงแรมทราบ โดยเฉพาะผู้จัดการทั่วไปและควรปฏิบัติตามคำสั่งอย่างเคร่งครัด โดยฉับพลัน
5. งดการใช้ลิฟต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า
6. เปิดทางออกฉุกเฉินทั้งหมดทันที
7. พนักงานโทรศัพท์ควรจะขอร้อง (สั่ง) ให้แขกทุกคนออกจากห้องพัก โดยใช้ทางออกฉุกเฉินเท่านั้น ห้ามใช้ลิฟต์ การพูดควรใช้ถ้อยคำหนักแน่น สั้น เข้าใจง่าย แต่ไม่ทำให้แขกตื่นตกใจ เช่น "ขณะนี้กำลังเกิดเพลิงไหม้ขึ้นที่ชั้น 3 ของโรงแรม โปรดออกจากห้องพักของท่านทันที และออกจากโรงแรมโดยใช้บันไดหนีไฟ ห้ามใช้ลิฟต์"
8. พนักงานของโรงแรมต้องให้ความช่วยเหลือแขก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนแก่และเด็กให้ออกจากห้อง และจากบริเวณทั่วไปในโรงแรมอย่างรวดเร็ว ไม่ตื่นตกใจ ช่วยรักษาทรัพย์สินสมบัติซึ่งอาจจะมีค่าสำหรับแขกก็ได้ การกระทำดังกล่าวควรจะทำโดยบริสุทธิ์ใจ ไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ

9. ถ้าไฟไหม้ยังไม่ลุกลามใหญ่โต สามารถควบคุมให้อยู่ในวงแคบ ๆ ได้ หรือควบคุมสถานการณ์ได้ ควรจะทำก่อนที่หน่วยดับเพลิงจะมาถึง ทำให้ทุกคนแน่ใจและสบายใจกันแยกทั้งหมดออกมาจากบริเวณที่เกิดเหตุ

10. แยกบางคนอาจซ่อนอยู่ใต้เตียงด้วยความตกใจ หรือแอบอยู่ในห้องน้ำหรือในตู้เสื้อผ้า พนักงานของโรงแรมจะต้องเข้าไปตรวจดูทุกห้อง ให้แน่ใจว่าไม่มีแขกหลงเหลืออยู่อีก

11. พนักงานต้อนรับควรจะนำรายชื่อแขกที่พักในโรงแรม และรายชื่อพนักงานที่ปฏิบัติงานในอาคารของโรงแรมออกไปด้วย เพื่อตรวจสอบได้ว่าคนออกมาจากอาคารหมดหรือยัง และแจ้งให้พนักงานดับเพลิงรู้ว่าห้องไหนเป็นห้องพักแขก ห้องไหนเป็นห้องของพนักงานโรงแรม ซึ่งเป็นการช่วยพนักงานดับเพลิงในการช่วยรักษาชีวิตตามลำดับก่อนหลัง

12. หลังจากไฟดับแล้ว อาคารโรงแรมได้รับการตรวจสอบสภาพเรียบร้อยแล้วควรจะรวบรวมและตรวจสอบดูพนักงานของโรงแรม และแขกอีกครั้งหนึ่ง

13. ประตูทั้งหมดที่ถูกเปิดควรจะปิดไว้อย่างเดิม

พนักงานของโรงแรมควรใส่ใจกับสิ่งเหล่านี้ คือ

1. ตรวจตราอยู่เสมอว่าสัญญาณเตือนภัยติดอยู่ที่ไหน และทำงานอย่างไร
2. รู้ที่เก็บเครื่องดับเพลิง และวิธีการใช้เครื่อง
3. แน่ใจว่าทางที่จะผ่านทางออกไปบันไดหนีไฟ ไม่มีสิ่งใดกีดขวาง
4. รู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเมื่อเกิดไฟไหม้ขึ้น

8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า สภาพแวดล้อมนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมากและเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไปในการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในการดำเนินการธุรกิจด้วย เพื่อความอยู่รอดและเจริญเติบโต (Growth and survival) ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) ขององค์กรธุรกิจด้วย

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง บริเวณโรงแรม สภาพการจัดบริเวณพื้นที่ การจัดแผนผังอาคารโรงแรม อาคารประกอบ สนามต่าง ๆ รั้ว ป้ายต่าง ๆ ต้นไม้ ถนน ร่องน้ำ และอื่น ๆ ที่มองเห็นด้วยตาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า

มาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากโรงแรม

การบำบัดน้ำเสีย

1. ต้องบำบัดน้ำเสียทั้งหมดจากทุกกิจกรรมของโรงแรม
2. ปรับปรุงท่อระบายน้ำเสียจากห้องเก็บขยะต่อเข้าบ่อพักน้ำเสีย
3. ต้องไม่ระบายน้ำเสียใด ๆ ลงบ่อซึม ท่อระบายน้ำฝน หรือแหล่งน้ำสาธารณะ

โดยมีผ่านการบำบัด

4. ต้องเติมคลอรีนในปริมาณที่เหมาะสมในน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้ว เพื่อฆ่าเชื้อโรค

อยู่เสมอ

5. ต้องหมั่นสูบตะกอนในบ่อเกรอะและบ่อดกตะกอน
6. ต้องหมั่นดูแลทำความสะอาดบ่อดักไขมันและบ่อดักขยะเป็นประจำ
7. ต้องควบคุมดูแลระบบบำบัดน้ำเสียของโรงแรมให้มีประสิทธิภาพในการบำบัด

น้ำเสีย

8. นำน้ำหลังการบำบัดไปใช้ประโยชน์ เช่น รดน้ำต้นไม้ ล้างถนน
9. โรงแรมต้องติดตั้งเครื่องบั่นไฟฟ้าสำรอง เพื่อใช้กับระบบบำบัดน้ำเสีย
10. โรงแรมต้องเดินเครื่องสูบอากาศของห้องระบบบำบัดน้ำเสียตลอดเวลา

การระบายน้ำเสียและป้องกันน้ำท่วม

1. ต้องแยกน้ำฝนออกจากท่อน้ำทิ้ง
2. ต้องไม่ระบายน้ำเสียใด ๆ ลงทางระบายน้ำสาธารณะ บ่อซึมหรือแม่น้ำโดยตรง
3. น้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วจะมีคุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งชุมชนของสำนักงาน

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ควรพิจารณานำกลับมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือสนามหญ้า การนำกลับมาใช้สำหรับห้องส้วมหรือระบายทิ้งลงสู่ลานซีเมนต์ เป็นต้น

4. ต้องติดตะแกรงดักขยะที่จุดระบายน้ำก่อนออกนอกพื้นที่โรงแรม
5. ต้องควบคุมอัตราการไหลของน้ำฝนที่ระบายลงสู่บริเวณชายหาด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพชายหาดและเป็นการทำลายทัศนียภาพ

6. ต้องปรับปรุงชุดลอกคูน้ำในพื้นที่โรงแรมฯ เพื่อให้สามารถรองรับน้ำทิ้งหลังบำบัดได้มากขึ้นและเก็บกักได้นานขึ้น

7. ต้องดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงระบบระบายน้ำทันที หากพบว่าก่อให้เกิด
8. ปัญหาน้ำเอ่อล้นสาธารณะ และแจ้งรายละเอียดในการดำเนินการให้สำนักงานฯ

ทราบด้วย

การกำจัดขยะมูลฝอย

1. ต้องเก็บรวบรวมขยะให้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด น้ำเสียจากการเก็บขยะและห้องเก็บขยะต้องระบายเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียของโรงแรม
2. จัดหาพนักงานดูแลความสะอาด

การป้องกันอัคคีภัย

1. ต้องจัดเตรียมตรวจสอบอุปกรณ์ดับเพลิง และสัญญาณเตือนภัย
2. ต้องฝึกอบรมพนักงานเป็นประจำ

การระบายอากาศ

1. ต้องระบายอากาศโดยไม่ก่อผลกระทบต่อ
2. ต้องจัดสร้างปล่องระบายควันจากห้องครัวและเครื่องผลิตน้ำร้อนโดยให้ปล่อย

ระบบควันมีความสูงที่พื้นที่ใกล้เคียง

การจราจรและที่จอดรถ

1. ต้องจัดระบบจราจรรวมทั้งพื้นที่จอดรถในโรงแรม ให้เพียงพอกับการดำเนินกิจการโรงแรม
2. ต้องหาพนักงานอำนวยความสะดวก
3. ต้องทำเครื่องหมายการจราจรทางเข้า-ออก ให้ชัดเจน

9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม

เกียรดี สิมะกุล (2548:34) กล่าวว่า ความประทับใจที่แขกได้รับเวลาเข้าห้องอาหาร ความเป็นเรื่องของการต้อนรับ ความพร้อมและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ว่าห้องอาหารนั้น จะเป็นแบบบริการตนเองหรือแบบมีคนเสิร์ฟ ควรทำให้แขกที่เข้ามาใช้บริการมีความรู้สึกที่ดีและ คาดหวังสิ่งดี ๆ

การที่จะเป็นเช่นนั้นได้ จำเป็นต้องวางแผนอย่างละเอียดเกี่ยวกับการบริการในทุกด้าน ตั้งแต่เรื่องห้อง ส้อม มีด และถ้วยชามให้เพียงพอกับความต้องการ จนถึงการทำพนักงานที่ร้านอาหารประจำหน้าที่อย่างเพียงพอด้วย

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2539 : 44) กล่าวว่า ในโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องอาหารหลาย ห้องและบาร์เครื่องดื่มอยู่หลายจุด มักจะมีตำแหน่งและบุคคลที่ทำหน้าที่ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและ เครื่องดื่ม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานทุกแผนกที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะ ต้องประสานกับหัวหน้าพ่อครัวอย่างใกล้ชิด

พนักงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มจะแตกต่างจากพนักงานฝ่ายครัวอยู่อย่างหนึ่งคือฝ่าย บริการมีโอกาสติดต่อกับแขกโดยตรงในขณะที่ฝ่ายครัวส่วนใหญ่จะไม่มีโอกาสเลย การบริการหรือ วิธีเสิร์ฟมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ารสชาติหรือคุณภาพของอาหารที่เดียว และมีบางคนถึงกับ คิดว่าบริการนั้นสำคัญกว่าตัวอาหารเสียอีก แต่ถึงอย่างไรถ้าอาหารอร่อย แต่พนักงานบริการ ไม่เต็มใจหรือมีหน้าตาบึ้งตึง ห้องอาหารนั้นก็คงจะขายดีไปไม่ได้

พนักงานที่มีความสุภาพ เป็นกันเองและหน้าตายิ้มแย้มเป็นนิตย์ ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่ามากที่สุดของห้องอาหารที่เดียว

พนักงานเสิร์ฟ

พนักงานเสิร์ฟที่ดีจำเป็นต้องมีทักษะจะเพาะหรือความชำนาญในงานที่ทำอยู่บ้าง นอกจากนี้พนักงานเสิร์ฟยังต้องมีทักษะในการติดต่อกับคน เพราะต้องพูดจาติดต่อกับแขกที่มาใช้บริการของห้องอาหาร กล่าวกันว่า พนักงานเสิร์ฟทั้งหลายเป็น “กองกำลังหรือหน่วยขายอาหาร” หรือ Sales force of food ที่เดียว เนื่องจากมีหน้าที่แนะนำหรือขายสินค้าอันได้แก่อาหารที่ฝ่ายครัว ทำขึ้นมาแก่ลูกค้า พนักงานเสิร์ฟจะชนะใจลูกค้าได้ด้วยการรู้จักกาลเทศะ มีเสน่ห์นำพูดคุยด้วย

ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ตัวเองทำอยู่ (คือ สามารถให้คำแนะนำลูกค้าว่าควรเลือกสั่งอาหารอะไร และยังสามารถอธิบายให้ลูกค้าฟังว่าอาหารจานนั้นมีวิธีปรุงอย่างไรด้วย) พนักงานเสิร์ฟจะต้องพร้อมที่จะให้บริการเมื่อแขกต้องการ และถอยห้องออกมายืนอยู่เงียบ ๆ ในขณะที่ลูกค้าไม่ต้องการบริการอะไร

การบริการที่ดียังหมายรวมถึงจังหวะที่เหมาะสมในการให้บริการด้วย เช่น เมื่อแขกต้องการอะไรก็รีบสนองตอบอย่างรวดเร็วทันใจ เป็นต้น พนักงานเสิร์ฟควรจะล่วงรู้ว่แขกกำลังต้องการอะไรก่อนที่แขกจะเอ่ยปากขอ นอกจากนี้ พนักงานเสิร์ฟควรจะเตรียมงานล่วงหน้าไป 1 ขั้นเสมอ เช่นการรีบไปบอกฝ่ายครัวว่ามีแขกกลุ่มใหญ่เข้ามาแล้ว เพื่อให้ฝ่ายนั้นรู้ตัวและสามารถเตรียมการล่วงหน้าได้ เป็นต้น

หน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละส่วนงานแบ่งได้ ดังนี้

1. ผู้จัดการห้องอาหาร ดูแลรับผิดชอบห้องอาหารในทุกเรื่อง วาง/กำหนดมาตรฐานของบริการวางแผนตารางเวลาและการทำงานของพนักงาน ฝึกสอนงานแก่พนักงาน รับจองโต๊ะต้อนรับลูกค้า พาลูกค้าไปที่โต๊ะและจัดการเมื่อมีลูกค้ามาต่อว่า

2. หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ เป็นตำแหน่งรองจากผู้จัดการห้องอาหาร ถ้าเป็นห้องอาหารขนาดเล็กก็จะเป็นผู้ดูแลห้องอาหารทั้งหมด ในกรณีที่เป็นห้องอาหารขนาดใหญ่ จะมี Head Waiter หลายคน โดยส่วนหนึ่งจะดูแล 3-4 สเตชัน (Station คือ เขตความรับผิดชอบในห้องอาหารที่พนักงานแต่ละคนจะต้องคอยดูแลให้บริการแก่ลูกค้าที่นั่งโต๊ะ station หนึ่งจะมีหลายโต๊ะ Head Waiter มีหน้าที่ดูแลควบคุมการทำงานของพนักงานเสิร์ฟในเขตความรับผิดชอบของตน ช่วยพาลูกค้าไปนั่งโต๊ะและรับคำสั่งจากลูกค้าที่ต้องการสั่งอาหาร

3. พนักงานเสิร์ฟ มีหน้าที่ช่วยบริการด้านอาหาร จัดโต๊ะ เคลียร์โต๊ะ โดยทั่วไปผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟจะเป็นคนยกอาหารที่ทำเสร็จแล้วจากครัวมาที่ห้องอาหาร และนำพวกถ้วยจานและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าใช้แล้วกลับไปในครัวเพื่อให้แผนกล้างจานล้างทำความสะอาด

4. พนักงานเสิร์ฟเหล่า ทำหน้าที่รับคำสั่งหรือออเดอร์เกี่ยวกับเหล้าหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ไม่เกี่ยวกับเครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ

5. พนักงานเก็บเงิน หรือแคชเชียร์ รับผิดชอบในการออกใบเสร็จและเก็บเงิน แต่คนที่นำใบเสร็จไปให้ลูกค้าได้แก่พนักงานเสิร์ฟ

6. พนักงานประจำบาร์ขายเหล้า ต้องมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับเรื่องสุราต่าง ๆ ซึ่งต้องเรียนรู้ แต่วิธีเรียนรู้ที่ดีที่สุดก็โดยการฝึกปฏิบัติและอาศัยประสบการณ์ เช่น ต้องรู้วิธีรินเบียร์ โดยไม่ให้มีฟองมาก วิธีค่อย ๆ รินเหล้าไวน์โดยไม่ให้มีตะกอนไหลลงมาด้วย วิธีผสมเครื่องดื่มประเภทค็อกเทล ตลอดจนถึงการจดจำราคาและจำนวนของเครื่องดื่มต่าง ๆ ที่ลูกค้าสั่งไปดื่ม

นอกจากนี้ ยาร์เทนเดอร์ที่ดีจำเป็นต้องเป็นคนช่างพูด ช่างคุย เพราะจะต้องพบปะกับลูกค้าก็มีหลายจำพวก ถ้าชอบคุยกับคนด้วยก็จะสนุกกับงานและช่วยขายดีด้วย ความสามารถที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่งของพนักงานประจำบาร์ก็คือ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเวลาลูกค้าเมาหรือมาด่าทอด้วยคำหยาบ หรือในกรณีที่มีลูกค้าเข้ามาพร้อมกันจำนวนมาก ๆ

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา ดำรงค์ดี (2544: 64-74) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษาโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลมีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง โดยพบว่าผู้รับบริการได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบคุณภาพบริการ ดังนี้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) เป็นอันดับแรก ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibility) เป็นอันดับที่สอง ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) เป็นอันดับที่สาม ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ (Assurance) เป็นอันดับสี่ และด้านการเข้าถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ (Empathy) มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับผลเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ยังไม่มี ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล ซึ่งมีความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) และด้านความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) อยู่ในระดับต่ำโดยถือว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ด้าน นี้มีความสำคัญที่สุดในการให้บริการของโรงพยาบาลเป็นการบ่งบอกว่าผู้รับบริการยังต้องการความมั่นใจในการบริการจากโรงพยาบาล

เกรตสัน โคลท์นันท์เซฟ (Gaysorn Kholthanasep 2544: 74-113) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าต่อโรงแรมชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่ได้รับจากการบริการของโรงแรมผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มาใช้บริการของโรงแรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุในช่วง 31 ถึง 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท และมาใช้บริการของโรงแรมเพื่อประชุมและจัดเลี้ยง โดยพบว่าผู้ที่มาใช้บริการของโรงแรมได้มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบของคุณภาพการบริการโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปน้อยดังนี้ ด้านความเชื่อถือ (Reliability) ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empathy) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ส่วนการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการสามารถเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านความเชื่อถือ (Reliability) ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empathy) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านความมั่นใจได้ (Assurance) สำหรับผลของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่แตกต่างจากการรับรู้ในคุณภาพการบริการจริงของโรงแรม นอกจากนี้ยังพบว่า อายุและจุดประสงค์ที่มาใช้บริการของโรงแรมที่ต่างกันของผู้มาใช้บริการจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมต่างกันและพบว่าระดับรายได้ระดับการศึกษา อายุของผู้มาใช้บริการของโรงแรมที่ต่างกันมีการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมต่างกัน

เพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร จีงสงวนพรสุข (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการบริการของโรงแรมต่อผู้ใช้บริการ ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และประชากรณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์) ได้ผลการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมที่หนองคาย และเวียงจันทน์คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ บริการด้านห้องพัก ห้องอาหาร และสถานบันเทิง และการมาใช้บริการในช่วงของปี และช่วงเดือนไม่แน่นอน แต่นิยมมาใช้บริการในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

2. มวลเหตุจูงใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงแรม พบว่ามวลเหตุจูงใจในการใช้บริการโรงแรมที่หนองคายและเวียงจันทร์คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ทำเลที่ตั้ง สะดวก ปลอดภัย บรรยากาศดี ราคาเหมาะสม และมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคล้ายคลึงกัน คือ ให้ความสำคัญมากในเรื่องบรรยากาศภายในการบริการดี พนักงานกริยาวาจาสุภาพ และระบบความปลอดภัย แต่การตัดสินใจใช้บริการโรงแรมเวียงจันทร์ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยมากกว่า

3. เปรียบเทียบในการใช้บริการและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่าค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไม่แตกต่างกัน มีการใช้บริการที่คล้ายคลึงกัน คือ ห้องพัก ห้องอาหาร กลุ่มผู้ใช้บริการมีอาชีพที่คล้ายคลึงกัน แต่กลุ่มผู้ให้บริการโรงแรมแตกต่างกัน โดยโรงแรมหนองคายผู้ให้บริการเป็นชาวไทย ส่วนโรงแรมเวียงจันทร์เป็นชาวต่างประเทศที่ไม่ใช่ชาวลาวและเมื่อเปรียบเทียบแล้ว ความพึงพอใจใช้บริการที่หนองคายมากกว่าเวียงจันทร์ โดยเฉพาะเรื่องบรรยากาศ ทำเลที่ตั้งและความปลอดภัย

4. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ โดยเหมือนกันบางส่วน กล่าวคือ ปัญหาด้านบุคลากร ความสามารถด้านภาษา ทำเลที่ตั้ง บริการไม่ครบวงจร ค่าบริการสูง ส่วนปัญหาต่างกันค่อนข้างชัดเจน คือ ความทันสมัย คุณภาพมาตรฐานโรงแรม โดยโรงแรมหนองคายได้มาตรฐานกว่า แต่ไม่เข้มงวดเท่าโรงแรมเวียงจันทร์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวความคิดด้านข้อมูลส่วนบุคคล กรอบแนวความคิดด้านความคาดหวังและกรอบแนวความคิดด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างและในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อ้างอิงงานวิจัยของเพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร์ จึงสงวนพรสุข 2540: ได้ศึกษาการบริการของโรงแรมต่อผู้ให้บริการ ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทร์) ซึ่งได้ศึกษาถึงมวลเหตุจูงใจในการเลือกใช้บริการและการศึกษาเปรียบเทียบด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรวมถึงเปรียบเทียบมาตรฐานการบริการของโรงแรมในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการต้อนรับ ด้านการบริการ ห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการรักษาความปลอดภัยรวมถึงด้านสิ่งแวดล้อมบรรยากาศของโรงแรม ดังนั้นผู้วิจัยได้นำมาอ้างอิงในการสร้างตัวแปรในกรอบแนวความคิดด้านความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งศึกษาเป็นรายด้าน 5 ด้าน เพื่อดำเนินการวิจัย "ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา"

และสรุปจากกรอบแนวความคิดผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของพาราสุรามัน เซทแฮล์มและเบอร์รี (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1985: 42) เป็นหลักเพราะทฤษฎีนี้กล่าวว่าคุณภาพบริการ คือ การรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการโดยทำการเปรียบเทียบ ความต้องการ ความคาดหวังกับการบริการที่จะได้รับจริง และองค์กรที่ได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพ บริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าซึ่งพาราสุรามันและคณะ (Parasuraman, et al. 1994:201-203) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพ บริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการ ที่ได้รับจริงซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้นแต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับอีกด้วย

