



รายงานการวิจัย

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

Human Capital Development to Promote Service Quality for
The Tourism Industry in Mook Island, Trang Province

สุธิรา ปานแก้ว

Suthira Pankaew

สิริบุญยากกร ไกรเทพ

Siripoonyakorn Kraithep

จิระนาถ รุ่งชวง

Jiranart Roongchuang

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประจำปี พ.ศ.2563

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นอย่างสูง ที่ได้จัดสรรทุนอุดหนุนการทำโครงการวิจัยฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะชาวบ้านของชุมชนเกาะมุก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายในการวิจัย และเป็นผู้มีอุปการคุณที่คอยดูแลคณะผู้วิจัยในการสำรวจพื้นที่ต่างๆ รวมถึงข้อมูล และความเป็นมาของพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งความร่วมมือในการประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะมุก จังหวัดตรัง ซึ่งทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมความตั้งใจทุกประการ

คณะผู้วิจัย

กุมภาพันธ์ 2564



บทคัดย่อ

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเกาะมุก จังหวัดตรัง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.7 มีช่วงอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีสถานะสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาเป็นสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 26.3 การศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 13.8 อาชีพ พบว่า มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.3 รายได้ พบว่า มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมา คือ รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาท และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวคือมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยว มีระดับความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 (S.D. = 0.63) ซึ่งน้อยกว่า การรับรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D. = 0.46) จากการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.12 ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและโดย อ้อมแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มธุรกิจและแรงงาน กลุ่มคนท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเยาวชน ปัญหาที่เกี่ยวข้องจึงแตกต่างกันตามประเภทของกลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ ทั้งนี้ในภาพรวมเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในการทำงาน ทักษะภาษาต่างประเทศ การขาดการพัฒนาอาชีพเสริม การขาดแคลนแรงงานคุณภาพ เป็นต้น แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงควรแบ่งแผนพัฒนาเป็น 3 ระยะ ในระยะสั้นควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมต่าง ระยะเวลาควรรพัฒนาเครือข่ายองค์กรเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ และระยะยาวควรสร้างศูนย์ฝึกอบรมและที่สำคัญที่สุด คือ การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมคุณภาพการบริการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Abstract

Human Capital Development to Promote Service Quality in Tourism Industry in Koh Mook, Trang Province aims to assess the service quality of tourism industry in Koh Mook area, Trang Province to study the need for human capital development in promoting service quality of the tourism industry. Tourism in the Koh Mook area, Trang Province and to propose human capital development guidelines to promote the service quality of the tourism industry in the Koh Mook area, Trang Province. A total of 400 people answered the questionnaire. It was concluded that the majority of the tourists were female rather than male. 50.7 percent of the age range 31-40 years the most, accounting for 50.0 percent, followed by the age of 41-50 years, 37.3 percent have the most marital status. Accounted for 60.8 percent, followed by a status of single Accounted for 26 percent. 3 studies have shown that there is a bachelor's degree 60 percent, followed by a high school education, 13.8 percent. Occupations found that they work in private companies / contractors. Accounting for 68.3 percent, followed by occupation, personal business, 21.3 percent, found that income from 10,001 - 15,000 baht, or 78.3 percent, followed by income from 25,001 baht and the nature of travel and tourism is coming with the most family 56.00%. The results of comparative data analysis between the expectations and perceptions of tourists about the service quality of tourism service personnel in the Koh Mook area, Trang Province. Have a level of expectation with an average of 3.79 (SD = 0.63), which is less than the perceived with an average of 3.67 (SD = 0.46) from the study of expectations and perceptions of service quality of the tourism industry in the Koh Mook area, Trang Province. With a difference of 0.12, which could be analyzed as Tourists tend to be dissatisfied with the service quality of the tourism industry in the Koh Mook area, Trang Province.

The results of the qualitative data analysis revealed that the human capital groups directly and indirectly involved in tourism are divided into 4 groups: business and labor. Local group Therefore, the elderly and youth groups related problems differed by the four types of human capital groups. It is a problem with the development of skills at work. Foreign language skills Lack of additional career development , lack of quality labor, etc. Human capital development guidelines for Therefore, the development plan should be divided into 3 phases. In short, the focus should be on different training. The medium term should develop a network

of organizations for the development of human capital. And long-term centers should be established. Training and, most importantly, the development of local curricula to develop human capital for the Sustainable tourism development

Keywords: Development of human capital, Promote Service Quality, Tourism Industry



สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญตาราง	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 คำถามการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.5 ขอบเขตในการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดด้านการพัฒนาทุนมนุษย์	4
2.2 แนวคิดด้านคุณภาพการบริการ	8
2.3 แนวคิดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	14
2.4 บริบทด้านพื้นที่เกาะมุก	19
2.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	24
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย	24
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	25
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.7 การสรุปผลข้อมูล	27
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
4.1 ผลการประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก	31
4.2 ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก	53
4.3 ผลการเสนอแนวทางพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก	54
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
5.1 สรุปผลการวิจัย	58
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	59
5.3 ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	64

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

หน้า

66



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	30
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	32
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของข้อคำถาม	32
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของข้อคำถามท่านเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างไร	33
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของข้อคำถามท่านมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ในลักษณะใด	33
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการ	34
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ	35
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ	36
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	37
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ	38
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ	39
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง	40
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ	41
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ	42
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	43
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ	44

สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ	45
ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง	46
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ	47
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการให้ความมั่นใจของการบริการ	48
ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	49
ตารางที่ 4.22 นำเสนอการเปรียบเทียบรากฐานทุนเดิมและช่องว่างที่ต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของเกาะมุก	55



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก (Labor Intensive) ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวและบริการในทุกรูปแบบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพจึงมีสูงตามอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยว โดยที่อัตราการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2565 จะมีความต้องการกำลังคนในสาขาที่พักแรมเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 จำนวน 150,000 คน เป็นจำนวน 180,000 คน ในปี พ.ศ. 2565 โดยเน้นที่ 4 แผนกหลักคือ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกครัว และแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2561)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจ โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายด้าน รวมทั้งด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (ยุทธศาสตร์ที่ 3) สารสำคัญของยุทธศาสตร์นี้คือ (1) พัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอ ต่อความต้องการของตลาด และ (2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงไม่ควรจำกัดอยู่แต่เพียงภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว แต่ควรมุ่งให้เกิดการพัฒนาคนท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (Swarbrooke, 1999) ภายใต้มิติด้านสังคม การท่องเที่ยว ต้องสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างสังคมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับท้องถิ่นซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ดัชนีชี้วัดคุณภาพของสังคมประการหนึ่งคือการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ทั้งในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและภาคประชาชนท้องถิ่น

พื้นที่เกาะมุกจังหวัดตรัง เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ในกลุ่มของเกาะทะเลตรัง มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นพื้นที่หนึ่งในแผนพัฒนาจังหวัดตรัง ที่มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาหลักในด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เชื่อมโยง รวมทั้งชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง, 2562)

ในปีพ.ศ.2560 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณเกาะมุกจำนวน 3,000 – 4,000 คน/วัน (สำนักข่าวไทยพีบีเอส,2560) จากการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลกระทบทำให้พนักงานบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดูแลนักท่องเที่ยวไม่

ทั่วถึงและไม่มีรูปแบบการบริการที่ดีให้นักท่องเที่ยว เนื่องจากขาดแคลนกำลังคนและยังไม่เข้าใจรูปแบบการบริการนักท่องเที่ยวที่ถูกต้อง จากสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังเกาะมุก เข้าพักในรีสอร์ตแห่งหนึ่ง และพบว่าผ้าเช็ดตัวและผ้าห่มยังไม่ได้ทำความสะอาด เมื่อสอบถามจากพนักงาน พบว่าพนักงานแม่บ้านได้ลาออก จึงไม่ได้ทำความสะอาดนั้น และสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นในพื้นที่เกาะมุก แต่มีคฤหบดีไม่ได้พาท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ (ศูนย์ข่าวภาคใต้ MGR Online, 2560) จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงพบปัญหาในด้านการจัดการทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 คุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เป็นอย่างไร

1.3.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เป็นอย่างไร

1.3.3 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรังอย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.4.2 ความต้องการการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.4.3 ได้แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้ศึกษา การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อต้องการทราบถึงคุณภาพการบริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของพนักงานบริการในขณะให้บริการนักท่องเที่ยว และเพื่อรับรู้ถึงความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้ ทางคณะผู้วิจัยได้กำหนดให้เขตพื้นที่ชุมชนเกาะมุก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เป็นพื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย

1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร

- ประชากรที่ใช้สำหรับตอบเชิงปริมาณ มีจำนวน 1 กลุ่ม ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง 2) พนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง 3) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

- ประชากรที่ใช้สำหรับตอบเชิงคุณภาพ มีจำนวน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) พนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง 2) ผู้นำชุมชนและตัวแทนสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

1 เมษายน 2563 – 31 มีนาคม 2564 (1 ปี)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ดำเนินการเพื่อให้เกิดการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อให้มีศักยภาพพร้อมสำหรับการปฏิบัติตามภารกิจที่องค์กรมอบหมายให้ปฏิบัติ โดยเครื่องมือที่ใช้สำหรับพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับ

1.6.2 การส่งเสริมคุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งเสริมให้มีการให้บริการที่ตรงตามที่ถูกคาดการณ์ โดยมีการกำหนดปัจจัยเพื่อประเมินคุณภาพการบริการ

1.6.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตบริการอย่างใดอย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้เยี่ยมชม

1.6.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มผู้คนที่ต้องการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน หรือ ศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ และเป็นกลุ่มที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มาท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการพัฒนาทุนมนุษย์
- 2.2 แนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2.4 บริบทด้านพื้นที่ชุมชนเกาะมุก จังหวัดตรัง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดด้านการพัฒนาทุนมนุษย์

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์

จากการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาทุนมนุษย์จากนักวิชาการหลายท่าน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1.1 วิวัฒนาการแนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์

Schultz (1961) และ Becker (1964) อ้างถึงใน เขมภัทท์ เย็นเปี่ยม และคณะ (2556) กล่าวว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ คือ การลงทุนเพื่อเพิ่มความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กร โดยให้ความหมายไว้ดังนี้

Schultz (1961) กล่าวว่า วิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่ 5 วิธี คือการลงทุนด้านสุขภาพ (Health) การลงทุนในการฝึกอบรมในงาน (On the job training) การลงทุนด้านการศึกษา (education) การลงทุนในการศึกษาเรียนรู้โปรแกรมเฉพาะ (Study Program) และการลงทุนในการเปลี่ยนงาน

Becker (1964) กล่าวว่า วิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่ 4 วิธี คือ การฝึกอบรม ในงาน หน่วยงาน เฉพาะในการฝึกอบรม (Schooling) การลงทุนด้านข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Investment in Information Contributes to Productivity) การปรับปรุงแก้ไขด้านสุขภาพะ ร่วงกาย และอารมณ์ (The Improvement in Emotional and Physical Health) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. วิธีการฝึกอบรมในงาน (On-the-job training) คือ การที่พนักงานหรือบุคลากรเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ และทักษะเดิมที่ดีอยู่แล้วในงานที่รับผิดชอบ (Learning to Skills and Perfect Old Ones) ซึ่งเท่ากับ

เป็นการลงทุนในผลิตภัณฑ์หรือบริการในอนาคตของพนักงาน โดย Becker แบ่งการฝึกอบรมในงาน เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 General Training คือ การฝึกอบรมที่มีลักษณะสำคัญช่วยสร้าง ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ขององค์กร หรือธุรกิจ หรือเรียกได้ว่า การฝึกอบรมทั่วไป

1.2 Specific Training คือ การฝึกอบรมที่จัดเพิ่มขึ้นภายใต้เงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ

2. วิธีการฝึกอบรมในหน่วยงานเฉพาะ คือการส่งบุคลากรหรือพนักงานไปฝึกอบรมในหน่วยงานเฉพาะที่ ทำหน้าที่หรือจัดการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการผลิตหรือบริการต่างๆ ซึ่งวิธีการดังกล่าวแตกต่างจากข้อ (1) On-the-job training คือการที่บริษัทหรือองค์กรจัดการฝึกอบรมให้เองโดย Becker ได้เน้นย้ำว่า On-the-job training และ Schooling สามารถใช้แทนกันได้โดยการพัฒนาทักษะที่จำเป็น สามารถที่จะพัฒนาได้จาก ประสบการณ์ โดยการฝึกอบรมในงาน และจากบางส่วนของการศึกษา และฝึกอบรมในหน่วยงานเฉพาะ สามารถยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของพนักงานได้ในลักษณะเดียวกัน

3. วิธีการลงทุนในข้อมูลที่ช่วยสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ คือการลงทุนในข้อมูลต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องในการช่วยสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น การลงทุนในข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนา ของพนักงาน คือ ข้อมูลความรู้ต่างๆ ที่ช่วยให้พนักงานมีความรู้และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปสร้างเป็น ความรู้แล้วสามารถพัฒนางานที่รับผิดชอบให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการส่งผลกลับในการลงทุนข้อมูล คือ พนักงานจะมีการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการได้มีคุณภาพที่สูงขึ้น

4. วิธีการปรับปรุงแก้ไขด้านสุขภาพร่างกาย และสภาวะอารมณ์ความรู้สึก คือ การที่องค์กรลงทุนด้าน สุขภาพร่างกาย และสภาวะอารมณ์ความรู้สึกของพนักงานในองค์กรโดยมีการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขปัญหา สุขภาพอนามัยให้พนักงานมีสุขภาพกาย และใจที่แข็งแรงสมบูรณ์ พร้อมใน การปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ซึ่งการ ลงทุนดังกล่าวจะมีผลสะท้อนกลับทางอ้อมในการสร้างและพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การที่อัตราการ เสียชีวิตของพนักงานจากโรคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถคาดเดาได้ว่าองค์กร จะต้องสูญเสียต้นทุนในการ ลงทุน เช่น ค่าจ้างและการพัฒนาพนักงานในองค์กร ทั้งในรูปแบบที่องค์กรจัดการพัฒนาเอง และที่องค์กรส่ง พนักงานไปพัฒนายังหน่วยงานเฉพาะโดยเปล่า ประโยชน์หรือไม่คุ้มค่า ซึ่งทำให้มีการลงทุนเพิ่มขึ้น

พิชิต เทพวรรณ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การพัฒนา องค์กรประกอบที่มีอยู่ในทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และ ความเชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถวัดในรูปของผลตอบแทนเช่นเดียวกับสินทรัพย์ หรือทุนประเภทอื่นๆ และสามารถ ทำให้องค์กรมีความโดดเด่นและแข่งขันได้

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง กระบวนการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของบุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตให้สูงขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์กร ขณะเดียวกันบุคลากรก็มีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพด้วย

ศศิวิมล แสงสุวรรณ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นมาพร้อมกับบุคคลนั้น หรือต้องเสริมสร้าง ด้วยการศึกษา ฝึกอบรม ค้นคว้าข้อมูลความรู้ เพิ่มเติมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมุ่งให้เกิดการเรียนรู้และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การปฏิบัติงานไปตามมาตรฐานของงานนั้นๆ เพื่อบรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งขององค์กรและ บุคลากร สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การพัฒนาความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากร โดยเป็นการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และทัศนคติ จากการศึกษาหรืออบรมเพิ่มเติม ในสาขาที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายในองค์กรตามที่วางไว้

2.1.2 ความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์

กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเทคโนโลยี ทำให้การดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน ต่างเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น องค์กรจึงต้องแสวงหาแนวทางหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการ ซึ่งในอดีตองค์กรต่างๆ มักให้ความสำคัญกับการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและเงินทุน แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีนั้นสามารถลอกเลียนแบบ และดัดแปลงพัฒนาได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว ส่วนด้านเงินทุนก็สามารถแสวงหาหรือระดมทุน ด้วยเครื่องมือทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ได้โดยไม่ยาก (อริสา สำรอง, 2552) องค์กรจึงต้องมีการเตรียมการป้องกัน หาแนวทาง ตลอดจนปรับตัว เพื่อสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยกลยุทธ์ที่องค์กรอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยผลจากการเปลี่ยนแปลงและความจำเป็น ที่จะต้องปรับตัวขององค์กร ทำให้แนวคิดด้านการจัดการกลยุทธ์ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรมากขึ้น โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์จะใช้เป็นแนวทาง ให้องค์กรมีวิธีการปฏิบัติงานและก้าวไปในทิศทางที่เหมาะสม ด้วยการมีวิสัยทัศน์ ภารกิจ และ เป้าหมายที่ชัดเจน (พิชิต เทพวรรณ, 2554) ซึ่งในการพัฒนาให้องค์กรมีความก้าวหน้าและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรตามหลัก 4M อันได้แก่ เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) วิธีการ (Method) และบุคลากร (Man) แต่สิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าต่อไปได้ คือบุคลากร ที่มีทักษะ ความสามารถ และศักยภาพ เนื่องจากเป็นผู้ใช้ทรัพยากรทั้งหลายที่มีในองค์กร สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ ตอบสนองต่อ ความ

ต้องการของลูกค้าที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ (พัฒนา มรกตสินธุ์, 2552) จึงสามารถกล่าวได้ว่า องค์ประกอบที่มีอยู่ในตัวบุคลากรขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญ ที่นำองค์การไปสู่ความสำเร็จ ในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ของงานในองค์การให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (สุรัชย์ พรหมพันธุ์, 2554) ดังนั้น องค์การจึงควรส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีการพัฒนาบุคลากร เพื่อสร้างทุนมนุษย์ที่พร้อมด้วย ทักษะ ความสามารถ และศักยภาพในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นในองค์การอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และคงไว้ซึ่งศักยภาพทางการแข่งขันในระยะยาวขององค์การต่อไป

จากการศึกษาความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ สามารถสรุปได้ว่า องค์การต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ หรือแนวทางใหม่ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากร ให้มีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานของตนเองและปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น จะทำให้บุคลากรมีความมั่นใจในตนเอง พร้อมรับมือกับความรับผิดชอบใหม่ๆ ที่ได้รับมอบหมาย เป็นการเพิ่มคุณภาพและผลิตภาพขององค์กร และช่วยลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน

2.1.3 องค์ประกอบของการพัฒนาทุนมนุษย์

องค์กรต่างๆต้องการที่จะดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรในทุกด้าน ซึ่งการที่องค์กรจะบรรลุ วัตถุประสงค์เหล่านั้นได้ จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ โดย องค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ (พิชิต เทพวรรณ, 2554) มีดังต่อไปนี้

- 1) การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดแบบถาวร ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานหรือประสบการณ์
- 2) การฝึกอบรม เป็นแผนการและระบบการปรับปรุงพฤติกรรม ซึ่งผ่านการเรียนรู้ หรือเป็นโปรแกรม หรือ รายการที่บุคคลสามารถพัฒนาไปในแต่ละระดับความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่จะ พัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) การพัฒนา เป็นการเจริญเติบโตหรือการตระหนักถึง ความสามารถและศักยภาพที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล โดยผ่านการเรียนรู้และได้ประสบการณ์ จากการเรียนรู้
- 4) การศึกษา เป็นพัฒนาการของการเรียนรู้ที่เป็นที่นิยม และ ความเข้าใจที่เป็นความต้องการในการดำเนิน ชีวิต ซึ่งต่างกับความรู้และทักษะที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกิจกรรมในการดำเนินชีวิตเพียงอย่างเดียว

จากการศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาทุนมนุษย์ สามารถสรุปได้ว่า องค์การจะต้องมีองค์ประกอบในการ พัฒนาทุนมนุษย์จากการเรียนรู้ การฝึกอบรม การพัฒนา และการศึกษา ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้ บุคลากรมีการพัฒนาทักษะและสมรรถนะในวิชาชีพ

2.2 แนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการ

ความหมายของการบริการ มีผู้ให้ความหมาย ของคำว่าบริการไว้หลายความหมาย ดังนี้
 วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ หรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันที

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่ง เสนอให้กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ และไม่ทำให้เกิดมีความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถ ตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีก ฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำหรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไป ครอบครองได้

Kotler (2010) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใด ๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถ นำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมี 7 เป้าหมาย และความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวม กับสินค้า

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับ อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถ จับต้องได้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความ คาดหวังหรือไม่คาดหวังของสินค้าหรือการบริการนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

2.2.1 ความหมายของความคาดหวัง

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคาดหวัง พบว่าได้มีผู้ศึกษาและให้ความหมายคำว่า ความคาดหวัง ดังนี้

ณรงค์ ทรวงโพธิ์ (2552) ได้ให้ความหมายความคาดหวังไว้ว่า เป็นความปรารถนาที่บุคคลต้องการ ได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากประสบการณ์ที่เคยได้รับมาจากอดีต และถ้าหากต่อมาได้รับสิ่งที่ต้องการจริง ก็จะเป็นความรู้สึกพึงพอใจ แต่กลับกันหากไม่ได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

สัจจา โสภ (2556) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่าคือ การคาดคะเนหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าโดยมีความรู้สึกและความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งระดับความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของ บุคคลนั้น ๆ ต่อสิ่งที่ต้องการ

จุฑาทิพย์ โพธิ์ลังกา (2557) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวังเป็นลักษณะทางจิตวิทยา โดยรวมทั้งแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติ และค่านิยมไว้ด้วย ซึ่งไม่ได้จำเพาะเจาะจงการกระทำเพียงอย่างเดียว และความคาดหวังเกิดจากความคิดหรือการคาดการณ์ล่วงหน้าในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตัวบุคคลมีความต้องการ หรือเป็นความต้องการที่อยากได้บางอย่างจากบุคคลอื่น และความต้องการที่อยากให้บุคคลอื่นปฏิบัติบางอย่างให้กับตนเอง ซึ่งสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงอาจจะไม่ตรงกันเสมอไป

จากความหมายข้างต้น สรุปความหมายของความคาดหวังได้ว่า ความคาดหวังคือ ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวัง ความรู้สึก ความปรารถนานึกคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งที่ต้องการซึ่งเกิดจากความคิดไว้ล่วงหน้า เพื่อต้องการให้เกิดความสำเร็จและไปสู่เป้าหมาย ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล และความคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นอาจจะตรงกันหรือไม่ตรงกันก็ได้ หากความคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นตรงกันก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ตรงกันก็จะเกิดเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

2.1.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

น้ำฝน ลูกคำ (2555) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเปรียบเสมือนตัวกำหนดพฤติกรรมและความเป็นไปในอนาคตของบุคคล โดยจากการที่บุคคลนั้น ๆ ได้ตั้งความคาดหวังไว้ย่อมอยากจะได้ในสิ่งที่ตนปรารถนาไว้ โดยได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ที่ตัวบุคคลนั้นเคยประสบพบเจอมาหรือจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งความคาดหวังที่กล่าวมาข้างต้นรวมไปถึงความคาดหวัง และความต้องการจากตัวบุคคลอื่นด้วย

ธนัทศน์ ธนีสันต์ (2557) ความคาดหวังคือการใช้ประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้พบเจอมาก่อน หรือข้อมูลที่เคยได้รับมา ผ่านกระบวนการความคิดและการคาดหมายเหตุการณ์ และเกิดเป็นความปรารถนาขึ้นในตัวบุคคลต่อสิ่งที่ต้องการให้มันเกิดขึ้นในอนาคต

ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ (2559) ทฤษฎีความคาดหวังจะเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลในการตั้งความคาดหวังและแสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อให้สำเร็จไปสู่สิ่งที่ต้องการ ซึ่งตัวบุคคลนั้นจะต้องสามารถกำหนดและเข้าใจผลที่ต้องการ และโอกาสที่จะได้ในสิ่งที่ต้องการ

ทฤษฎีความคาดหวังได้ว่าเป็น แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคลที่มีความต้องการ ความรู้สึกเป็นของตัวเอง โดยทุกคนต่างก็มีเป้าหมายให้กับตัวเอง และแสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ โดยความคาดหวังนั้นได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลและสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งความคาดหวังอาจจะประสบความสำเร็จตามที่คิดเอาไว้หรือไม่ก็ได้

2.1.3 ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

2.1.3.1 กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมความคาดหวัง และการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลมักจะแตกต่างกัน

2.1.3.2 ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้น ๆ กล่าวได้ว่า ถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความคาดหวังในการทำงาน

ในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามจะกำหนดความคาดหวังลงมากี่เพื่อป้องกัน มิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลว

2.1.3.3 ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิด และการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยสิ่งนั้น ๆ จะเป็นการประเมินค่าโดยมีมาตรฐานของตนเอง เป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ ประสบการณ์ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้น ๆ แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของมนุษย์นั้นเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลได้รับจากความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปตามความรู้ ประสบการณ์ และความต้องการของแต่ละบุคคล ก่อนจะตัดสินใจ

ปัจจัยกำหนดความคาดหวังได้ว่า ปัจจัยกำหนดความคาดหวังเกิดจากระดับของความคิดที่เกิดจากตัวบุคคลไปสู่แรงจูงใจ โดยปัจจัยกำหนดความคาดหวังขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมความคาดหวัง จึงทำให้การแสดงออกมีความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้น ๆ หรือขึ้นอยู่กับ การประเมินความเป็นไปได้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการการรับรู้

2.1.4.1 ความหมายของการรับรู้

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการรับรู้ พบว่าได้มีผู้ศึกษาและให้ความหมายคำว่า การรับรู้ ดังนี้
 นิตยา สุภรณ์ (2552) ได้ให้ความหมายการรับรู้ ไว้ว่าคือ การตีความของตัวบุคคลจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามา ซึ่งผ่านกระบวนการความรู้สึกและตีความหมาย โดยใช้ความจำ ความรู้ และประสบการณ์ที่มีอยู่มาวิเคราะห์ออกเป็นความรู้ความเข้าใจ

ปิยะนันท์ บุญโยไทย (2556) ให้ความหมายการรับรู้ไว้ว่าคือ กระบวนการตีความหมายหรือแปลความหมายจากสิ่งเร้าโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้ยิน ได้กลิ่น ได้ชิม ได้เห็น และได้สัมผัสทางผิวหนัง แล้วจึงแสดงออกถึงความรู้สึก ความรู้ และความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อไป

รุ่งทิพา จินดาศรี (2557) ให้ความหมายการรับรู้ไว้ว่า เป็นวิธีการที่แต่ละบุคคลทำความเข้าใจในสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลโดยการผ่านกระบวนการแปลความหมายจากการจัดระเบียบข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะ เป็นปัจจัยอิทธิพลการรับรู้หรือกระบวนการรับรู้ ซึ่งในแต่ละบุคคลนั้นไม่เหมือนกัน ทำให้การรับรู้จึงมีความแตกต่างกันถึงแม้จะเจอสิ่งเร้าสิ่งเดียวกันก็ตาม

สรุปความหมายการรับรู้ได้ว่า เป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านการสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้ยิน ได้กลิ่น ได้ชิม ได้เห็น และได้สัมผัสทางผิวหนัง เพื่อสร้างภาพในสมอง และมีการตีความหมายโดยจะอยู่ในสภาวะความรู้สึก ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลเลือกจะรับรู้ และทำให้การรับรู้เป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกพฤติกรรมตอบโต้ออกมาที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

2.1.4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการการรับรู้

สิริอร วิชชาวุธ (2553) การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการ 2 กระบวนการคือการรู้สึกเป็นกระบวนการแรก โดยผ่านประสาทรู้สึกอยู่ คือหูเพื่อได้ยินเสียง ตาเพื่อได้เห็น จมูกเพื่อได้กลิ่น ลิ้นเพื่อได้รสและผิวหนังเพื่อสัมผัส โดยสิ่งเร้าจะผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วจะส่งต่อไปยังสมองเพื่อตีความ ซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 ถือเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามา ดังนั้นเฉพาะกระบวนการรู้สึกเพียงอย่างเดียวยังไม่สามารถบอกได้ว่าสิ่งเร้าเหล่านั้นคืออะไร แล้วต่อกับกระบวนการการรับรู้ซึ่งกระบวนการทางความคิดที่ทำให้บุคคลเห็นภาพที่ปรากฏต่อตนเองจะตรงกับความเป็นจริงและอาจแตกต่างกันไปจากความเป็นจริง มนุษย์ต้องมีการตัดสินใจก่อนที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งเสมอ ในการตัดสินใจมนุษย์ต้องอาศัยข้อมูลที่ตนได้รับจากแหล่งต่าง ๆ และอาศัยกระบวนการรู้สึกเก็บข้อมูลของสิ่งเร้าส่งไปยังสมองและเข้าสู่กระบวนการการรับรู้โดยจะเปรียบเทียบในอดีตที่สะสมในความทรงจำ และจะมีการตีความว่าข้อมูลที่ได้รับคืออะไร จากนั้นจึงตัดสินใจว่าจะมีพฤติกรรมอะไรและคอยดูแลและรับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลของการกระทำนั้น ๆ

กิริติ บันดาลสิน (2558) การรับรู้คือสิ่งที่บุคคลได้สัมผัสแล้วนำไปตีความหมายเป็นความรู้สึก ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ ข่าวสาร หรือสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ในการรับรู้ หากตัวบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีกับสิ่งที่ได้รับรู้ ก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจ

ชญาดา ทรัพย์เกิด (2558) ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้ ประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมภายนอก การเจอกับการได้รับสิ่งเร้า การคัดเลือกสิ่งเร้า การจัดระเบียบ และการแปลความหมาย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ประกอบขึ้นมาในกระบวนการรับรู้

ศศิกานต์ ศิริมา (2558) องค์ประกอบของการรับรู้ ประกอบด้วย

- สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการรับรู้ อาทิ เหตุการณ์ สถานการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ทั้งคน สัตว์ และสิ่งของ
- ประสาทสัมผัส (Sense organs) ทำให้เกิดเป็นความรู้สึกสัมผัส ประกอบด้วย ตา ใ่วดู หู ใ่วฟัง จมูก ใ่วกลิ่น ลิ้น ใ่วรส และผิวหนัง ใ่วสัมผัส
- ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส
- การตีความหมายของสิ่งที่ตัวบุคคลได้สัมผัส เป็นส่วนหนึ่งในความทรงจำในสมอง ในสิ่งที่พบเห็นมา จากนั้นสมองจะทำการทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้าคืออะไร

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้สรุปได้ว่า การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม โดยผ่านกระบวนการคือ ความรู้สึกและการรับรู้ และเป็นส่วนที่สำคัญพื้นฐานในการที่แต่ละบุคคลจะแสดงพฤติกรรมออกมารับกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ ข่าวสาร หรือสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่รับมาจากประสาทสัมผัส และผ่านไปสู่การตีความหมาย โดยใช้ประสบการณ์หรือความรู้เดิมเป็นส่วนประกอบในการตีความหมาย และเกิดเป็นการรับรู้ ซึ่งการรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นจะมีความแตกต่างกันออกไป

2.2. เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ

ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้นนับว่าได้แก่ผลงานของพาราซูรามาน ซีแธมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้พยายามหาความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม

ผลงานความคิดและการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ของซีแธมล์ พาราซูรามานและคณะ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1985; 1990) มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการ ที่ได้แบ่งระยะของการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ โดยระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพในการให้บริการ ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพในการให้บริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาปรับปรุงได้เป็นเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพในการให้บริการตามการรับรู้ และความคาดหวังของผู้รับบริการ ระยะที่ 3 ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะเวลาที่ 2 แต่มุ่งขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์การต่างๆ มากขึ้น มีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มต้นด้วยการวิจัยในสำนักงาน 89 แห่ง ของ 5 บริษัทชั้นนำในการบริการ แล้วนำงานมาวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษาร่วมกันโดยการทำสัมมนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหารและท้ายสุดได้ทำการวิจัยสำรวจในทุก ๆ กลุ่ม ต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจบริการ 6 ประเภท ได้แก่ งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย และระยะที่ 4 เป็นมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริการโดยเฉพาะ

งานวิจัย ของนักวิชาการทั้งสามท่านนี้ นับได้ว่ามีชื่อเสียงและเป็นพื้นฐานแนวคิดของการศึกษาในเรื่องการตลาดบริการ (service marketing)

ข้อสรุปทั่วไปจากงานวิจัยข้างต้น ซีแธมล์ พาราซูรามานและคณะ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (dimension of service quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550: 75)

ตัวแปรหลัก 10 ตัวแปรที่ซีแธมล์ พาราซูรามานและคณะที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการ สามารถสรุปได้ในตารางด้านล่าง ก่อนที่จะมีการปรับปรุงให้คงเหลือเพียง 5 ตัวแปรหลักและได้ให้ความหมายของมิติหรือมุมมองของคุณภาพการให้บริการไว้กล่าวคือ

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริ่งใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหาต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (understanding of customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์การหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์การหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990: 28; Lovelock, 1996: 464-466) ประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและ

สัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การบริการหรือการดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อเป็นการดำเนินความสะดวกให้แก่ผู้อื่น ซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้ และสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งหลักการให้บริการประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางไปสู่สถานที่แปลกใหม่โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น เพื่อความสนุกสนานและเพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม เพื่อการกีฬา เพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา หรือเหตุผลใดๆ ก็ตาม ซึ่งการเดินทางที่เพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยว เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดพัฒนาการของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในชุมชนต่างๆ การเข้าใจถึงนิยาม และลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง จะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ถูกต้องดังนั้น จึงได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว ลักษณะของธุรกิจการท่องเที่ยว องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) คือ กิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ที่ก่อให้เกิดการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น และหาความรู้

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2551) ได้จัดการประชุมขึ้นในปี พ.ศ.2506 เพื่อกำหนดนิยามให้ชัดเจน ให้ประเทศสมาชิกได้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เพื่อนำไปใช้รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหาร และการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ จากการประชุมดังกล่าว ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

- 1) การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำ ไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
- 2) ผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ เพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
- 3) จะต้องเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง หากพิจารณาจากกระบวนการต่างๆ ของการท่องเที่ยว จะพบว่ามีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หากอธิบายความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวให้ครอบคลุม จะต้องพิจารณา 4 ประเด็น (ธนภฤต สังข์เฉย, 2550) ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือน
- 2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 3) หน่วยงานภาครัฐบาล หมายถึง องค์กรของรัฐบาลที่มีหน้าที่กำกับดูแลการท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐบาลวางไว้
- 4) ประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการต้อนรับ เป็นเจ้าบ้านที่ดี และเป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่ใดที่หนึ่ง ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีความสมัครใจ และเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดประสงค์หนึ่ง โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพ และในการเดินทางนั้นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ หน่วยงานภาครัฐบาล และประชาชนในท้องถิ่น

ส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) (นิศา ชัชกุล, 2550) ให้ความหมายว่า หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่รวมธุรกิจหลายประเภทเข้าด้วยกัน ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดการ การควบคุม และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จี และคณะ (Gee, Choy and Makes, 2527: 14 อ้างถึงใน นิศา ชัชกุล, 2550: 5) ที่ได้มีความเห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น จะต้องประกอบไปด้วยธุรกิจหลายภาคส่วน โดยได้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรมและที่พัก การขนส่งภาคพื้นดิน บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคาร และร้านอาหารปลีกต่างๆ
- 2) ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวหรือมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการต่างๆ เช่น บริษัทจัดนำเที่ยว หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนำเที่ยว บุคลากร ฝ่ายบริหารในธุรกิจโรงแรม และบริษัทที่ทำการวิจัยหรือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับวิชาการท่องเที่ยวอื่นๆ
- 3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชนซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับวิชาการท่องเที่ยวอื่นๆ

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า การที่จะขับเคลื่อนธุรกิจให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีการเคลื่อนตัวไปข้างหน้า นั้น จะต้องพึ่งพองค์ประกอบอื่นๆ 6 ประการ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้ค้างคืน
- 2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากน้ำมือมนุษย์หรือจากที่ธรรมชาติให้มา
- 3) โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม ความปลอดภัย ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้

- โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา ตลอดจนได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น
- 4) องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกๆ รูปแบบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลและมีหวังไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณีและคุณภาพชีวิตของชุมชน
 - 5) องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และติดใจเดินทางกลับมาเที่ยวอีก
 - 6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีส่วนสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

และนอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบภายนอกอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจของไทยในต่างประเทศ สมาคม/ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงานภาคธุรกิจเอกชนในต่างประเทศและนักธุรกิจ สถาบันกีฬา การบันเทิงและนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย เป็นต้น

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่ง ที่ประกอบไปด้วยธุรกิจ 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรมและที่พัก การขนส่งภาคพื้นดิน บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคาร และร้านอาหารปลีกต่างๆ
- 2) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับวิชาการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย

การท่องเที่ยวนำมาซึ่งประโยชน์ต่อประเทศหลายประการ เช่น เป็นการเพิ่มรายได้ประชาชาติ มีผลต่อการเพิ่มภาษี ช่วยแก้ไขปัญหาดุลการชำระเงิน บังเกิดผลต่อการสร้างงานและการกระจายรายได้อย่างกว้างขวางสู่ชุมชน ซึ่งจะเป็นผลทวีคูณตามหลักเศรษฐศาสตร์ จึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคมโลก (ศรีธัญญา วรากุลวิทย์, 2551) ดังต่อไปนี้

- 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ
- 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
- 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ
- 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น

- 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดี
- 7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม
- 8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นตัวสินค้าที่ระลึก
- 9) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือประเทศเกิดความรัก ความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศ
- 10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- 11) ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของราณี อิลิชัยกุล และคณะ (ราณี อิลิชัยกุล และคณะ, 2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและกลายเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการมากมาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่นการสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ การกระจายรายได้ การสร้างงานและอาชีพ การกระตุ้นการผลิตของประเทศ เป็นต้น
- 2) การท่องเที่ยวมีความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสได้เข้าไปสัมผัส เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งอาจจะแตกต่างจากชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน และมีผลดีต่อประเทศ เช่น ยกกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในท้องถิ่น การสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น การเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น การฟื้นฟู และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างความสัมพันธ์ด้านการเมืองระหว่างประเทศ และการสร้างสันติภาพให้แก่อีกโลก
- 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ใช้วัตถุดิบในการผลิต แต่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีการสร้างกระแสการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ผู้อยู่ในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จึงอาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศ ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม การที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ จะสามารถขับเคลื่อนและเติบโตอย่างรวดเร็วนั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น ตัวนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ แหล่ง

ท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว องค์การภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกๆ รูปแบบ องค์การภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และเจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ร่วมมือกัน จึงจะสามารถนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากขาดความร่วมมือ จากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะไม่สมบูรณ์

2.4 บริบทด้านพื้นที่ชุมชนเกาะมุก จังหวัดตรัง

ชุมชนเกาะมุก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอุทยานแห่งชาติเจ้าไหม ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลเกาะลิบง ห่างจากท่าเรือควนตุงกูประมาณ 9 กม. เป็นเกาะที่มีความใหญ่เป็นอันดับ 3 ของจังหวัดตรัง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นโคกผาสูงหันหน้าออกสู่ทะเลทางด้านทิศตะวันตก เป็นที่อาศัยของนกนางแอ่น มีหมู่บ้านประมงอยู่ทางฝั่งตะวันออกของเกาะ ซึ่งเป็นแหลม พื้นที่ราบหันหน้าเข้าหาแผ่นดินใหญ่ มีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 1500 คน เป็นมุสลิมประมาณร้อยละ 80 อาชีพหลักของคนบนเกาะ ได้แก่ ประมงพื้นบ้าน โดยเฉพาะลอบหมึก ที่เกาะมุกยังมีการดำหาหอยมุกกันบ้าง บนเกาะมีเส้นทางเดินลัดเลาะไปตามบ้านเรือน สามารถเดินชมวิถีชาวเกาะมุกได้เกือบรอบเกาะ

จุดเด่น มีถ้ำมรกตที่มีความสวยงามติดอันดับโลกอยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ ซึ่งถ้ำมรกตแห่งนี้ถือเป็นอัญมณีแห่งท้องทะเลตรัง ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด รวมไปถึงชายหาดทางทิศตะวันตก ที่มีรีสอร์ตไว้บริการท่าน

การเดินทาง สำหรับท่านที่จะเดินทางมาที่เกาะแห่งนี้ ท่านสามารถใช้ท่าเรือที่สะดวกได้คือ จากตัวเมืองตรังสู่ท่าเรือปากเมง จากท่าเรือปากเมงต้องเช่าเหมาเรือไปเอง เรือจะใช้ท่าเรือควนตุงกู ก็ได้ มีเรือโดยสารไปยังเกาะมุกที่คอยให้บริการท่านอยู่ที่ท่าเรือ หรือท่านจะเหมาเรือหางยาวไปยังเกาะมุกเองก็ได้ ฤดูกาลที่เหมาะสม ได้ทุกฤดู เพราะอยู่ใกล้ฝั่งเช่นเดียวกับเกาะลิบง แต่การเดินทางสู่แหล่งอื่นๆ ของทะเลตรัง ควรตรวจสอบอากาศให้ดี เวลาที่เหมาะสมที่สุดคือ เดือน ธ.ค.-พ.ค. ก่อนเดินทางควรเช็คสภาพอากาศทุกครั้ง เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย

สิ่งอำนวยความสะดวก บนเกาะมีเส้นทางเชื่อมต่อถึงกันเกือบรอบเกาะ ส่วนใหญ่ใช้วิธีเดินเท้า จักรยานและมอเตอร์ไซค์ มีร้านค้าขายของชำ ร้านอาหารท้องถิ่น มีตลาดนัดที่ทำเรืออ่าวพังงาทุกวันพุธ ยังไม่มีโทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ได้บางจุด (ทะเลตรังดอทคอม, 2561)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชจรียา ไบลี (2558) การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 4 จังหวัด คือ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และกาฬสินธุ์ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ปัญหา และศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว 2) เพื่อพัฒนา ศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ส่วนวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มเป้าหมาย และการศึกษาดูงาน Best Practice ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ในด้านสภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ ต้องการให้รัฐบาลแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวใน ด้านการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ด้านท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ในด้านปัญหาของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ในด้านการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการ ท่องเที่ยว ได้มาตรฐานงานต้อนรับส่วนหน้าของกลุ่ม 4 จังหวัด ได้ตัวบ่งชี้มาตรฐานการพัฒนา บุคลากรด้านการโรงแรมให้เป็นไปตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพ ท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (MRA) ของกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในด้าน Hotel Services คือ Front office: receptionists และการไปศึกษาดูงาน Best Practice

ภัทรพร จิรมหาโกศา (2560) การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชาวอีสานล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของชาวอีสานล้านนา 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของชาวอีสานล้านนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาชุมชนชาวอีสานล้านนา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากเอกสารบทความวิชาการและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบ การสินค้าทางการเกษตร ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้อาวุโสท้องถิ่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ใน การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบกึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิง เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาวอีสาน ล้านนา ได้แก่ 1) การแบ่งปันข้อมูล 2) การกระจายรายได้ และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 3) การทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของทรัพยากรและเข้ามามีส่วนร่วมในการ

พัฒนา 4) การส่งเสริมให้ระบบการจัดการเพื่อให้ เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนโดยใช้ กิจกรรมการท่องเที่ยว 5) การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน

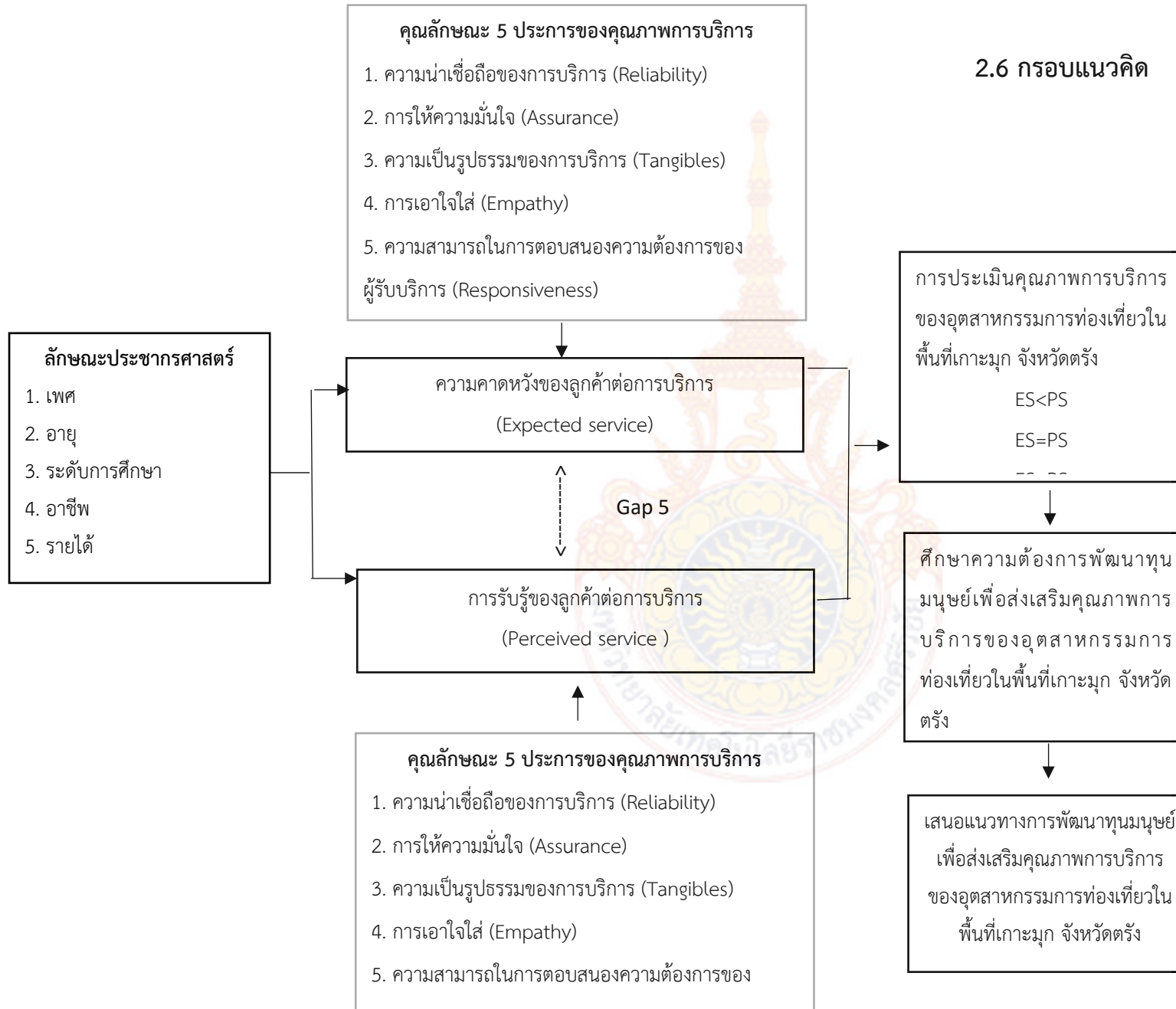
วิชชุตา มาชู (2560) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ เกาะพะงัน ศึกษาความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงันและ เสนอแนะแผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed-method) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) และการ สสำรวจ (Survey) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคธุรกิจและแรงงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจำนวน 316 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างจากภาคท้องถิ่นจำนวน 26 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม ทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะพะงันทั้งโดยตรง และโดย อ้อมแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มธุรกิจ และแรงงาน กลุ่มคนท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่ม เยาวชน ปัญหาที่เกี่ยวข้องจึงแตกต่างกันตามประเภทของ กลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ ทั้งนี้ในภาพรวมเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในการทำงานยั่งยืน

มาฆะ ชิตตะสังคะ (2562) การเสริมสร้างสมรรถนะของทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบริเวณ พื้นที่ ภาคเหนือตอนบนจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ สภาพการณ์ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพบริเวณพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมเน้นวัฒนธรรมล้านนา และการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยศึกษาทักษะและ มาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การก าหนดยุทธศาสตร์การเสริมสร้างทุนมนุษย์ของ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและเสนอแนะนโยบายการวางแผนสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่ม ตามแผนการรวมกลุ่ม สาขาท่องเที่ยวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การค าเนินการศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ก าหนดนโยบาย นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือ ตอนบน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน แพร่ น่าน ล าปาง ล าพูน และพะเยา กลุ่มตัวอย่างที่ท การ คัดเลือกเป็นตัวแทนอัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา จ าแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่วัฒนธรรมทางกายภาพ และ วัฒนธรรมบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 32 แหล่งท่องเที่ยว สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ mean standard deviation และ Delphi Technique ในการวิเคราะห์เกณฑ์มาตรฐานและคุณภาพที่ ประเมินโดยผู้ ก าหนดนโยบาย นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาพบสมรรถนะค่อนข้างสูงทั้งประเภท วัฒนธรรมกายภาพ และวัฒนธรรมบน พื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาได้รับการประเมินมาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับดีมาก เป็นข้อบ่งชี้สามารถ รองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน อีกทั้งได้การเสริมสร้างทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่าย หน่วยงานในทุกกระดับ การก าหนดกลยุทธ์การเสริมสร้างทุนมนุษย์ของบุคลากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ต้อง

มีการจัดระบบ ในทุกภาคส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสามารถรวมตัวเสนอ กลไกการปรับโครงสร้างองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวในการเสนอเชิงนโยบายระดับชาติในด้านการวางแผนสร้าง มูลค่าและคุณค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว และการวางระบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมประสานเครือข่าย ระหว่างประเทศของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



2.6 กรอบแนวคิด



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารควบคู่กับการศึกษารายกรณีตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามประเด็นการวิจัย และนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์สังเคราะห์ เสนอผลการวิจัย ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 สถานที่ทำการเก็บข้อมูล พื้นที่ชุมชนเกาะมุก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย ขั้นตอนแรกสำรวจพื้นที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดพื้นที่เพื่อทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เพื่อที่จะหาแนวทางวิจัยที่เหมาะสมในพื้นที่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพื้นฐานด้านกายภาพ

3.3 ประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ในปี พ.ศ.2562 จำนวน 1,601,112 คน (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาตรัง,2563)

3.4 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยมีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967) ที่มีค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 400 คน

สูตร

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าสูตรข้างต้น ด้วยขนาดประชากร 1,601,112 คน ขนาดที่ได้รับจากการคำนวณเท่ากับ

$$\text{เมื่อแทนค่า} \quad n = \frac{1,601,112}{1+(1,601,112)(0.05^2)}$$

$$n = \frac{1,601,112}{1+(1,601,112*0.0025)}$$

$$n = \frac{1,601,112}{4,002.7} = 400 \text{ คน}$$

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

N คือ ขนาดประชากร 1,601,112 คน

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

3.4.1 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังปี พ.ศ. 2560-2563

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ปีพ.ศ. 2560-2563

ปี พ.ศ.	จำนวน (คน)
2560	1,395,921
2561	1,459,416
2562	1,488,956
2563	1,601,112

ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาตรัง (2563)

3.5 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะมุก จังหวัดตรัง จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านชุมชนเกาะมุก จำนวน 1 คน ประธานชมรมวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนเกาะมุก จำนวน 1 คน สมาชิกชมรมวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนเกาะมุก จำนวน 5 คน และตัวแทนผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในชุมชนเกาะมุก จำนวน 3 คน

3.6 กลุ่มตัวอย่างในการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการจัดประชุมกลุ่มย่อย ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากประสบการณ์การให้บริการนักท่องเที่ยวในชุมชนเกาะมุก จังหวัดตรัง จำนวน 20 คน ได้แก่ พนักงานโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในชุมชนเกาะมุก จำนวน 5 คน พนักงานบริษัทนำเที่ยวในชุมชน จำนวน 5 คน พนักงานร้านอาหาร จำนวน 5 คน และตัวแทนพนักงานบริษัทรถเช่า (มอเตอร์ไซด์) และตัวแทนผู้ให้บริการเรือนำเที่ยว จำนวน 5 คน

3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ดังนี้

ชุดที่ 1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดคุณภาพบริการแบบ Servqual Model ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพการบริการ คือ ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังทางด้านการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีลักษณะคำถามเป็นปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

ระดับความคาดหวัง	ค่าประเมิน
ความคาดหวังมากที่สุด	5
ความคาดหวังมาก	4
ความคาดหวัง	3
ความคาดหวังน้อย	2
ความคาดหวังน้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านทางด้านการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีลักษณะคำถามเป็นปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

ระดับการรับรู้	ค่าประเมิน
รับรู้มากที่สุด	5
รับรู้มาก	4
รับรู้	3
รับรู้เล็กน้อย	2
รับรู้最少ที่สุด	1

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ทางด้านทางด้านการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก

3.8 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัยครั้งนี้ โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องข้องแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิงานวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบโครงสร้าง คำถามการใช้ภาษา และความครอบคลุมในเนื้อหาสาระแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุมและให้คำแนะนำสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) ได้ค่าสอดคล้องเท่ากับ 0.91

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

5. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด บริเวณพื้นที่จังหวัดตรัง หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาร์ค (Cronbach, 1974) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.88

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาตรวจสอบปรับปรุงอีกครั้งแล้วนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในการวิจัยครั้งนี้

3.9 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง จำนวน 400 คน เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์

3.10 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเกาะมุก จังหวัดตรัง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังทางด้านการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยมาตราส่วนประมาณค่าของคะแนนที่ได้ตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความคาดหวังมากที่สุด

- ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังน้อย
 ค่าเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามรายการในแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากระดับมาตรฐาน 5 ระดับ (Likert Scale) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับการรับรู้มากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับการรับรู้มาก
 ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับการรับรู้ปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับการรับรู้
 ค่าเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง มีระดับการรับรู้

ผู้วิจัยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่

1. ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

2. ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติที่นิยมใช้กันมาก โดยเป็นการเปรียบเทียบความถี่ หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 จะหาค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบได้

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจายที่นิยมใช้กันมาก เขียนแทนด้วย S.D. หรือ S

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{N - 1}}$$

หรือ

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N - 1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	\bar{X}	แทน	ค่าคะแนน
	N	แทน	จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม
	\sum	แทน	ผลรวม

การเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เกณฑ์การวัดคุณภาพด้านความปลอดภัยประยุกต์จากการวัดคุณภาพการบริการของพาราสุรามันเซทแฮล์ม และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithamal & Berry, 1990) ดังนี้

คะแนนความคาดหวัง ลบ คะแนนการรับรู้ ผลลัพธ์เป็นบวก หมายถึง มีคุณภาพด้านความปลอดภัยสูงหรือประทับใจในคุณภาพด้านความปลอดภัย

คะแนนความคาดหวัง ลบ คะแนนการรับรู้ ผลลัพธ์เป็นศูนย์ หมายถึง มีคุณภาพด้านความปลอดภัยปานกลางหรือพอใจในคุณภาพด้านความปลอดภัย

คะแนนความคาดหวัง ลบ คะแนนการรับรู้ ผลลัพธ์เป็นลบ หมายถึง มีคุณภาพด้านความปลอดภัยต่ำ หรือไม่พอใจในคุณภาพด้านความปลอดภัย

ในเรื่องการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ จะใช้เกณฑ์การวัดคุณภาพ โดยการนำคะแนนความคาดหวังเป็นตัวตั้ง และลบด้วยคะแนนรับรู้ ($X_1 - X_2$) ดังนี้

คะแนน บวก หมายถึง มีแนวโน้มไปสู่ความไม่พึงพอใจ
คะแนน ลบ หมายถึง มีแนวโน้มไปสู่ความพึง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีข้อคำถามแบบปลายเปิด ดังนี้ 1. ปัญหาและอุปสรรคด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง 2. ความต้องการ

การพัฒนาต้นทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative) โดยการวิเคราะห์เอกสารควบคู่กับการศึกษารายกรณีตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามประเด็นการวิจัย การศึกษาในครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษามาวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

4.2 ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

4.3 การเสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

4.1 ผลการประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

4.1.1 ผลจากการสำรวจธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

จากการสำรวจข้อมูลจากการเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า มีธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 57 ธุรกิจ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยแบ่งเป็นธุรกิจที่พักแรม จำนวน 31 แห่ง ธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 8 แห่ง ธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 14 แห่ง ธุรกิจจักรยานยนต์ให้เช่าและธุรกิจร้านขายของที่ระลึก จำนวน 4 แห่ง

4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

N = 400

รายการ/ดัชนีการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	197	49.3
หญิง	203	50.7
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	19	4.8
31 – 40 ปี	200	50.0
41 – 50 ปี	149	37.3

รายการ/ดัชนีการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
51 – 60 ปี	32	8.0
สถานภาพสมรส		
โสด	105	26.3
สมรส	243	60.8
หม้าย	45	11.3
หย่าร้าง	7	1.8
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยม	18	4.5
มัธยมศึกษา	55	13.8
อนุปริญญา	45	11.3
ปริญญาตรี	240	60.0
ปริญญาโท	25	6.3
สูงกว่าปริญญาโท	17	4.3
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	15	3.8
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.0
ทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	273	68.3
ธุรกิจส่วนตัว	85	21.3
ว่างงาน/ตกงาน	7	1.8
รายได้		
ต่ำกว่า5,000	15	3.8
ตั้งแต่ 5,001 – 10,000	22	5.5
ตั้งแต่10,001 – 15,000	313	78.3
ตั้งแต่15,001 – 20,000	25	6.3
ตั้งแต่ 25,001ขึ้นไป	25	6.3

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.3

อายุ พบว่า มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.3

สถานะ พบว่า มีสถานะสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาเป็นสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 26.3

การศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา ร้อยละ 13.8

อาชีพ พบว่า มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจ ส่วนตัว ร้อยละ 21.3

รายได้ พบว่า มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมา คือ รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาท

4.1.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะมุก จังหวัดตรัง

ตาราง 4.2 ข้อมูลลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนและร้อยละของข้อความนอกจากมาเที่ยวแล้ว ท่านมีเหตุผลอื่นหรือไม่ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้

นอกจากมาเที่ยวแล้ว ท่านมีเหตุผลอื่นหรือไม่ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีเหตุผลอื่น	400	100.0
มีเหตุผลอื่น	0	0

จากตารางที่ 4.2 พบว่านักท่องเที่ยวมีเหตุผลหลักในการตั้งใจมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของข้อความท่านเคยได้ยินชื่อ รู้จัก หรือได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนหรือไม่

ท่านเคยได้ยินชื่อ รู้จัก หรือได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย		0
เคย	400	
-สื่อออนไลน์	180	45.0
-โทรทัศน์	0	0
-จากคนแนะนำ	120	30.0
-สื่อสิ่งพิมพ์	0	0
-บริษัทนำเที่ยว	100	25.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักหรือได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อน โดยทราบจากสื่อออนไลน์ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ร้องลงมา คือ รู้จักจากคนแนะนำ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และรู้จักจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของข้อความถามท่านเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างไร

ท่านเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างไร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	320	80.0
รถโดยสาร	50	13.0
รถเช่า	30	8.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ร้องลงมาเดินทางด้วยรถโดยสาร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และเดินทางด้วยรถเช่า น้อยที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของข้อความถามมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ในลักษณะใด

ท่านมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ ในลักษณะใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวแบบส่วนตัว	250	63.0
มาเป็นหมู่คณะ	100	60.0
มากับบริษัทนำเที่ยว	50	13.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ร้องลงมาเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดมาเป็นหมู่คณะ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวน้อยที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13

4.1.4 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพการบริการ คือ ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ประกอบไปด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคาดหวังการบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกาะมุก ตอนที่ 3 การรับรู้การบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกาะมุก และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
ความน่าเชื่อถือของการบริการ	4.04	0.86	มาก
การให้ความมั่นใจ	3.78	0.78	มาก
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.76	0.77	มาก
การเอาใจใส่	3.75	0.78	มาก
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.83	0.04	มาก
โดยรวม	3.79	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 (S.D. = 0.63) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.86) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 (S.D. = 0.04) ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.78) ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.77) และด้านการเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.75 (S.D. = 0.78)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	3.96	0.821	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่าง ถูกต้องและเข้าใจ	3.93	0.763	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการ	3.91	0.819	มาก
4. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.86	0.795	มาก
5. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีมีเหตุการณ์ฉุกเฉินได้	3.95	0.807	มาก
โดยรวม	3.92	0.024	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.024) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.21) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.795)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ	3.93	0.877	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร	3.87	0.781	มาก
3. มาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว	3.87	0.858	มาก
โดยรวม	3.89	0.051	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านความมั่นใจของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.051) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.877) ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.781) และด้านมาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.858)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว	3.96	0.821	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี	3.93	0.763	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคายุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	3.91	0.819	มาก
โดยรวม	3.92	0.024	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.024) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.821) รองลงมาด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.763) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคายุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 (S.D. = 0.819)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	3.86	0.795	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจํารายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้	3.95	0.807	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.89	0.780	มาก
โดยรวม	3.89	0.024	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านการเอาใจใส่ของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.024) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจํารายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้ มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 (S.D. = 0.807) รองลงมาด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.780) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.795)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที	3.84	0.769	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.79	0.773	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	3.82	0.003	มาก
โดยรวม	3.80	0.770	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D. = 0.770) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 (S.D. = 0.769) รองลงมา ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D. = 0.003) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 (S.D. = 0.773)

4.1.5 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ซึ่งคำถามจะครอบคลุมมิติทั้ง 5 ด้าน ที่ใช้กำหนดคุณภาพการบริการ คือ ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ประกอบไปด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคาดหวังการบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกาะมุก ตอนที่ 3 การรับรู้การบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกาะมุก และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
ความน่าเชื่อถือของการบริการ	3.86	0.973	มาก
การให้ความมั่นใจ	3.86	0.139	ปานกลาง
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.88	0.023	มาก
การเอาใจใส่	3.86	0.006	ปานกลาง
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.78	0.036	มาก
โดยรวม	3.84	0.864	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.864) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.023) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.973) ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.036) ด้านการเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.31 (S.D. = 0.006) และด้านความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ย 3.17 (S.D. = 0.139)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	3.89	0.214	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่าง ถูกต้องและเข้าใจ	3.71	0.880	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการ	3.86	0.814	มาก
4. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.62	0.744	มาก
5. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีมีเหตุการณ์ฉุกเฉินได้	3.88	0.816	มาก
โดยรวม	3.86	0.016	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.016) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.214) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.795)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ	3.89	0.176	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร	3.83	0.080	มาก
3. มาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว	3.80	0.778	มาก
โดยรวม	3.88	0.057	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความมั่นใจของการบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ด้านความมั่นใจของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.057) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.176) ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย 3.84 (S.D. = 0.080) และด้านมาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D. = 0.778)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว	3.90	0.522	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี	3.86	0.140	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคายุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	3.85	0.725	มาก
โดยรวม	3.88	0.016	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 (S.D. = 0.016) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.522) รองลงมาด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.140) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคายุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D. = 0.725)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	3.87	0.412	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจำรายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้	3.90	0.816	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.89	0.184	มาก
โดยรวม	3.86	0.633	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ด้านการเอาใจใส่ของการบริการอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.633) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจำรายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้ มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.816) รองลงมาด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.184) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.412)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	การแปลความหมาย
1. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที	3.81	0.669	มาก
2. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.79	0.014	มาก
3. พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	3.76	0.003	มาก
โดยรวม	3.78	0.652	มาก

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของการบริการ อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.652) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที มีค่าคะแนนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.669) รองลงมา ด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.014) และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าคะแนนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.773)

4.1.6 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
ความน่าเชื่อถือของการบริการ	3.92	3.86	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน
การให้ความมั่นใจ	3.89	3.88	0.01	การบริการไม่มีมาตรฐาน
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.92	3.88	0.04	การบริการไม่มีมาตรฐาน
การเอาใจใส่	3.92	3.86	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.80	3.78	0.02	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.89	3.85	0.04	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.18 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.04 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ

หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ และความเอาใจใส่ เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.06 และด้านความมั่นใจ เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานน้อยที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.01

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	3.96	3.89	0.07	การบริการไม่มีมาตรฐาน
2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่าง ถูกต้องและเข้าใจ	3.93	3.71	0.22	การบริการไม่มีมาตรฐาน
3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการ	3.91	3.86	0.05	การบริการไม่มีมาตรฐาน
4 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.86	3.62	0.24	การบริการไม่มีมาตรฐาน
5 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีมีเหตุการณ์ฉุกเฉินได้	3.95	3.88	0.07	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.92	3.86	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.19 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.06 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.24 และด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการเป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานน้อยที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.05

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการให้ความมั่นใจของการบริการ

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการให้ความมั่นใจของการบริการ	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ	3.90	3.89	0.01	การบริการไม่มีมาตรฐาน
2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร	3.84	3.83	0.01	การบริการไม่มีมาตรฐาน
3 มาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว	3.82	3.80	0.02	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.89	3.88	0.01	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.20 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.01 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ ด้านการให้ความมั่นใจของการบริการ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ

หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าคุณภาพการให้บริการด้านมาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.02

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว	3.96	3.90	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน
2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี	3.93	3.86	0.07	การบริการไม่มีมาตรฐาน
3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยรอยยิ้มและเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	3.91	3.85	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.92	3.88	0.04	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.21 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.04 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.07

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านการเอาใจใส่	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	3.96	3.87	0.09	การบริการไม่มีมาตรฐาน
2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจำรายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้	3.93	3.90	0.03	การบริการไม่มีมาตรฐาน
3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.91	3.89	0.02	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.92	3.86	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.22 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.06 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ ด้านการเอาใจใส่ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.09

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	ความคาดหวัง (X1)	การรับรู้ (X2)	ผลต่าง (X1-X2)	การแปลความหมาย
1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที	3.84	3.81	0.03	การบริการไม่มีมาตรฐาน
2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.79	3.75	0.04	การบริการไม่มีมาตรฐาน
3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	3.82	3.76	0.06	การบริการไม่มีมาตรฐาน
โดยรวม	3.80	3.78	0.02	การบริการไม่มีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.23 ในภาพรวม พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.02 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานบริการ ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีแนวโน้มไม่มีมาตรฐานการให้บริการ หากพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่าด้านพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา เป็นการบริการที่ไม่มีมาตรฐานมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนผลต่างอยู่ที่ 0.06

4.2 ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยแบ่งการศึกษา 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัญหาและอุปสรรคด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของเกาะมุก

1.1 ปัญหาและอุปสรรคในภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

พบว่า ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในเกาะมุก ยังขาดแคลนพนักงานที่มีคุณภาพ ขาดทักษะการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล ขาดทักษะภาษาต่างประเทศ อีกทั้งจำนวนมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย มีจำนวนไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ชาวบ้านในชุมชนบางคนเข้ามาเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวแทน เนื่องจากมีค่าตอบแทนสูง

1.2 ปัญหาและอุปสรรคในภาคท้องถิ่น

พบว่า ปัญหาด้านทุนมนุษย์ในชุมชนท้องถิ่นขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นที่และอาชีพของคนในชุมชน โดยชุมชนที่มีพื้นที่ตั้งไม่ติดกับทะเลมีอาชีพทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกยางพาราและปลูกมะพร้าว นอกจากนี้มีการทำสวนผลไม้และปลูกผัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ 1) ไม่มีการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น 2) คนท้องถิ่นขาดทักษะความรู้ด้านภาษาอังกฤษโดยเฉพาะสำหรับการสื่อสารอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน 3) ประชากรในชุมชนเป็นผู้สูงอายุมากกว่าวัยทำงาน 4) เนื่องจากมีรายได้จากอาชีพเกษตรกรรมอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นในการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างอาชีพเสริม 5) ปัญหาการว่างงานของกลุ่มสตรีแม่บ้านในชุมชน 6) ขาดองค์ความรู้ที่จะสามารถนำมาพัฒนาอาชีพ เช่น ความรู้ในการบริหารจัดการ ความรู้ด้านการบัญชี ด้านการตลาด ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบสินค้าที่ระลึกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนชุมชนที่มีที่ตั้งติดกับทะเล พบว่า คนในชุมชนนอกจากการทำอาชีพเกษตรกรรม ยังมีอาชีพประมงชายฝั่งอีกด้วย ทั้งนี้กลุ่มประมงชายฝั่งบางส่วน นำเรือประมงมาให้บริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว เป็นการหารายได้เสริมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่คือ การทำธุรกิจที่พักแรม ปัญหาที่พบได้แก่ 1) กลุ่มชาวประมงที่นำเรือมาให้บริการนักท่องเที่ยวขาดความรู้และทักษะการให้บริการ ทักษะการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 2) ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว 3) ทักษะการขาดแคลนแรงงานคุณภาพ

ประเด็นคำถามข้อที่ 2 ความต้องการการพัฒนาด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง

2.1 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคธุรกิจท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะมุก พบว่า ต้องการให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายู) ทักษะการบริการที่มีคุณภาพ ทักษะการพัฒนาบุคลิกภาพ การฝึกอบรมให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้มีจำนวนมัคคุเทศก์ที่เพียงพอ ทักษะการนำเที่ยวและการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.2 การพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคท้องถิ่น

พบว่า ชุมชนต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในเรื่องต่างๆ ดังนี้ 1) การฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษพื้นฐานแก่ชาวบ้าน เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหรือการบอกทิศทาง 2) การพัฒนาจากฐานต่อยอดอาชีพเดิม เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือการแปรรูปอาหารทะเล 3) การพัฒนาอาชีพใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน หรือเอาความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดในด้านการท่องเที่ยว

4.3 เสนอแนวทางการพัฒนาด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้จากการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ และนำไปสู่การนำเสนอแผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะมุก จังหวัดตรัง ซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มทุนมนุษย์ที่ต้องได้รับการพัฒนาจากแนวคิดเกี่ยวกับทุนมนุษย์ (Human capital) ที่ว่าด้วยเรื่องของ “คน” ที่มีส่วนขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (จีระ หงส์ลดารมภ์ และคณะ, 2557; Becker, 1962; Olaniyan & Okemakinde, 2008) ทุนมนุษย์จึงไม่ควรถูกจำกัดแค่เพียงกลุ่มคนในภาคธุรกิจและแรงงาน แต่ควรเป็นทุกกลุ่มในสังคม โดยที่ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้ พบว่า กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม เรียกว่า 4HC (4 groups of human capital) ซึ่งประกอบด้วย (1) เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวและแรงงาน (Tourism businesses & man powers) (2) คนท้องถิ่นที่อยู่ในวัยทำงาน (The locals) (3) กลุ่มผู้สูงอายุ (Seniors) และ (4) กลุ่มเยาวชน (Youth forces) ทั้งนี้กลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ มีช่องว่างของการพัฒนาที่ต้องได้รับแตกต่างกัน ตารางที่ 4.24 นำเสนอการเปรียบเทียบรากฐานทุนเดิมและช่องว่างที่ต้องการพัฒนา

ตารางที่ 4.24 นำเสนอการเปรียบเทียบรากฐานทุนเดิมและช่องว่างที่ต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง

กลุ่ม	รากฐานเดิม	ช่องว่างที่ต้องการพัฒนา
กลุ่มธุรกิจและแรงงานภาคการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจขนาดเล็ก มีคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของ - รูปแบบธุรกิจที่หลากหลาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทักษะภาษาต่างประเทศ - ขาดแคลนแรงงานคุณภาพ - ค่าจ้าง/ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
กลุ่มนักท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าถึงทรัพยากรในท้องถิ่น - ฐานอาชีพเดิมด้านการทำประมงและทำการเกษตร (สวนยางพารา) - การรวมกลุ่มอาชีพใหม่ เช่น การทำกะลามะพร้าว 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาอาชีพ (การตลาด / การบัญชี / การทำประชาสัมพันธ์) - ขาดนวัตกรรมในการพัฒนาอาชีพ - ทักษะภาษาต่างประเทศที่สามารถพอจะสื่อสารได้
กลุ่มผู้สูงอายุ	<ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น - ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่ให้คนกลุ่มนี้ได้แสดงบทบาท และศักยภาพยังมีจำกัด
กลุ่มเยาวชน	<ul style="list-style-type: none"> - การสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น - การตั้งอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการพัฒนาแนวทางอาชีพที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในหลักสูตรที่ชัดเจน - ขาดการเชื่อมโยงการใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกรอบระยะเวลาของการพัฒนาทุนมนุษย์

ผู้วิจัยเสนอระยะเวลา การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง เป็น 3 ระยะ โดยในแต่ละระยะมีกลยุทธ์การพัฒนาที่แตกต่างกันสอดคล้องกับกลุ่มทุนมนุษย์ ดังปรากฏในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 2.5 กรอบระยะเวลาของการพัฒนาทุนมนุษย์

ระยะเวลา	กลยุทธ์การพัฒนา	กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง
ระยะสั้น	<ol style="list-style-type: none"> จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารงานธุรกิจท่องเที่ยวและการควบคุมคุณภาพการบริการ จัดฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในประเด็นความต้องการพัฒนาเร่งด่วน เช่น ทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการทำงานตามมาตรฐานสากล จัดฝึกอบรมด้านอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การทำสินค้าที่ระลึก และการทำอาหารท้องถิ่น 	<p>กลุ่มธุรกิจและแรงงาน</p> <p>กลุ่มคนท้องถิ่น</p> <p>กลุ่มผู้สูงอายุและเยาวชน</p>
ระยะกลาง	<ol style="list-style-type: none"> จัดฝึกอบรมต่อเนื่องสำหรับภาคธุรกิจ พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษาทุกระดับ ภาคเอกชน และภาคท้องถิ่น 	กลุ่มธุรกิจและแรงงานทั้ง 4 กลุ่ม
ระยะยาว	<ol style="list-style-type: none"> จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะมุก โดยภาครัฐให้การสนับสนุน 	<p>กลุ่มธุรกิจและแรงงานทั้ง 4 กลุ่ม</p>

	2. พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ เกาะมุก	
--	--	--

ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของสาระในหลักสูตรท้องถิ่นเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะมุก จังหวัดตรัง



หลักสูตรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง ครอบคลุมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือของทุกภาคส่วน โดยนำเอาสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นและสิ่งที่ต้องพัฒนามาจัดทำเป็นหลักสูตร

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษามาสรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเกาะมุก จังหวัดตรัง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.7 มีช่วงอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีสถานะสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาเป็นสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 26.3 การศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 13.8 อาชีพ พบว่า มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.3 รายได้ พบว่า มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมา คือ รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาท และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวคือมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00

5.1.2 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 (S.D. = 0.63) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.86) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 (S.D. = 0.04) ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.78) ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.77) และด้านการเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.75 (S.D. = 0.78)

5.1.3 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D. = 0.46) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D. = 0.97) รองลงมา

คือ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.17 (S.D. = 0.13) ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.02) ด้านการเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.31 (S.D. = 0.006) และด้านความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.89)

5.1.4 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและกา ารรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยว มีระดับความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 (S.D. = 0.63) ซึ่งน้อยกว่า การรับรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D. = 0.46) จากการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.12 ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

5.2.1 การศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือในการบริการ การให้ความมั่นใจในการบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การเอาใจใส่ในการบริการ และการตอบสนองต่อการบริการ ในแต่ละด้านมีระดับของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้คุณภาพการบริการ ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ทำให้นักท่องเที่ยว มีความคาดหวังในคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก และเมื่อได้รับการบริการที่แท้จริง ทำให้การรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภา ศรีทรัพย์ (2557) ที่ได้ศึกษา คุณภาพการบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้พักแรมที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก และ งานวิจัยของมณฑนา พุดด้วง (2559) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพุกษา ดรณชัย (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาปัจจัยคุณภาพทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้คุณภาพการบริการ จากการได้รับการบริการที่แท้จริง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด นั่นคือ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับบริการที่แท้จริงแล้ว ทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นการให้บริการที่เกิดขึ้นตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการสิ่งที่สำคัญ คือ การให้บริการของพนักงานมากกว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการในด้านต่าง ๆ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่

เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง ในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลชนก ต้นประดิษฐ์ (2554) ได้ศึกษาความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการหลังการขาย โดยรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้ามีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการจากการบริการที่แท้จริง ซึ่งมีค่าที่แตกต่างไปจากความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่ได้ตั้งไว้

5.2.2 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะมุก พบว่า ต้องการให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายู) ทักษะการบริการที่มีคุณภาพ ทักษะการพัฒนาบุคลิกภาพ การฝึกอบรมให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้มีจำนวนมัคคุเทศก์ที่เพียงพอ ทักษะการนำเที่ยวและการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

และจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน พบว่า ชุมชนต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในเรื่องต่างๆ ดังนี้ 1 การฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษพื้นฐานแก่ชาวบ้าน เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหรือการบอกทิศทาง 2 การพัฒนาจากฐานต่อยอดอาชีพเดิม เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือการแปรรูปอาหารทะเล 3 การพัฒนาอาชีพใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน หรือเอาความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชชุตมา มาชู (2560) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กล่าวว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต้องให้พนักงานมีการฝึกอบรมพัฒนาทักษะทางด้านการทำงาน อยู่เสมอ โดยเฉพาะทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศและด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ

ภาพที่ 3 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะมุก จังหวัดตรัง



5.2.3 เสนอแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ดังนี้ 1) ทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ควรถูกจำกัดเพียงกลุ่มผู้ประกอบการและแรงงานในภาคธุรกิจ แต่ควรรวมถึงคนชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ที่ควรได้รับการพัฒนา โดยเฉพาะการส่งเสริมอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยชี้วัดการพัฒนาสังคม (ขวัญกมล ดอนขวา, 2555) และเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (WTO, 1998) 2) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการ ต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มพนักงาน เพราะเป็นแรงงานหลักของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยให้พนักงานไปอบรมเพื่อพัฒนาทักษะทางการทำงานและสามารถพัฒนาเส้นทางอาชีพของตนเองทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ การมีพนักงานด้านการบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพทุนมนุษย์ที่จะอยู่ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง พบว่า มีความแตกต่างในคะแนนเฉลี่ย ซึ่งภาพรวมและในแต่ละด้าน ถือว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งจะต้องปรับปรุงและพัฒนาด้านคุณภาพของการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งอาจเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและการเอาใจใส่ด้านการบริการ ที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง โดยควรปรับปรุงในด้านความน่าเชื่อถือของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและเข้าใจ โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.22 และความเอาใจใส่ของพนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.14 ดังนั้นผู้จัดทำวิจัยขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ควรจัดฝึกอบรมและส่งเสริมให้พนักงานมีการฝึกอบรมในด้านต่างๆเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ด้านการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรังอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้ทราบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป

5.4.2 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะมองเห็นเพียงภาพกว้าง ๆ ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การเจาะลึกลงไปในแต่ละธุรกิจหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาในเชิงลึก และจะได้ทราบถึงความคิดเห็นในเรื่องความคาดหวังและความต้องการจริง ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไร



บรรณานุกรม

- กมลชนก ต้นประดิษฐ์. (2554). ความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการหลังการขาย. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). **ทูนมนุษย์กับการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว**. จุลสารวิชาการ
ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 9(3),11.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). **ฐานข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2563,
จาก <http://centralpage.tat.or.th/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่า
พะยอม จังหวัดพัทลุง**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, สืบค้นจาก
<http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **ความสำคัญของการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561,
สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/kanya8737/>
- กิริติ บันดาลสิน. (2558). **การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของ
ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาสำนักราชดำเนิน**. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561, สืบค้นจาก
<http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/192/1/99.pdf>
- จุฑาทิพย์ โปธิลังกา. (2557). **ความคาดหวัง ความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา
สำนักงานทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561,
สืบค้นจาก
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2571/146611.pdf>
- ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์. (2559). **การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตคุณลักษณะบัณฑิตที่พึง
ประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561,
สืบค้นจาก http://www.thonburiu.ac.th/journal/Document/1022/Journal10_22_1.pdf
- ชญาดา ทรัพย์เกิด. (2558). **กระบวนการรับรู้ภาพลักษณ์ของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติใน
การให้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตบางแค กรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 2
ธันวาคม 2561, สืบค้นจาก http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/536/1/54601_%94.pdf
- ณัฐรุณี สง่างาม. (2540). **การรับรู้ และ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อ
กิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทยจำกัด
(มหาชน)**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561,
สืบค้นจาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/148539.pdf>

- เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561, สืบค้นจาก <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/5040/2/Fulltext.pdf>
- ทัชชกร แสงทองดี. (2560). *ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2561, สืบค้นจาก
- ทรงฤทธิ์ สวัสดิ์รักษ์. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเพิ่มมากขึ้น*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561, สืบค้นจาก <https://53011010401g12.blogspot.com>
- พรพุกษา ดรณชัย. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- มณฑนา พุดด้วง. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- วิชชุดา มาชู. (2560). การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี, วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
- วรรณภา ศรีทรัพย์. (2557). คุณภาพการบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้พักแรมที่โรงแรมชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ศูนย์ข่าวภาคใต้ผู้จัดการออนไลน์. (2560). *โกด์ทัวร์ตรัง เกาะมุก ลอยแพนักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2562, จาก <https://today.line.me/th/pc/article>
- สำนักข่าวไทยพีบีเอส. (2560). *ตะลึงนักท่องเที่ยวล้น "เกาะมุก" 3-4 พันคนต่อวันท่วงกระทบพะยูน* สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2562, จาก https://news.thaipbs.or.th/content/262300?read_meta=%7B%22label%22%3A%22articlepage_number%22%2C%22group%22%3A%22%3A%22%22%7D
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. (2562). *รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2562, จาก https://trang.mots.go.th/more_news.php?cid=49
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. (2563). *จำนวนนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง*. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2563, จาก <https://trang.mots.go.th/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2561). *ทุนมนุษย์กับแรงงานในธุรกิจภาคการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2562, จาก <http://sau-jeddah.mol.go.th>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing

ภาคผนวก





แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของ จังหวัดตรัง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน (งบบุรณาการ) ประจำปีงบประมาณ 2563 โดยมีเนื้อหาสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆ และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และผลของข้อมูลจะถูกวิเคราะห์เป็นภาพรวม ทั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก
4. ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

นางสาวสุธิรา ปานแก้ว
หัวหน้าโครงการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี 61 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน/รับจ้าง
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท
 15,001-20,000 บาท ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

7. นอกจากมาเที่ยวแล้ว ท่านมีเหตุผลอื่นหรือไม่ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้

มีเหตุผลอื่น ไม่มีเหตุผลอื่น

8. ท่านเคยได้ยินชื่อ รู้จัก หรือได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนหรือไม่

ไม่เคย เคย จาก สื่อออนไลน์ โทรทัศน์
 คนแนะนำ สื่อสิ่งพิมพ์ บริษัทนำเที่ยว

9. ท่านเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างไร

- รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร รถเช่า

10. ท่านมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ในลักษณะใด

- ท่องเที่ยวแบบส่วนตัว ท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความน่าเชื่อถือของการบริการ					
1.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง					
1.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและเข้าใจ					
1.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการ					
1.4 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง					
1.5 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีมีเหตุการณ์ฉุกเฉินได้					
2. การให้ความมั่นใจของการบริการ					
2.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ					
2.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร					

2.3 มาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้าน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ ยอมรับของนักท่องเที่ยว					
3. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
3.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว					
3.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมี บุคลิกภาพที่ดี					
3.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคาดุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ					
4. การเอาใจใส่					
4.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่าง เท่าเทียมกัน					
4.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก สามารถจรรยาละเอียดของนักท่องเที่ยวที่ กลับมาเที่ยวซ้ำได้					
4.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการ					
5.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการ นักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที					
5.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว					
5.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตาม					

กำหนดเวลา					
-----------	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก
โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความน่าเชื่อถือของการบริการ					
1.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรอบคอบและถูกต้อง					
1.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและเข้าใจ					
1.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความรู้เรื่องสินค้าและบริการ					
1.4 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง					
1.5 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีมีเหตุการณ์ฉุกเฉินได้					
2. การให้ความมั่นใจของการบริการ					
2.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ					
2.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร					
2.3 มาตรฐานการให้บริการของพนักงานบริการด้าน					

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว					
3. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
3.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว					
3.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี					
3.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้านต่างๆ ด้วยราคายุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ					
4. การเอาใจใส่					
4.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก เอาใจใส่นักท่องเที่ยวในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน					
4.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก สามารถจำรายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำได้					
4.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ					
5.1 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทันท่วงที					
5.2 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
5.3 พนักงานบริการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก ให้บริการด้วยความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้





แบบสัมภาษณ์

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดตรัง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน (งบบุรณาการ) ประจำปีงบประมาณ 2563 โดยมีเนื้อหาสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆ และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะมุก จังหวัดตรัง ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และผลของข้อมูลจะถูกวิเคราะห์เป็นภาพรวม ทั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

1. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

.....

.....

.....

.....

.....

2. ความต้องการการพัฒนาทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

.....

.....

.....

3. แผนพัฒนาทุนมนุษย์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเกาะมุก จังหวัดตรัง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้

