

อภินันทนาการ

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



สำนักหอสมุด



สำนักหอสมุด ม.มหิดล	วิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน 9 พ.ย. 2550	
เลขทะเบียน	3783601 C.2
เลขเรียกหนังสือ	3
	165

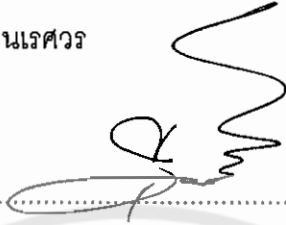
15
199
37840
2550
C.2

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2550

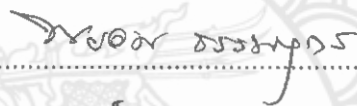
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการและคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ ของ
นางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ เรื่อง "ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา" แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ
การท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



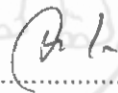
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



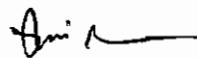
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



.....
(ดร.สิทธิชัย พรหมสุวรรณ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

๗ พฤษภาคม 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี
ยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละ
เวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และแก้ไข
ข้อบกพร่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา
 ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาแต่คุณสมศักดิ์ ตรีสุวรรณ และคุณระเบียบ ตรีสุวรรณ ผู้เป็น
บิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดีมีความอดทน ทั้งยังมอบโอกาสในการศึกษาเป็น
วิชาความรู้ติดตัวในปัจจุบัน และคุณสุรัชย์ กำแหงเดชพล ผู้ให้คำปรึกษาและกำลังใจในการทำวิจัย
ครั้งนี้

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชา
พระคุณบิดา มารดา บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมา

โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ



ชื่อเรื่อง	: ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ผู้วิจัย	: นางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ
ประธานที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
กรรมการที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร
ประเภทสารนิพนธ์	: วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้พิจารณาจากคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คนส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป เป็นลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง และมาเพื่อพักผ่อน

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด และมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริง

2. ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี อายุ ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ ในการเข้าพักที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน ในการเข้าพักที่แตกต่างกัน มีความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี รายได้ต่อเดือน และประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการ บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรพิจารณาจากผลการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ควรมีการพัฒนาในส่วนของการพัฒนาต้อนรับส่วนหน้าให้มี บุคลิกภาพที่ดี สุภาพ เป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใส และควรมีจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการ ให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านห้องพัก ควรเพิ่มอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้มีความทันสมัยมาก ยิ่งขึ้น ด้านการรักษาความปลอดภัย ควรเน้นการฝึกฝนด้านความรู้ความสามารถของพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญ สามารถช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ลูกค้ำได้ทันเวลา บริเวณรอบ ๆ โรงแรมควรมีไฟส่องสว่าง และมีพนักงานให้บริการอย่างทั่วถึง ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควร ปรับปรุงตกแต่งบริเวณสวน และห้องเด็กเล่น เพื่อเพิ่มการบริการที่ดีให้ทัดเทียมกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ควรมีการปรับปรุงและตกแต่ง บรรยากาศภายในห้องอาหารให้สะอาด สวยงามมีสไตล์ มีการบริการอาหารที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงควรมีการจัดโปรโมชั่นอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

Title : THAI TOURISTS EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS
OF SERVICE QUALITY TOWARD OF HOTELS IN AYUTHAYA
PROVINCE

Author : Ms.Sophawan Treesuwan

Major Adviser : Assoc. Prof. Dr. Suthinan Promsuwan

Adviser : Assoc. Prof. Dr. Payom Thambucra

Type of Degree : Master of Arts Degree in Hotel and Tourism Management
(M.A. Hotel and Tourism Management)
Naresuan University, 2006

Abstract

This research aims to compare Thai Tourists' expectations and perceptions of service quality towards hotels in Ayuthaya Province, considering from the quality of service of five aspects: front reception, room service, security guard, physical environments and food and beverages. The comparison is also focused in terms of the expectation and perception on quality of service of Thai Tourists towards hotels in Ayuthaya Province, classified by ages, salary ranges, types of customers in lodging, and objectives in lodging at hotels in Ayuthaya Province.

The sample used in this study was 400 Thai tourists who use the service at hotels in Ayuthaya Province by means of the convenient random method. The device used in gathering data was questionnaire and the statistical analysis includes percentile, means, standard deviation, t-test, F-test one way analysis of variance (One-Way ANOVA) and Least Significant Difference (LSD)

This study was found that the majority of 400 respondents are males who are between 31-40 years old, with salary upper 30,001 baht; made a trip arranged by private for relaxation purpose.

1. Thai tourists who have the highest expectation towards the quality of service provided by hotels in Ayuthaya Province, totally have high perception on quality of service of hotels in Ayuthaya Province.

2. The expectation on the quality of service of Thai tourists towards hotels in Ayuthaya Province, and the perception on quality of service of Thai tourists towards hotels in Ayuthaya Province, with statistical significance at 0.05 level.

3. Thai tourists whose ages, types of clients, objectives in lodging are varied have the different expectation on quality of service of Thai tourists towards hotels in Ayuthaya Province, with statistical significance at 0.05 level.

4. Thai tourists whose salary ranges are varied have the different expectation on quality of service of Thai tourists towards hotels in Ayuthaya Province, with no statistical significance at 0.05 level.

5. Thai tourists whose salary ranges and types of customers are varied have different perception on the quality of service provided by hotels in Ayuthaya province, with statistical significance at 0.05 level.

6. Thai tourists whose ages and objectives in lodging are varied have different perception on the quality of service provided by hotels in Ayuthaya Province, with no statistical significance at 0.05 level.

The suggestions from this study are beneficial for the improvement of the quality of service provided by hotels in Ayuthaya Province, in order to better serve the expectation of Thai tourists towards the quality of the hotels' service. Hotels in Ayuthaya Province should consider the evaluation of all five aspects of service quality comprising front reception, room service, security guard, physical environments, and food and beverages. Front reception, in particular, the improvement should be of the receptionist to have good personality, politeness, friendly, smiles and being cheerful. In addition, the staff should be sufficient in terms of quantity to serve clients. Room Division needs to be equipped with more modern facilities. Security Division should emphasize on the knowledge and ability of the employee to provide skillful service and to solve the problems of the clients. Furthermore, the surroundings of the hotel should be thoroughly

lightened. Physical Environment should be upgraded in the aspects of landscaping and children's playground to provide good service that meets the satisfaction of Thai tourists. Food and Beverages should be improved in terms of cleanliness and stylish restaurant offering a wider variety of menu as well as the increase of promotion on food and beverage.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมาย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้.....	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	4
กลุ่มตัวอย่าง	5
ตัวแปรที่ศึกษา	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	11
สมมติฐานในการค้นคว้า	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ.....	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	28
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการต้อนรับส่วนหน้า	32
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับห้องพัก	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย.....	38
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
3 วิธีดำเนินการวิจัย	50
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
การสุ่มตัวอย่าง	51
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การทดสอบเครื่องมือ	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	58
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
การวิเคราะห์ข้อมูล	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	155
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	156
วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล	157
การวิเคราะห์ข้อมูล	157
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	158

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	161
การอภิปรายผลสมมติฐาน.....	162
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	165
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	167
บรรณานุกรม	168
ภาคผนวก	171
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	172
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	180
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย.....	186
ประวัติผู้วิจัย	192

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือน	4
2 แสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม YAMANE ที่ 95%	6
3 แสดงข้อมูลโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	17
4 แสดงการระบุเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานของโรงแรมเป็นดาว	35
5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก.....	61
6 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	63
7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการ โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	67
8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า.....	68
9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก.....	69
10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษา ความปลอดภัย.....	70
11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ.....	71
12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	74
14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า.....	75
15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก.....	76
16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย.....	77
17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	78
18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้าน อาหารและเครื่องดื่ม.....	80
19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างความ คาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพบริการของกลุ่มลูกค้าชาวไทย.....	81
20 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม อายุ.....	83

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

21	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	85
22	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านการต้อนรับส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	86
23	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	87
24	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านการรักษาความปลอดภัยโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	88
25	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	89
26	แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม อายุในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	90
27	แสดงการทดสอบ เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	92

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 28 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 94
- 29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านการรักษาความปลอดภัย
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 95
- 30 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 96
- 31 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก..... 98
- 32 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม
จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ 100
- 33 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้า
พักในด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ 101

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 34 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ 103
- 35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 104
- 36 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 106
- 37 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 108
- 38 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตาม
วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก 110
- 39 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
โดยรวมโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 112
- 40 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านการต้อนรับส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ 113

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 41 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้า
พักด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 114
- 42 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้า
พักด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 115
- 43 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้า
พักด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 116
- 44 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 117
- 45 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม
อายุ..... 119
- 46 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามอายุ
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 121
- 47 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการ
บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้าน
ห้องพักโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่..... 122

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวไทย ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	124
49 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการ บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	126
50 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือนด้านการต้อนรับส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	128
51 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือนด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	129
52 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือนด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	130
53 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	132
54 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	133

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก	135
56 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก โดยรวมโดยเปรียบเทียบเป็น รายค้.....	137
57 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของ ลูกค้าในการเข้าพัก ด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายค้.....	139
58 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของ ลูกค้าในการเข้าพัก ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายค้.....	140
59 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของ ลูกค้าในการเข้าพัก ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายค้.....	142
60 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของ ลูกค้าในการเข้าพัก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นราย ค้.....	143
61 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของ ลูกค้าในการเข้าพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายค้.....	145

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

62	แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก.....	147
63	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยรวม ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	149
64	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	150
65	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านห้องพักของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	151
66	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านการรักษาความปลอดภัย ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	152
67	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	153
68	แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	154

บัญชีภาพ

ภาพ

หน้า

1	แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย	11
2	แสดงการบริการที่เต็มไปด้ว้ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	27
3	แสดงการรับรู้คุณภาพโดยรวม	31



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากกว่าแสนล้านบาทต่อปี แต่ในปี 2548 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงธุรกิจโรงแรมของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ มากมาย ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกสถานการณ์ท่องเที่ยวของ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในภาวะซบเซา โดยคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 5 ล้านกว่าคน ซึ่งลดลงมากกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปี 2547 ประมาณร้อยละ 6 อันเนื่องมาจากผลกระทบจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวแถบอันดามัน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดหลักของไทย ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และปัญหาความอ่อนแอของสภากรรมการเมืองในปัจจุบัน (กองวิชาการ ฝ่ายนโยบายและแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ตลาดที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือตลาดเอเชีย เนื่องจากเป็นตลาดระยะใกล้ที่ค่อนข้างอ่อนไหวต่อสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ ค่อนข้างมาก และสามารถตัดสินใจยกเลิกการเดินทางได้ในระยะเวลาอันสั้น ในขณะที่ตลาดยุโรปยังคงมีแนวโน้มการเดินทางมาไทยที่ดีอยู่ ดังนั้น การที่โครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวของไทยเป็นตลาดระยะใกล้ถึงร้อยละ 60 จึงทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรมโดยรวมได้รับผลกระทบอย่างมาก ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้พยายามส่งเสริมการขายแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ทดแทน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. www.tat.or.th)

จากผลการกระทบดังกล่าว จึงได้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการที่จะสนับสนุนนโยบายให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จึงได้มีส่งเสริมการประชาสัมพันธ์รวมถึงพัฒนาการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการอยู่ 2 ประการ คือ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจด้านโรงแรมที่พัก ธุรกิจภัตตาคาร และร้านอาหาร ธุรกิจจัดการนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือธุรกิจบริการต่าง ๆ รวมทั้งความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือความสวยงามตามธรรมชาติศิลปะและโบราณสถาน ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับในรูปแบบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางพักมากขึ้นมีระยะเวลาในการพักค้างคืนมากขึ้นและมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544: 2)

สาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจธุรกิจด้านโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับโรงแรมในจังหวัดอื่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งที่เป็นจังหวัดที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (มานิตย์ บุญนิมิต ผู้อำนวยการกองวางแผน ฝ่ายนโยบายและแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และเป็นเมืองอดีตแห่งราชธานีของไทยนานถึง 417 ปี ซึ่งอยุธยาเจริญรุ่งเรืองมาหลายสมัย จึงมีโบราณสถานปรากฏอยู่มากมาย และถือว่าเป็นดินแดนแห่งนครประวัติศาสตร์ มีศิลปกรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิทยาการความรู้ด้านต่าง ๆ ที่สืบทอดความเป็นไทยมาจนถึงปัจจุบัน

ดังนั้น จากนโยบายของภาครัฐบาลในการให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศ การพัฒนาการบริการทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้จ่ายเงินมากขึ้น ธุรกิจบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงต้องมีการวิเคราะห์หรือวางแผนอย่างเป็นระบบในการทำอะไรให้นักท่องเที่ยวที่มาทัศนอาจรเกิดความสนใจและพักค้างแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้น ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมต้องเน้นการสร้างประทับใจในภาพของการบริการที่มอบให้กับลูกค้า ซึ่งต้องสร้างการรับรู้ที่ดีเหนือความคาดหวังจึงจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความพึงพอใจและเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการอีก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในเรื่อง “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการรับรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้าว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการ

อย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ที่ดีให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจ โดยนำผลการวิจัยไปหาข้อปรับปรุงกลยุทธ์ และการบริการให้มีคุณภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อไป

จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังในคุณภาพการบริการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ในคุณภาพบริการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้

การศึกษาค้นคว้าและการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในมุมมองของผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการจะช่วยให้ทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แท้จริงต่อคุณภาพการบริการและความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย งานวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้บริหารโรงแรมได้เข้าใจถึงความคาดหวังความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น และช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าชาวไทยได้มากกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยอีกทั้งข้อมูลที่ได้ยังเป็นแนวทางให้แก่ฝ่ายการตลาดใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเกณฑ์ของคุณภาพการให้ดียิ่งขึ้นรวมทั้งยังเป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยของผู้สนใจศึกษาครั้งต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตของเนื้อหาและการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ด้านการต้อนรับส่วนหน้า
2. ด้านห้องพัก
3. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม
4. ด้านการรักษาความปลอดภัย
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 455,300 คน (ข้อมูลเชิงวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. www.tat.or.th) โดยมีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยในแต่ละเดือน ดังนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือน

มกราคม – ธันวาคม 2548

เดือน	โรงแรม		เก็สเข้าวี	รวม พันดอลลาร์
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง		
มกราคม	64.71	49.22	50.00	54.89
กุมภาพันธ์	67.97	48.95	48.57	55.71
มีนาคม	67.97	50.30	47.50	56.22
เมษายน	69.77	50.63	36.80	55.43
พฤษภาคม	70.10	50.91	37.14	55.73
มิถุนายน	70.10	51.48	42.86	56.87

ตาราง 1 (ต่อ)

มกราคม – ธันวาคม 2548

เดือน	โรงแรม		เก็สเข้าวี	รวม พันดอลลาร์
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง		
กรกฎาคม	70.14	53.87	48.93	58.97
สิงหาคม	71.08	54.15	55.36	60.40
กันยายน	73.53	59.07	57.86	64.07
ตุลาคม	74.75	64.70	69.29	68.99
พฤศจิกายน	80.97	70.18	72.86	74.45
ธันวาคม	84.16	74.12	76.43	78.06

จากตาราง 1 เจลี่ยนักรท่องเที่ยวในแต่ละเดือนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเรียงตามลำดับช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด และรองอีก 2 ลำดับ ได้แก่ช่วงเดือน ธันวาคม พฤศจิกายน ตุลาคม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทราบจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ โดยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 455,300 คน และนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบจากการเปิดตารางของ Yamane

ตาราง 2 แสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ที่ 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	b.	b	b	b	222	83
1,000	b	b	b	385	268	91
1,500	b	b	638	441	316	94
2,000	b	b	714	476	333	95
2,500	b	1,250	769	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,607	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99

ตาราง 2 (ต่อ)

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
2,500	b	1,250	769	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,607	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,034	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% การคำนวณขนาดจากตาราง Yamane ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้

- 1.1 อายุ (Gaysorn Kholthanasep.2544. ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าต่อโรงแรมชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร)
 - 1.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
 - 1.1.2 21-30 ปี
 - 1.1.3 31-40 ปี
 - 1.1.4 41-50 ปี
 - 1.1.5 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
- 1.2 รายได้ต่อเดือน (Gaysorn Kholthanasep.2544. ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าต่อโรงแรมชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร)
 - 1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 1.2.2 10,001-20,000 บาท
 - 1.2.3 20,001-30,000 บาท
 - 1.2.4 30,001 บาทขึ้นไป
- 1.3 ประเภทของนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก
 - 1.3.1 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเอง
 - 1.3.2 นักท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับบริษัททัวร์
 - 1.3.3 นักท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับหน่วยงานเอกชน
 - 1.3.4 นักท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับหน่วยงานราชการ
 - 1.3.5 นักท่องเที่ยวที่มาจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.4 วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
 - 1.4.1 พักผ่อน
 - 1.4.2 ประชุมสัมมนา
 - 1.4.3 จัดเลี้ยง, สังสรรค์

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ

- 2.1.1 ด้านการต้อนรับส่วนหน้า
- 2.1.2 ด้านห้องพัก
- 2.1.3 ด้านอาหารและเครื่องดื่ม
- 2.1.4 ด้านการรักษาความปลอดภัย
- 2.1.5 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.2 การรับรู้จริงในคุณภาพการบริการ

- 2.2.1 ด้านการต้อนรับส่วนหน้า
- 2.2.2 ด้านห้องพัก
- 2.2.3 ด้านอาหารและเครื่องดื่ม
- 2.2.4 ด้านการรักษาความปลอดภัย
- 2.2.5 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง (Expectation Service) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคาดคะเนหรือคาดหวังล่วงหน้าเกี่ยวกับบริการที่ผู้ให้บริการจะได้รับ อาจด้วยอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) และการติดต่อสื่อสารจากภายนอกสู่ลูกค้า (External Communication to-Consumers)

2. การบริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้จริง (Perception Service) หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เข้าใช้บริการในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้รับโดยการสัมผัส มองเห็น รู้สึก จากสภาพความเป็นจริงว่าเป็นอย่างไร

3. ธุรกิจโรงแรม หมายถึง การดำเนินธุรกิจประเภทให้บริการ ซึ่งมีอาหารสถานที่จัดไว้สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักค้างคืน และมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการซักรีด ร้านขายของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นบ้าน และมีบริการในรูปแบบอื่น ๆ ให้กับลูกค้าที่มาพักอาศัยหรือใช้บริการโดยได้รับเงินเป็นค่าตอบแทน

4. ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการต่าง ๆ ที่โรงแรมเสนอบริการ โดยให้ค่าตอบแทนจากการให้บริการนั้น

5. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการของโรงแรมหรือที่ให้บริการของโรงแรมในปัจจุบันที่เป็นชาวไทย สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอิสระ (Free Individual Traveler: FIT) และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโดยไม่ได้จองล่วงหน้า (Walk in) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เข้าพักด้วยตนเอง โดยลูกค้า Free Individual Traveler เป็นลูกค้าที่เข้ามาพักโดยได้มีการจองห้องพักล่วงหน้า และลูกค้า Walk in เป็นลูกค้าที่เข้ามาพักโดยไม่มี การจองห้องพักล่วงหน้า

5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำงานในหน่วยงานราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ (Government) เป็นนักท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ ได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม รวมถึงนักท่องเที่ยวจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจซึ่งท่องเที่ยวเหล่านี้มาใช้บริการเพื่อประชุม สัมมนา สังสรรค์ หรือ มาพักผ่อนเป็นหมู่คณะ โดยการจองห้องพักไว้ล่วงหน้า

5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำงานในหน่วยงานเอกชน (Corporate) เป็นนักท่องเที่ยวจากหน่วยงานเอกชน ได้แก่ บริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ที่มาใช้บริการเพื่อประชุม สัมมนา สังสรรค์ หรือ มาพักผ่อนเป็นหมู่คณะ โดยการจองห้องพักไว้ล่วงหน้า

5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์มาเป็นหมู่คณะที่มาใช้บริการเพื่อประชุม สัมมนา สังสรรค์หรือมาพักผ่อนเป็นหมู่คณะ โดยการจองห้องพักไว้ล่วงหน้า

6. คุณภาพการบริการ (Perceived Service) หมายถึง คุณภาพของบริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้ซึ่งเป็นมาจากการประเมินเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการบริการที่ลูกค้าได้รับ

7. พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยที่มาพักและใช้บริการ อันเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการจากทางในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

8. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบประทับใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เกิดขึ้นเมื่อได้ใช้บริการ ที่โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการค้นคว้า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้าพัก วัดภูประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการ แตกต่างกัน จะทำการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้าพัก วัดภูประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพการบริการ แตกต่างกัน จะทำการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. เปรียบเทียบความคาดหวังและกับการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่าง จะทำการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



บทที่ 2

เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะใช้เป็นฐานอ้างอิงในการศึกษา และกล่าวถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

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

1. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

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

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

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

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

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

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี อ่างทอง และสระบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี และนนทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี

วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

1. งานแสดงแสงเสียงอยุธยาจรดกโลก

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

2. งานเทศกาลสงกรานต์

จัดขึ้นในวันที่ 13 เมษายนของทุกปี หน้าวิหารพระมงคลบพิตร อำเภอพระนครศรีอยุธยา มีขบวนแห่ตามประเพณีของชาวอยุธยาและขบวนแห่เถิดเทิง มีการสงฆ์พระมงคลบพิตรจำลอง การประกวดนางสงกรานต์

3. งานลอยกระทงประทีป และการแข่งเรือยาวประเพณี

จัดเป็นประจำทุกปี ประมาณปลายเดือนพฤศจิกายน ภายในบริเวณศูนย์ศิลปาชีพบางไทร อำเภอบางไทร มีการประกวดนางนพมาศ ประกวดขบวนแห่ ประกวดกระทง ประกวดโคมแขวน การแสดงการเล่นพื้นบ้าน การแข่งเรือยาวประเพณี เรือยาวนานาชาติ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ

กิจกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขี้จักรยานเกาะเมืองอยุธยา

มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยจักรยานรูปแบบใหม่ที่เกาะเมืองกรุงศรีอยุธยา โดยมีจักรยานให้เช่าท่องเที่ยวพร้อมแผนที่และคู่มือเดินทางด้วยตนเอง

ข้อมูลการเดินทางของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเดินทางจากพระนครศรีอยุธยาไปยังจังหวัดใกล้เคียง

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

ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นมีหลายขนาดซึ่งมีทั้งโรงแรมขนาดกลางตกแต่งหรูหราเป็นพิเศษมีมาตรฐานสูงในด้านการให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายไว้บริการแขกอย่างครบครัน ส่วนโรงแรมที่มีขนาดเล็กภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์และเครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อยไม่มีห้องพักชั้นหนึ่ง แต่มีห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร และสุดท้ายโรงแรมที่มีขนาดใหญ่มากนั้นก็เพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นไว้บริการให้กับลูกค้า

ตาราง 3 แสดงข้อมูลโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

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

ตาราง 3 (ต่อ)

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

ตาราง 3 (ต่อ)

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

ตาราง 3 (ต่อ)

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

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

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

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

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

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

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

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

ความสำคัญของการบริการ

ได้มีผู้ให้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการ (สมชาติ กิจยรรยง. 2536 : 15) ดังนี้

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

คุณสมบัติของผู้ให้บริการ

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

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

คุณลักษณะการบริการที่ดี

ได้มีผู้ให้เสนอลักษณะของการบริการที่ดีหลายท่าน ดังนี้ ธวัช สุวดีกุล (2537: 68) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้ให้บริการ ดังนี้

1. สภาพอ่อนโยน
2. สมานฉันท์
3. สนทนาทางภาษา
4. จิตใจเอื้อ เพื่อเพื่อน
5. มีขันติ

วีระพงษ์ เจริญจิระวัฒน์ (2538 : 7) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีดังนี้

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

พิศมัย ปโชติการ (2538: 43-44) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีดังนี้

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

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

แนวคิดว่าด้วยงานบริการ

ลักษณะงานบริการมีดังต่อไปนี้

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

จากแนวคิดข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า คน (Man) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของบริการ ซึ่งคนเป็นผู้เสนอและสนองความต้องการ การบริการเป็นกิจกรรม กระบวนการกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ และเสื่อมสูญสลายได้ง่าย โดยผู้บริการจะต้องสนองความต้องการให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการด้วยใจจริงและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ป
G
195
-15
AA
6984ค
2550
C-2

1.3983601 c.2
19 พ.ย. 2550



สำนักหอสมุด

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

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

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

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

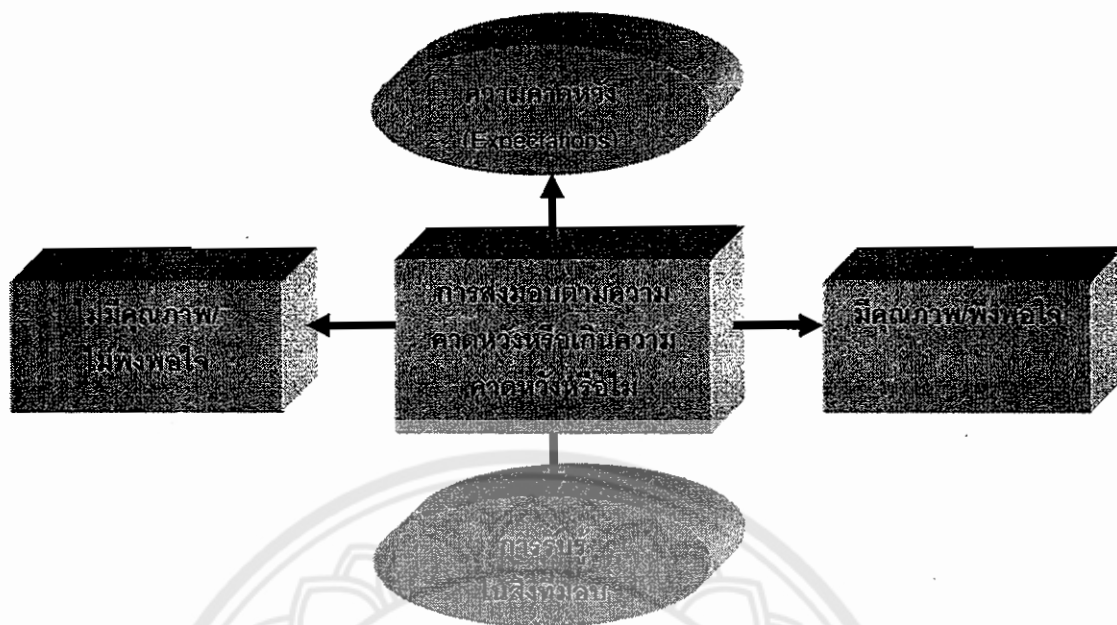
การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อเสนอบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งได้แก่ การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน คือพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย 4 ประการ เพื่อเสนอบริการที่มีคุณภาพ ดังนี้

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

ผู้รับผิดชอบ งบประมาณ และระยะเวลาในการดำเนินการ

3. การทำงานเป็นทีม
4. การวัดผลงาน และการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

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



ภาพ 2 แสดงการบริการที่เต็มไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

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

ความสำคัญของความพึงพอใจ

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

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

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

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

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

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

วิระพงษ์ เอลิมจิระรัตน์ (2539: 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีความรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วยโดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูงหรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับการบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกว่

ไม่พอใจได้ เช่น ในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถได้ตามความคาดหวัง ลูกค้ำก็จะเกิดความพึงพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการยังทำให้ทราบว่าคุณภาพคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้บริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่ง สำคัญด้วยกัน คือ

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

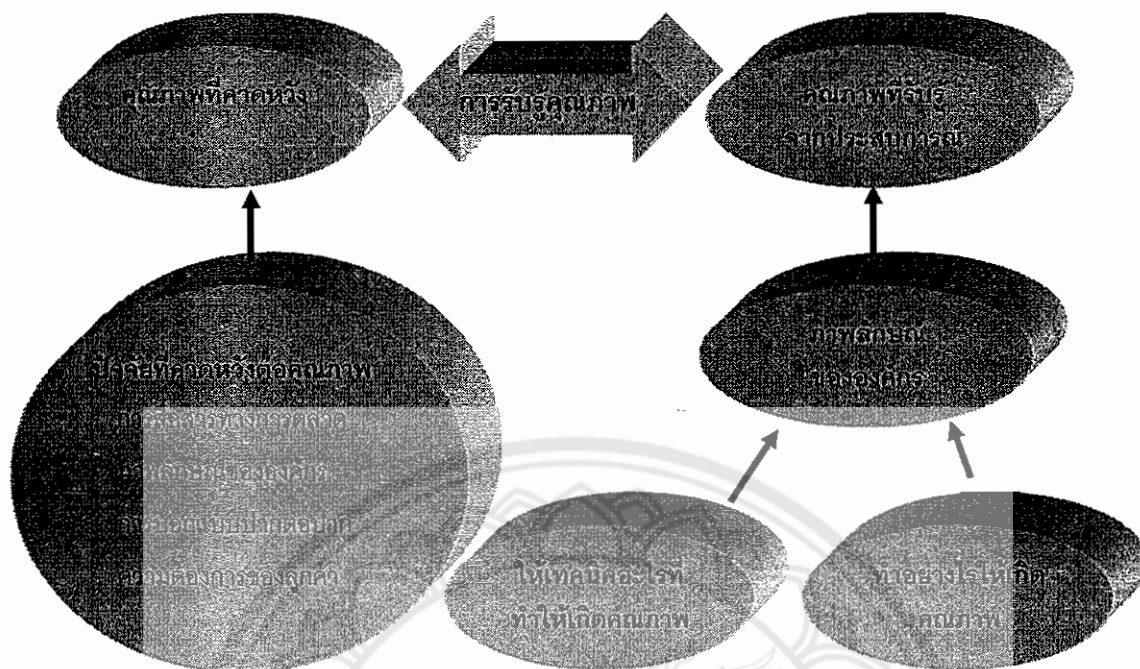
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

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

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

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

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



ภาพ 3 แสดงการรับรู้คุณภาพโดยรวม

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

กรอนรูส (Gronroos. 1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้

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

5. การชดเชยเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกมีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการต้อนรับส่วนหน้า

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

ในทุกโรงแรม แผนกต้อนรับจะเป็นจุดรวมหรือจุดที่เด่นและมองเห็นง่าย คนมักจะคาดหวังว่าพนักงานต้อนรับจะต้องเป็นคนมีเสน่ห์ เข้าใจพูด มีความสามารถในการติดต่อกับบุคคลภายนอกและทำงานได้อีกสารพัดอย่างในสายงานแผนกต้อนรับ

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

แผนกบริการส่วนหน้าทำหน้าที่เสมือนเป็น

1. หัวใจของงานบริการโรงแรม
2. ศูนย์รวมงานบริการแขก
3. ศูนย์กลางการติดต่อแขก

กล่าวโดยสรุปว่า แผนกต้อนรับส่วนหน้าคือ หน่วยงานในการปฏิบัติงานด้านให้บริการ และรับผิดชอบเกี่ยวกับผู้มาพักโดยตรง โดยเริ่มจากการรับจองห้องพัก การกำหนดห้องพักสำหรับผู้จะมาพัก ตลอดจนให้การต้อนรับและจัดหาบริการต่าง ๆ ให้ระหว่างแขกพักอยู่ในโรงแรม ทำหน้าที่ให้ข่าวสารและอำนวยความสะดวกสบายจวบจนกระทั่งแขกคืนห้องพักหลังจากใช้บริการ

มาตรฐานของงานต้อนรับส่วนหน้า

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

พนักงานบริการส่วนหน้าเป็นผู้สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงแรม ตัวอย่างเช่นพนักงานยกกระเป๋า พนักงานเฝ้าประตู พนักงานต้อนรับ พนักงานเหล่านี้ เป็นผู้ที่แขกได้พบนับแต่วินาทีแรกที่เข้าโรงแรมมา แขกจะประทับใจและชื่นชมโรงแรมหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับความเฉลียวฉลาดและความสามารถในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานเหล่านี้ งานในแผนกบริการส่วนหน้าจึงเป็นงานที่สนุกและท้าทายเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องบริการแขกซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันมากมายทั้งในด้านเชื้อชาติ อารมณ์ และความต้องการนานัปการ

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

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

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับห้องพัก

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

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

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

โดยทั่วไปแล้วโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดกลางมักจะได้เปรียบในด้านคุณภาพของการบริการซึ่งสามารถดูแลคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและมีการจัดการที่ง่ายกว่า จะเห็นได้ว่าโรงแรมที่ติดอันดับโลกมักจะมีขนาดอยู่ในระดับนี้เป็นส่วนใหญ่

1. ประเภทของโรงแรมตามระดับชั้นของโรงแรม

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

ตาราง 4 แสดงการระบุเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานของโรงแรมเป็นดาว

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

ลักษณะสำคัญของโรงแรมทั้ง 5 ระดับ

โรงแรมต่าง ๆ ทั้ง 5 ระดับ มักมีระเอียดพอสังเขป ดังนี้

1. โรงแรมระดับประหยัด (Economy Class)

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

2. โรงแรมชั้นสาม (Third Class)

จัดเป็นโรงแรมระดับประหยัดอีกประเภทหนึ่ง คิดค่าบริการในราคาปานกลาง เนื่องจากภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์และเครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อยโรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่มีห้องพักชั้นหนึ่ง แต่มีห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร

3. โรงแรมชั้นสอง (Second Class)

โรงแรมประเภทนี้การจัดอุปกรณ์เครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากพอสมควรแต่ยังไม่ครบถ้วน ห้องอาหารและห้องโถงมีขนาดปานกลาง มีการจัดตกแต่งสถานที่ภายในบริเวณโรงแรมพอสมควร โดยคิดค่าบริการพอสมควร

4. โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class)

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

5. โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe)

เป็นโรงแรมระดับสูงสุด ดีเยี่ยมในด้านการให้บริการทั้งห้องพักที่แตกต่างไว้อย่างสวยงามหรูหราอุปกรณ์เครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกสบายล้วนคุณภาพดี ราคาสูง สวยงาม และมีรสนิยม บริการต่าง ๆ ที่โรงแรมระดับพิเศษมีไว้บริการลูกค้ามี ดังนี้

ห้องชุด (Suite) จะตกแต่งไว้อย่างหรูหรา สวยงาม สะดวกสบาย อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องมีคุณภาพดีเยี่ยม

ห้องอาหาร มีหลายห้อง หลายระดับ อาหารมีหลายเชื้อชาติ เช่น อาหารไทย จีน ญี่ปุ่น ยุโรป เป็นต้น

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

ห้องพักแบบ (Lobby) มีการตกแต่ง สวยงาม มีขนาดใหญ่ได้มาตรฐาน

สระว่ายน้ำและสนามกีฬา เช่น สนามเทนนิส ฟิตเนส ไว้บริการลูกค้าที่ต้องการออกกำลังกาย

บริเวณจอดรถที่กว้างขวาง เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ตัวอาคารของโรงแรมมีการก่อสร้างอย่างสวยงาม ใ่อ่า ทันสมัย บริเวณรอบ ๆ ตัวอาคารตกแต่งอย่างสวยงาม สะอาดเรียบร้อย โรงแรมประเภทนี้ต้องตั้งในสภาพแวดล้อมที่ดี การคมนาคมสะดวก

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

ส่วนประเทศอังกฤษมีหน่วยงานหลายแห่งที่ทำการจัดกลุ่มโรงแรมและร้านอาหารแล้ว กำหนด “ดาว” หรือ “เครื่องหมายรับรองคุณภาพ” เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามแบบที่ตนต้องการ

การจัดกลุ่มโดยวิธีให้ดาวนั้น แต่ละกลุ่มมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

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

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย

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

หน้าที่หลัก ๆ ของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

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

ในบางโรงแรม จะมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาเวลา (Time-Keepers) ซึ่งประจำอยู่ที่ประตูหลังโรงแรมอันเป็นทางเข้าออกของพนักงาน คอยดูแลควบคุมเวลาเข้าออกของพนักงานรวมตลอดถึงการตรวจสอบสิ่งของคนที่เข้าออกโรงแรมด้วย

มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย

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

การป้องกันอัคคีภัย

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

เมื่อแขกเข้าพักควรแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับทางหนีไฟ ซึ่งต้องมีเครื่องหมายแสดงไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน สามารถเข้าออกได้สะดวก และไม่มีสิ่งกีดขวางอยู่พนักงานทุกคนของโรงแรมจะต้องได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้เครื่องดับเพลิง ต้องรู้ว่าวางอยู่จุดไหนบ้าง รู้แหล่งที่ตั้งของสัญญาณเตือนภัยและทางออกฉุกเฉิน สิ่งสำคัญที่สุดคือ เครื่องดับเพลิงต้องได้รับการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาว่ายังใช้งานได้และดูวันหมดอายุด้วย

เมื่อเกิดเพลิงไหม้ขึ้นมาในโรงแรม การปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและฉับพลันสามารถช่วยชีวิตคนและรักษาทรัพย์สินไว้ได้ เป็นความรับผิดชอบของพนักงานทุกคนที่จะช่วยกันรักษาความปลอดภัยให้กับแขกในโรงแรม พนักงานต้อนรับและพนักงานโทรศัพท์ถือได้ว่าเป็นบุคคลสำคัญในกรณีฉุกเฉินเช่นนี้ ต้องแจ้งให้แขกออกไปจากบริเวณที่อันตราย เช่น ออกจากห้องพัก ห้องอาหาร เป็นต้น ในกรณีที่ไฟไหม้ควรปฏิบัติตามลำดับขั้นต้นด้วยความรวดเร็ว ดังนี้

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

9. ถ้าไฟไหม้ยังไม่ลุกลามใหญ่โต สามารถควบคุมให้อยู่ในวงแคบ ๆ ได้ หรือควบคุมสถานการณ์ได้ ควรจะทำก่อนที่หน่วยดับเพลิงจะมาถึง ทำให้ทุกคนแน่ใจและสบายใจกันแยกทั้งหมดออกมาจากบริเวณที่เกิดเหตุ

10. แยกบางคนอาจซ่อนอยู่ใต้เตียงด้วยความตกใจ หรือแอบอยู่ในห้องน้ำหรือในตู้เสื้อผ้า พนักงานของโรงแรมจะต้องเข้าไปตรวจดูทุกห้อง ให้แน่ใจว่าไม่มีแขกหลงเหลืออยู่อีก

11. พนักงานต้อนรับควรจะนำรายชื่อแขกที่พักในโรงแรม และรายชื่อพนักงานที่ปฏิบัติงานในอาคารของโรงแรมออกไปด้วย เพื่อตรวจสอบได้ว่าคนออกมาจากอาคารหมดหรือยัง และแจ้งให้พนักงานดับเพลิงรู้ว่าห้องไหนเป็นห้องพักแขก ห้องไหนเป็นห้องของพนักงานโรงแรม ซึ่งเป็นการช่วยพนักงานดับเพลิงในการช่วยรักษาชีวิตตามลำดับก่อนหลัง

12. หลังจากไฟดับแล้ว อาคารโรงแรมได้รับการตรวจสอบสภาพเรียบร้อยแล้วควรจะรวบรวมและตรวจสอบดูพนักงานของโรงแรม และแขกอีกครั้งหนึ่ง

13. ประตูทั้งหมดที่ถูกเปิดควรจะถูกปิดไว้ดังเดิม

พนักงานของโรงแรมควรใส่ใจกับสิ่งเหล่านี้ คือ

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

8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

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

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

มาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากโรงแรม

การบำบัดน้ำเสีย

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

โดยมีผ่านการบำบัด

4. ต้องเติมคลอรีนในปริมาณที่เหมาะสมในน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้ว เพื่อฆ่าเชื้อโรค

อยู่เสมอ

5. ต้องหมั่นสูบตะกอนในบ่อเกรอะและบ่อดกตะกอน
6. ต้องหมั่นดูแลทำความสะอาดบ่อดักไขมันและบ่อดักขยะเป็นประจำ
7. ต้องควบคุมดูแลระบบบำบัดน้ำเสียของโรงแรมให้มีประสิทธิภาพในการบำบัด

น้ำเสีย

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

การระบายน้ำเสียและป้องกันน้ำท่วม

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

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ควรพิจารณานำกลับมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือสนามหญ้า การนำกลับมาใช้สำหรับห้องส้วมหรือระบายทิ้งลงสู่ลานซีเมนต์ เป็นต้น

4. ต้องติดตะแกรงดักขยะที่จุดระบายน้ำก่อนออกนอกพื้นที่โรงแรม
5. ต้องควบคุมอัตราการไหลของน้ำฝนที่ระบายลงสู่บริเวณชายหาด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพชายหาดและเป็นการทำลายทัศนียภาพ

6. ต้องปรับปรุงชุดลอกคูน้ำในพื้นที่โรงแรมฯ เพื่อให้สามารถรองรับน้ำทิ้งหลังบำบัดได้มากขึ้นและเก็บกักได้นานขึ้น

7. ต้องดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงระบบระบายน้ำทันที หากพบว่าก่อให้เกิด
8. ปัญหาน้ำเอ่อล้นสาธารณะ และแจ้งรายละเอียดในการดำเนินการให้สำนักงานฯ

ทราบด้วย

การกำจัดขยะมูลฝอย

1. ต้องเก็บรวบรวมขยะให้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด น้ำเสียจากการเก็บขยะและห้องเก็บขยะต้องระบายเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียของโรงแรม
2. จัดหาพนักงานดูแลความสะอาด

การป้องกันอัคคีภัย

1. ต้องจัดเตรียมตรวจสอบอุปกรณ์ดับเพลิง และสัญญาณเตือนภัย
2. ต้องฝึกอบรมพนักงานเป็นประจำ

การระบายอากาศ

1. ต้องระบายอากาศโดยไม่ก่อผลกระทบต่อ
2. ต้องจัดสร้างปล่องระบายควันจากห้องครัวและเครื่องผลิตน้ำร้อนโดยให้ปล่อย

ระบบควันมีความสูงกว่าพื้นที่ใกล้เคียง

การจราจรและที่จอดรถ

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

9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม

เกียรติ สิมะกูร (2548:34) กล่าวว่า ความประทับใจที่แขกได้รับเวลาเข้าห้องอาหาร ความเป็นเรื่องของการต้อนรับ ความพร้อมและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ว่าห้องอาหารนั้น จะเป็นแบบบริการตนเองหรือแบบมีคนเสิร์ฟ ควรทำให้แขกที่เข้ามาใช้บริการมีความรู้สึกที่ดีและ คาดหวังสิ่งดี ๆ

การที่จะเป็นเช่นนั้นได้ จำเป็นต้องวางแผนอย่างละเอียดเกี่ยวกับการบริการในทุกด้าน ตั้งแต่เรื่องห้อง ส้อม มีด และถ้วยชามให้เพียงพอกับความต้องการ จนถึงการทำพนักงานที่รู้งาน อยู่ประจำหน้าที่อย่างเพียงพอด้วย

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

พนักงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มจะแตกต่างจากพนักงานฝ่ายครัวอยู่อย่างหนึ่งคือฝ่าย บริการมีโอกาสติดต่อกับแขกโดยตรงในขณะที่ฝ่ายครัวส่วนใหญ่จะไม่มีโอกาสเลย การบริการหรือ วิธีเสิร์ฟมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ารสชาติหรือคุณภาพของอาหารที่เดียว และมีบางคนถึงกับ คิดว่าบริการนั้นสำคัญกว่าตัวอาหารเสียอีก แต่ถึงอย่างไรถ้าอาหารอร่อย แต่พนักงานบริการ ไม่เต็มใจหรือมีหน้าตาบึ้งตึง ห้องอาหารนั้นก็คงจะขายดีไปไม่ได้

พนักงานที่มีความสุภาพ เป็นกันเองและหน้าตายิ้มแย้มเป็นนิตย์ ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่ามากที่สุดของห้องอาหารที่เดียว

พนักงานเสิร์ฟ

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

ทำงานคล่องแคล่ว และรอบรู้ในงานที่ตัวเองทำอยู่ (คือ สามารถให้คำแนะนำลูกค้าว่าควรเลือกสั่งอาหารอะไร และยังสามารถอธิบายให้ลูกค้าฟังว่าอาหารจานนั้นมีวิธีปรุงอย่างไรด้วย) พนักงานเสิร์ฟจะต้องพร้อมที่จะให้บริการเมื่อแขกต้องการ และถอยห้องออกมายืนอยู่เงียบ ๆ ในขณะที่ลูกค้าไม่ต้องการบริการอะไร

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

หน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละส่วนงานแบ่งได้ ดังนี้

1. ผู้จัดการห้องอาหาร ดูแลรับผิดชอบห้องอาหารในทุกเรื่อง วาง/กำหนดมาตรฐานของบริการวางแผนตารางเวลาและการทำงานของพนักงาน ฝึกสอนงานแก่พนักงาน รับจองโต๊ะต้อนรับลูกค้า พาลูกค้าไปที่โต๊ะและจัดการเมื่อมีลูกค้ามาต่อว่า

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

3. พนักงานเสิร์ฟ มีหน้าที่ช่วยบริการด้านอาหาร จัดโต๊ะ เคลียร์โต๊ะ โดยทั่วไปผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟจะเป็นคนยกอาหารที่ทำเสร็จแล้วจากครัวมาที่ห้องอาหาร และนำพวกถ้วยจานและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าใช้แล้วกลับไปในครัวเพื่อให้แผนกล้างจานล้างทำความสะอาด

4. พนักงานเสิร์ฟเหล่า ทำหน้าที่รับคำสั่งหรือออเดอร์เกี่ยวกับเหล้าหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ไม่เกี่ยวกับเครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ

5. พนักงานเก็บเงิน หรือแคชเชียร์ รับผิดชอบในการออกใบเสร็จและเก็บเงิน แต่คนที่นำใบเสร็จไปให้ลูกค้าได้แก่พนักงานเสิร์ฟ

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

นอกจากนี้ ยาร์เทเนเดอร์ที่ดีจำเป็นต้องเป็นคนช่างพูด ช่างคุย เพราะจะต้องพบปะกับลูกค้าก็มีหลายจำพวก ถ้าชอบคุยกับคนด้วยก็จะสนุกกับงานและช่วยขายดีด้วย ความสามารถที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่งของพนักงานประจำบาร์ก็คือ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเวลาลูกค้าเมาหรือมาด่าทอด้วยคำหยาบ หรือในกรณีที่มีลูกค้าเข้ามาพร้อมกันจำนวนมาก ๆ

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

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

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

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

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

2. มุลเหตุจูงใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงแรม พบว่ามูลเหตุจูงใจในการใช้บริการโรงแรมที่หนองคายและเวียงจันทร์คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ทำเลที่ตั้ง สะดวก ปลอดภัย บรรยากาศดี ราคาเหมาะสม และมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคล้ายคลึงกัน คือ ให้ความสำคัญมากในเรื่องบรรยากาศภายในการบริการดี พนักงานกริยาวาจาสุภาพ และระบบความปลอดภัย แต่การตัดสินใจใช้บริการโรงแรมเวียงจันทร์ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยมากกว่า

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

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

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

และสรุปจากกรอบแนวคิดผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของพาราสุรามัน เซทแฮล์มและเบอร์รี (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1985: 42) เป็นหลักเพราะทฤษฎีนี้กล่าวว่าคุณภาพบริการ คือ การรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการโดยทำการเปรียบเทียบ ความต้องการ ความคาดหวังกับการบริการที่จะได้รับจริง และองค์กรที่ได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าซึ่งพาราสุรามันและคณะ (Parasuraman, et al. 1994:201-203) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่ได้รับจริงซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้นแต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับอีกด้วย



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้วิจัยทราบจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ โดยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 455,300 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 455,300 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, www.tat.or.th) ขนาดตัวอย่างจึงนำข้อมูลไปเปิดตารางของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ชุด

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5%

การสุ่มตัวอย่าง

1. การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการคัดเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่สามารถทราบความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยประชากรจะถูกเลือกจึงไม่จำเป็นต้องสร้างกรอบตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับลูกค้าชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการกับโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลช่วงเดียวกัน โดยมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ช่วงเดือน ธันวาคม พฤศจิกายน ตุลาคม ตามลำดับ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการรวบรวมคำถามจากการศึกษาตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสรุปเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก สอบถามลักษณะทั่วไปในการพักแรมมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

เกณฑ์ในการแจกแจงความกว้างอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าของชั้นที่มากที่สุด}-\text{ค่าของชั้นที่น้อยสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย สอบถามวัดความคาดหวัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

<u>ระดับความคาดหวัง</u>	<u>ค่าประเมิน</u>
คาดหวังมากที่สุด	5
คาดหวังค่อนข้างมาก	4
เฉย ๆ	3
คาดหวังค่อนข้างน้อย	2
คาดหวังน้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยแบบสอบถามวัดการรับรู้คุณภาพการบริการตามความรับรู้ของผู้มาใช้บริการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามให้เลือกตอบตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

<u>ระดับการรับรู้</u>	<u>ค่าประเมิน</u>
เป็นจริงมากที่สุด	5
เป็นจริงมาก	4
เป็นจริงปานกลาง	3
เป็นจริงน้อย	2
เป็นจริงน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการเจลีเยว (บุญชม ศรีสะอาด. 2542: 82)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอินตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5-1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	คาดหวังค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	เฉย ๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	คาดหวังค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

และ เกณฑ์เฉลี่ยของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	เป็นจริงมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	เป็นจริงมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	เป็นจริงปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	เป็นจริงน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	เป็นจริงน้อยที่สุด

เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการประยุกต์จากการวัดคุณภาพการบริการของพาราสุรามัน เซทแฮล์ม และเบอวี (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1989: 133) ดังนี้

คะแนนการรับรู้ **ลบ** คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นบวก หมายถึง มีคุณภาพการบริการสูงหรือประทับใจในคุณภาพการบริการ

คะแนนการรับรู้ **ลบ** คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นศูนย์ หมายถึง มีคุณภาพการบริการปานกลางหรือพอใจในการบริการ

คะแนนการรับรู้ **ลบ** คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นลบ หมายถึง มีคุณภาพในการบริการต่ำไม่พอใจในการบริการ

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้สำหรับการศึกษาวิจัย ไปทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 ราย กัลยา วานิชย์บัญชา (2544:29) ได้กล่าวไว้ว่าขนาดตัวอย่างในทำ Pre-test ควรทำอย่างน้อย 25 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วานิชย์บัญชา 2544:29 โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = k \frac{\text{covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่าง ๆ
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการเก็บข้อมูลมาจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาดำรง เว็บไซต์ เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิจัย รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่โรงแรมไนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 50 ชุด

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เริ่มจากการนำแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 คน มาตรวจความสมบูรณ์ และความถูกต้อง
2. คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด 50 ชุด
3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปใช้
5. จากนั้นทำการกำหนดรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียงร้อยมาลงรหัส ตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า
6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการของโรงแรม จำนวน 30 คน และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกโดยวิธีหาค่าอัตราส่วนวิกฤติ t เป็นรายข้อ ตามวิธีการของ t (t-test)
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยหาวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด 0.96
8. บันทึกข้อมูลลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows V.11 เป็นโปรแกรมสำหรับประมวลผลข้อมูลทางสถิติเพื่อคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน
9. โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสามารถแยกการวิเคราะห์ได้ ดังนี้
 - 9.1 ใช้ค่าความถี่และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 9.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 - 9.3 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่

1.1 การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ
กลุ่มตัวอย่าง

สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลพื้นฐาน (ชูศรี วงศ์
รัตน์. 2541 : 66) โดยมีสูตรดังนี้ คือ

$$S = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired Sample t-test) ตามความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการ โดยใช้สูตร ดังนี้

สูตร

$$t = \frac{\bar{d}}{S_d / \sqrt{n}}$$

เมื่อ

\bar{d}	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างคู่ที่ทดสอบ
S_d	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่าง
\sqrt{n}	แทน	จำนวนของคู่ที่ถูกทดสอบ

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) (ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2538: 113)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าการแจกแจงของ F
	MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom: df) ระหว่างกลุ่ม คือ $k-1$ ภายในกลุ่ม คือ $n-k$ และรวมทั้งกลุ่ม คือ $n-1$ โดย k แทนจำนวนกลุ่มและ n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ F-test (One-Way ANOVA)

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกันค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ F-test (One-Way ANOVA)

3. เปรียบเทียบกรณีที่มีความแตกต่างรายคู่ในการทดสอบ F-test (One-Way ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติในการทดสอบ คือ Least Significant Difference (LSD)

4. เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

4.1 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการในด้านการต้อนรับ ส่วนหน้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

4.2 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการในด้านห้องพัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

4.3 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการในด้านอาหาร และเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

4.4 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการในด้านการรักษา ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

4.5 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการในด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Paired Sample t-test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน	ค่าเฉลี่ยในการรับรู้ในคุณภาพการบริการ
E	แทน	ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพบริการ
F-Prob,	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
Df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก

ตอนที่ 2 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพัก และกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจจำแนกตามความคุ้นเคยในการเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพัก รูปแบบการจองห้องพัก และความเหมาะสมของการบริการและราคาห้องพัก

ตอนที่ 3 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การรับรู้จริงในคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตาม ตาราง 5 ดังต่อไปนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของ
ลูกค้าในการเข้าพัก วัดถูประสงค์ในการเข้าพัก

	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1.	อายุ		
	1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	6	1.5
	1.2 21-30 ปี	151	37.8
	1.3 31-40 ปี	173	43.3
	1.4 41-50 ปี	45	11.3
	1.5 51-60 ปี	21	5.3
	1.6 มากกว่า 60 ปี	4	1.0
	รวม	400	100
2.	รายได้ต่อเดือน		
	2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	46	11.5
	2.2 10,001-20,000 บาท	74	18.5
	2.3 20,001-30,000 บาท	76	19.0
	2.4 มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป	204	51.0
	รวม	400	100
3.	ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
	3.1 ลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง	247	61.8
	3.2 ลูกค้าที่มาที่บริษัททัวร์	18	4.5
	3.3 ลูกค้าที่มาที่หน่วยงานเอกชน	99	24.8
	3.4 ลูกค้าที่มาที่หน่วยงานราชการ	29	7.3
	3.5 ลูกค้าที่มาที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	7	1.8
	รวม	400	100

ตาราง 5 (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4.	วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก		
	4.1 พักผ่อน	265	66.3
	4.2 ประชุมสัมมนา	114	28.5
	4.3 จัดเลี้ยง, สังสรรค์	21	5.3
	รวม	400	100

จากตาราง 5 สามารถอธิบายลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

1. อายุ เมื่อพิจารณาอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.8 ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.3 ช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.3 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.5 และน้อยที่สุดเป็นช่วงอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.0

2. รายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณารายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมามีรายได้เท่ากับ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 และน้อยที่สุดคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.5

3. ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาเป็นลูกค้าที่มาหน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ลูกค้าที่มาหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ลูกค้าที่มาบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยที่สุดคือลูกค้าที่มาหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.8

4. วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่ เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาเพื่อประชุมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 28.5 และน้อยที่สุดคือลูกค้าที่มาเพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดเลี้ยงและสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

	ลักษณะทั่วไปในการเข้าพัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
1.	ก่อนครั้งนี้เคยมาพักที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือไม่		
	1.1 เคย	188	47.0
	1.2 ไม่เคย	212	53.0
	รวม	400	100
2.	ระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เคยเข้ามาใช้บริการโรงแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาเป็นประจำ		
	2.1 1 คืน	86	45.7
	2.2 2 คืน	92	48.9
	2.3 3 คืน	8	4.3
	2.4 4 คืน	2	1.1
	รวม	188	100

ตาราง 6 (ต่อ)

	ลักษณะการจองห้องพัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
3.	ความถี่ในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมเป็นประจำ		
	3.1 1 ครั้ง/ปี	114	60.6
	3.2 2 ครั้ง/ปี	56	29.8
	3.3 3 ครั้ง/ปี	12	6.4
	3.4 4 ครั้ง/ปี	2	1.1
	3.5 5 ครั้ง/ปี	4	2.1
	รวม	188	100
4.	รูปแบบการจองห้องพัก		
	4.1 จองด้วยตัวเองทางอินเทอร์เน็ต	56	14.0
	4.2 จองผ่านพนักงานขายของโรงแรม	170	42.5
	4.3 จองผ่านบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ	18	4.5
	4.4 จองผ่านพนักงานขายของโรงแรม	21	5.3
	4.5 จองผ่านทางหน่วยงานที่ทำงาน	135	33.8
	รวม	400	100
5.	ความเหมาะสมของการบริการและราคาห้องพัก		
	5.1 การบริการและราคาห้องพักมีความเหมาะสม	341	85.2
	5.2 การบริการและราคาห้องพักไม่มีความเหมาะสม	59	14.8
	รวม	400	100

ตาราง 6 (ต่อ)

	ลักษณะทั่วไปในการเข้าพัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
6.	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจ		
	6.1 ส่องเรือในแม่น้ำ	287	40.9
	6.2 ชี่จักรยานรอบเกาะเมือง	104	14.8
	6.3 งานประเพณีประจำปี	90	12.8
	6.4 สปาเพื่อสุขภาพ	116	16.5
	6.5 ชี่ช้างชมโบราณสถาน	104	14.8
	6.6 อื่น ๆ	28	0.2
	รวม	729	100

จากตาราง 6 อธิบายข้อมูลลักษณะโดยทั่วไปในการพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดังนี้

1. ก่อนครั้งนี้ที่มาพักนักท่องเที่ยวชาวไทยเคยมาพักในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
หรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่เคยมาพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน
คิดเป็นร้อยละ 53.0 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็น
ร้อยละ 47.0

2. ระยะเวลาในการเข้าพัก เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการเข้าพัก พบว่านักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน จำนวน 188 คน ส่วนใหญ่
มีระยะเวลาในการเข้าพักนานที่สุด 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาคือมีระยะเวลาในการเข้า
พัก 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ระยะเวลาในการเข้าพัก 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และน้อยที่สุด
ระยะเวลาในการเข้าพัก 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 1.1

3. ความถี่ในการเข้าพัก เมื่อพิจารณาความถี่ในการเข้าพัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก่อน จำนวน 188 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าพักจำนวน 1 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาคือความถี่ในการเข้าพัก 2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 ความถี่ในการเข้าพัก 3 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 6.4 ความถี่ในการเข้าพัก 5 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 2.1 น้อยที่สุดคือความถี่ในการเข้าพัก 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 1.1

4. รูปแบบของการจองห้องพัก เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการเข้าพัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่จองห้องพักด้วยตนเองเมื่อมาถึงโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือลูกค้าที่จองผ่านหน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.8 จองด้วยตัวเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 14.0 จองผ่านพนักงานขายของโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 5.3 และน้อยที่สุดคือการจองผ่านบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.5

5. ความเหมาะสมของการบริการและราคาห้องพัก เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับความเหมาะสมของการบริการและราคาห้องพัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เห็นว่ามีเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 85.2 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่คิดว่าไม่มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 14.8

6. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสนใจ เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับกิจกรรมล่องเรือในแม่น้ำ คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือกิจกรรมสปาเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 16.5 กิจกรรมขี่จักรยานรอบเกาะเมืองและขี่ช้างชมโบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 14.8 งานประเพณีประจำปี คิดเป็นร้อยละ 12.8 และน้อยที่สุดคือกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ขับรถชมวิว กีฬา เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตอนที่ 3 ข้อมูลวิเคราะห์ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตาราง 7 ดังต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
ผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	4.17	0.612	คาดหวังค่อนข้างมาก
ด้านห้องพัก	4.22	0.618	คาดหวังมากที่สุด
ด้านการรักษาความปลอดภัย	4.27	0.708	คาดหวังมากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.24	0.664	คาดหวังมากที่สุด
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.30	0.644	คาดหวังมากที่สุด
รวม	4.24	0.599	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 7 เมื่อพิจารณาในภาพรวมของการบริการแล้ว ระดับเฉลี่ยความคาดหวังในการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ($\bar{X} = 4.24$) พบว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด

เมื่อพิจารณาตามคุณภาพการบริการรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด 4 ด้าน และคาดหวังอยู่ในระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก 1 ด้าน ซึ่งในระดับความคาดหวังมากที่สุดมี 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา คือ ด้านการรักษาความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.27$) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านห้องพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.22$) และด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งอยู่ในระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรม
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
พนักงานมีการแต่งกายที่สวยงาม สะอาด เรียบร้อย	4.14	0.716	คาดหวังค่อนข้างมาก
พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีความ กระตือรือร้น			
ที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.29	0.711	คาดหวังมากที่สุด
พนักงานมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหา			
ได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของท่าน	4.12	0.796	คาดหวังค่อนข้างมาก
พนักงานมีกิริยา วาจา มารยาทที่สุภาพเป็นมิตร			
ต้อนรับท่านด้วยความเสมอภาค	4.30	0.752	คาดหวังมากที่สุด
ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้ามีการบันทึกข้อมูลความ ต้องการ			
ต่าง ๆ ของท่านได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	4.13	0.763	คาดหวังค่อนข้างมาก
ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าได้นำเครื่องมือและอุปกรณ์			
ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ	3.97	0.785	คาดหวังค่อนข้างมาก
แผนกต้อนรับส่วนหน้า มีระยะเวลาการเปิดบริการ	4.30	0.785	คาดหวังมากที่สุด
ตลอด 24 ชั่วโมง			
รวม	4.17	0.612	คาดหวัง ค่อนข้างมาก

จากตาราง 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังในด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยรวมอยู่ในระดับความคาดหวัง
ค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.17$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคาดหวังให้พนักงานมีกิริยา วาจา มารยาทที่สุภาพ เป็นมิตร ด้อนรับท่านด้วยความเสมอภาค และแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีระยะเวลาการเปิดบริการ ตลอด 24 ชั่วโมง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือความคาดหวังให้พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีระดับมากที่สุด มีระดับคะแนนเฉลี่ย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) ความคาดหวังให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้า การแต่งกายที่สวยงาม สะอาด เรียบร้อย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.14$) ความคาดหวังให้ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้ามีการบันทึกข้อมูลความต้องการต่าง ๆ ของท่านได้อย่างถูกต้องแม่นยำ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) ความต้องการให้พนักงานมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของท่าน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$) ความคาดหวังให้ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าได้นำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.97$) ซึ่งมีระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านห้องพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
ห้องพักมีการตกแต่งสวยงาม สะอาด น่านอน	4.29	0.764	คาดหวังมากที่สุด
ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย	4.15	0.769	คาดหวังค่อนข้างมาก
ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบทันสมัย	4.03	0.822	คาดหวังค่อนข้างมาก
ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการอย่างครบครัน	4.27	0.747	คาดหวังมากที่สุด
สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในห้องพักจัดไว้เป็นระเบียบ สะอาดและง่ายต่อการใช้สอย	4.30	0.721	คาดหวังมากที่สุด
โรงแรมมีห้องพักเพียงพอต่อความต้องการ	4.28	0.719	คาดหวังมากที่สุด
รวม	4.22	0.618	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังในด้านห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคาดหวังในสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในห้องพักจัดไว้เป็นระเบียบ สะอาดและง่ายต่อการใช้สอย มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ ความคาดหวังให้ห้องพักมีการตกแต่งสวยงาม สะอาด น่าพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) ความคาดหวังให้โรงแรมมีห้องพักเพียงพอต่อความต้องการ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$) ความคาดหวังให้ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการอย่างครบครัน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.27$) ความคาดหวังให้ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.15$) และความคาดหวังให้ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบทันสมัย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.03$) ซึ่งเป็นระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการรักษาความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน	4.33	0.751	คาดหวังมากที่สุด
โรงแรมมีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรักษาความปลอดภัย	4.24	0.776	คาดหวังมากที่สุด
โรงแรมมีการกระจายพนักงานการรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงทุกจุดโรงแรม	4.18	0.850	ค า ด ห ว้ ง ค่อนข้างมาก
โรงแรมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	4.38	0.756	คาดหวังมากที่สุด
จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอต่อการให้บริการ	4.21	0.797	คาดหวังมากที่สุด
ท่านรู้สึกอบอุ่นและไว้วางใจตลอดการเข้าพักที่โรงแรม	4.29	0.767	คาดหวังมากที่สุด
รวม	4.27	0.708	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการด้านการรักษาความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคาดหวังต่อโรงแรมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.38$) ความคาดหวังต่อโรงแรมในการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$) ความคาดหวังต่อโรงแรมที่ให้ความรู้สึกอบอุ่นและไว้วางใจตลอดการเข้าพักที่โรงแรม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) ความคาดหวังให้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรักษาความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) ความคาดหวังให้มีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งมีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.21$) และความคาดหวังให้การกระจายพนักงานการรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงทุกจุดโรงแรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.18$) ซึ่งมีระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
ลักษณะความงดงามของอาคารภายนอก	4.25	0.704	คาดหวังมากที่สุด
ลักษณะความงดงามของการตกแต่งอาคารภายใน	4.28	0.733	คาดหวังมากที่สุด
บริเวณที่จอดรถมีไว้บริการอย่างเพียงพอลักษณะระบบ การระบายน้ำเสีย และอากาศเสีย	4.29	0.768	คาดหวังมากที่สุด
ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.21	0.786	คาดหวังมากที่สุด
มีการเก็บรวบรวมขยะได้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด	4.20	0.775	คาดหวังมากที่สุด
จัดหาพนักงานดูแลทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง	4.19	0.762	คาดหวังค่อนข้างมาก
บรรยากาศบริเวณแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีการ ตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ	4.28	0.738	คาดหวังมากที่สุด
บริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมมีไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึง	4.26	0.757	คาดหวังมากที่สุด
รวม	4.24	0.664	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคาดหวังต่อโรงแรมให้จัดบริเวณที่จอดรถมีไว้บริการอย่างเพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.29$) ความคาดหวังต่อโรงแรมให้ลักษณะความงดงามของการตกแต่งอาคารภายในและบรรยากาศบริเวณแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีการ ตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$) ความคาดหวังต่อโรงแรมให้บริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมมีไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$) ความคาดหวังต่อโรงแรมในลักษณะความงดงามของอาคารภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$) ความคาดหวังต่อโรงแรมให้มีลักษณะระบบการระบายน้ำเสีย และอากาศเสีย ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.21$) ความคาดหวังต่อโรงแรมให้มีการเก็บรวบรวมขยะได้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด ซึ่งมีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.20$) และความคาดหวังต่อโรงแรมให้มีเจ้าหน้าที่พนักงานดูแลทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.19$) ซึ่งมีระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง
โรงแรมมีบริการอาหารหลายประเภท	4.32	0.712	คาดหวังมากที่สุด
โรงแรมมีบริการเครื่องดื่มหลายประเภท	4.26	0.748	คาดหวังมากที่สุด
ห้องอาหารมีการตกแต่งสวยงาม	4.22	0.721	คาดหวังมากที่สุด
ห้องอาหารมีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอย่างเพียงพอ	4.26	0.749	คาดหวังมากที่สุด
ห้องอาหารมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.27	0.757	คาดหวังมากที่สุด
พนักงานให้ความดูแลลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจสุภาพอ่อนน้อม	4.38	0.702	คาดหวังมากที่สุด

ตาราง 12 (ต่อ)

ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.32	0.744	คาดหวังมากที่สุด
อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรับประทานอาหารมีความ สะอาด	4.39	0.721	คาดหวังมากที่สุด
อาหารที่นำมาปรุงมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.28	0.795	คาดหวังมากที่สุด
อาหารปรุงจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ รสชาติดี สะอาด อร่อย เหมาะสมกับราคา	4.35	0.765	คาดหวังมากที่สุด
รวม	4.30	0.644	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคาดหวังให้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรับประทานอาหารมีความสะอาด มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.39$) ความคาดหวังให้พนักงานดูแลลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.38$) ความคาดหวังให้อาหารปรุงจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ รสชาติดี สะอาด อร่อย เหมาะสมกับราคา มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.35$) ความคาดหวังให้โรงแรมมีบริการอาหารหลายประเภทและพนักงาน แต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.32$) ความคาดหวังให้อาหารที่นำมาปรุง มีคุณค่าทางโภชนาการ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$) ความคาดหวังให้ห้องอาหารมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.27$) ความคาดหวังให้โรงแรมมีบริการเครื่องดื่มหลายประเภทและห้องอาหารมีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอย่างเพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$) ความคาดหวังให้ห้องอาหารมีการตกแต่งสวยงาม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.22$) ซึ่งเป็นระดับความคาดหวังมากที่สุด

ตอนที่ 4 การรับรู้ในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตาม ตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ให้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	3.43	0.462	เป็นจริงมาก
ด้านห้องพัก	3.56	0.475	เป็นจริงมาก
ด้านการรักษาความปลอดภัย	3.37	0.557	เป็นจริงปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.54	0.511	เป็นจริงมาก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.50	0.522	เป็นจริงมาก
รวม	3.48	0.425	เป็นจริงมาก

จากตาราง 13 เมื่อพิจารณาในภาพรวมของการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แล้วพบว่า มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.48$) อยู่ในระดับเกณฑ์การรับรู้ที่เป็นจริงมาก

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับค่าคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับการรับรู้ที่เป็นจริงมาก 4 ด้าน โดยรับรู้จริงในด้านห้องพัก มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งมีระดับการรับรู้เป็นจริงมาก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.50$) ด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.43$) ด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.37$) ซึ่งมีการรับรู้อยู่ในระดับการรับรู้เป็นจริงปานกลาง

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
พนักงานมีการแต่งกายที่สวยงาม สะอาดเรียบร้อย	3.53	0.624	เป็นจริงมาก
พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.46	0.648	เป็นจริงมาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของท่าน	3.26	0.590	เป็นจริงปานกลาง
พนักงานมีกิริยา วาจา มารยาทที่สุภาพเป็นมิตร ต้อนรับท่านด้วยความเสมอภาค	3.58	0.681	เป็นจริงมาก
ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้ามีการบันทึกข้อมูลความต้องการต่าง ๆ ของท่านได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.34	0.725	เป็นจริงปานกลาง
ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าได้นำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ	3.19	0.716	เป็นจริงปานกลาง
แผนกต้อนรับส่วนหน้า มีระยะเวลาการเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.66	0.820	เป็นจริงมาก
รวม	3.43	0.462	เป็นจริงมาก

จากตาราง 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยรวมอยู่ในระดับการรับรู้เป็นจริงมาก ($\bar{X} = 3.43$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ต่อแผนกต้อนรับส่วนหน้า มีระยะเวลาการเปิดบริการ ตลอด 24 ชั่วโมง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ การรับรู้ต่อพนักงานมีกิริยา วาจา มารยาทที่สุภาพเป็นมิตร ต้อนรับท่านด้วยความเสมอภาค มีระดับคะแนนเฉลี่ย

($\bar{X} = 3.58$) การรับรู้ต่อพนักงานมีการแต่งกายที่สวยงาม สะอาดเรียบร้อย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.53$) การรับรู้ต่อพนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีระดับการรับรู้เป็นจริงมาก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.46$) การรับรู้ต่อฝ่ายต้อนรับส่วนหน้ามีการบันทึกข้อมูลความต้องการ ต่าง ๆ ของท่านได้อย่างถูกต้องแม่นยำ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.34$) การรับรู้ต่อพนักงานมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของท่าน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.26$) การรับรู้ต่อฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าได้นำเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.19$)

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านห้องพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
ห้องพักมีการตกแต่งสวยงาม สะอาด นำพัก	3.54	0.620	เป็นจริงมาก
ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย	3.56	0.716	เป็นจริงมาก
ห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบทันสมัย	3.38	0.661	เป็นจริงปานกลาง
ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการอย่างครบครัน	3.53	0.721	เป็นจริงมาก
สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในห้องพักจัดไว้เป็นระเบียบ สะอาดและง่ายต่อการใช้สอย	3.68	0.616	เป็นจริงมาก
โรงแรมมีห้องพักเพียงพอต่อความต้องการ	3.70	0.672	เป็นจริงมาก
รวม	3.56	0.475	เป็นจริงมาก

จากตาราง 15 พบว่าตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพักโดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงมาก ($\bar{X} = 3.56$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ต่อโรงแรมมีห้องพักเพียงพอต่อความต้องการ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในห้องพักจัดไว้เป็นระเบียบ สะอาดและง่ายต่อการใช้สอย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.68$) การรับรู้ต่อห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.56$) ห้องพักมีการตกแต่งสวยงาม สะอาด น่าพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) การรับรู้ต่อห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการอย่างครบครัน ซึ่งมีระดับการรับรู้เป็นจริงมาก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.53$) และการรับรู้ต่อห้องพักมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบทันสมัย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.38$) เป็นระดับการรับรู้เป็นจริงมาก

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ด้านการรักษาความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน	3.45	0.734	เป็นจริงมาก
โรงแรมมีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรักษาความปลอดภัย	3.31	0.639	เป็นจริงปานกลาง
โรงแรมมีการกระจายพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงทุกจุดโรงแรม	3.18	0.701	เป็นจริงปานกลาง
โรงแรมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.49	0.788	เป็นจริงมาก
จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอต่อการให้บริการ	3.34	0.699	เป็นจริงปานกลาง
ทำนุรู้ฝึกอบรมและไว้วางใจตลอดการเข้าพักที่โรงแรม	3.46	0.728	เป็นจริงมาก
รวม	3.37	0.557	เป็นจริงปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้คุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านการรักษาความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ต่อโรงแรมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.49$) รองลงมาคือ การรับรู้ต่อความรู้ดีก่อนและไว้วางใจตลอดการเข้าพักที่โรงแรม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.46$) การรับรู้ต่อโรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.45$) เป็นระดับการรับรู้เป็นจริงมาก การรับรู้ต่อจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอต่อการให้บริการ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.34$) การรับรู้ต่อโรงแรมมีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรักษาความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.31$) และการรับรู้ต่อโรงแรมมีการกระจายพนักงานรักษาความปลอดภัย อย่างทั่วถึงทุกจุดของโรงแรม ซึ่งมีระดับการรับรู้เป็นจริงปานกลาง มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 3.18$)

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
ลักษณะความงดงามของอาคารภายนอก	3.54	0.659	เป็นจริงมาก
ลักษณะความงดงามของการตกแต่งอาคารภายใน	3.53	0.686	เป็นจริงมาก
บริเวณที่จอดรถมีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.57	0.776	เป็นจริงมาก
ลักษณะระบบการระบายน้ำเสีย และอากาศเสียที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.44	0.709	เป็นจริงมาก
มีการเก็บรวบรวมขยะได้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด	3.58	0.704	เป็นจริงมาก

ตาราง 17 (ต่อ)

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านสิ่งแวดล้อม กายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
จัดหาพนักงานดูแลทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง	3.57	0.708	เป็นจริงมาก
บรรยากาศบริเวณแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีการ ตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ	3.67	0.690	เป็นจริงมาก
บริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมมีไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึง	3.48	0.656	เป็นจริงมาก
รวม	3.54	0.511	เป็นจริงมาก

จากตาราง 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้คุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงมาก ($\bar{X} = 3.54$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ต่อบรรยากาศบริเวณแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีการตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.67$) การรับรู้ต่อการเก็บรวบรวมขยะได้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.58$) การรับรู้ต่อบริเวณที่จอดรถมีให้บริการอย่างเพียงพอและจัดหาพนักงานดูแลทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.57$) การรับรู้ต่อลักษณะความงดงามของอาคารภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) การรับรู้ต่อลักษณะความงดงามของการตกแต่งอาคารภายใน มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.53$) การรับรู้ต่อบริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมมีไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$) การรับรู้ต่อลักษณะระบบการระบายน้ำเสีย และอากาศเสียที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.44$)

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้จริงของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม

การรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
โรงแรมมีบริการอาหารหลายประเภท	3.37	0.647	เป็นจริงปานกลาง
โรงแรมมีบริการเครื่องดื่มหลายประเภท	3.43	0.712	เป็นจริงมาก
ห้องอาหารมีการตกแต่งสวยงาม	3.40	0.656	เป็นจริงปานกลาง
ห้องอาหารมีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.49	0.798	เป็นจริงมาก
ห้องอาหารมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.48	0.671	เป็นจริงมาก
พนักงานให้ความดูแลลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจสุภาพอ่อนน้อม	3.63	0.728	เป็นจริงมาก
พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	3.69	0.747	เป็นจริงมาก
อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรับประทานอาหารมีความสะอาด	3.59	0.716	เป็นจริงมาก
อาหารที่นำมาปรุงมีคุณค่าทางโภชนาการ	3.54	0.632	เป็นจริงมาก
อาหารปรุงจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ รสชาติดี สะอาด อร่อย เหมาะสมกับราคา	3.45	0.685	เป็นจริงมาก
รวม	3.50	0.522	เป็นจริงมาก

จากตาราง 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้คุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับเป็นจริงมาก ($\bar{X} = 3.50$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ต่อพนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ การรับรู้ต่อพนักงานให้ความดูแลลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.63$) การรับรู้ต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรับประทานอาหารมีความสะอาด มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.59$) การรับรู้ต่ออาหารที่นำมาปรุงมีคุณค่าทางโภชนาการ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) การรับรู้ต่อห้องอาหารมี

อาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอย่างเพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.49$) การรับรู้ต่อห้องอาหาร มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$) การรับรู้ต่ออาหารปรุงจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ รสชาติดีสะอาด อร่อย เหมาะสมกับราคา มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.45$) การรับรู้ต่อโรงแรมมีบริการเครื่องดื่มหลายประเภท ซึ่งมีระดับการรับรู้เป็นจริงมาก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.43$) การรับรู้ต่อห้องอาหารมีการตกแต่งสวยงาม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.40$) การรับรู้ต่อโรงแรมมีบริการอาหารหลายประเภท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.37$)

**ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง
ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของกลุ่มลูกค้าชาวไทย

เกณฑ์ในการประเมิน	P	E	(P-E)	S.D.	คุณภาพการบริการ
คุณภาพบริการ					
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	3.43	4.17	-0.74	0.637	ต่ำกว่าความคาดหวัง
ด้านห้องพัก	3.56	4.22	-0.66	0.630	ต่ำกว่าความคาดหวัง
ด้านการรักษาความปลอดภัย	3.37	4.27	-0.90	0.789	ต่ำกว่าความคาดหวัง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.54	4.24	-0.70	0.761	ต่ำกว่าความคาดหวัง
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.50	4.30	-0.80	0.685	ต่ำกว่าความคาดหวัง
ภาพรวม	3.48	4.24	-0.76	0.616	ต่ำกว่าความคาดหวัง

จากตาราง 19 พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการโดยรวมต่ำกว่าความคาดหวัง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.76$)

ซึ่งหมายถึงมีคุณภาพการบริการต่ำไม่พอใจในการบริการ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีความไม่พอใจในด้านการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.90$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความไม่พอใจด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.80$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความไม่พอใจด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.74$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความไม่พอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นระดับคุณภาพการบริการต่ำว่าความคาดหวัง มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.70$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความไม่พอใจ ด้านห้องพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = -0.66$)

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้ำ ในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัน จะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน จะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่าค่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 แสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพ บริการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	4.670	5	0.934	2.538	0.028
	ภายในกลุ่ม	145.033	394	0.368		
	รวม	149.704	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	5.428	5	1.086	2.905	0.014
	ภายในกลุ่ม	147.231	394	0.374		
	รวม	152.660	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5.204	5	1.041	2.101	0.065
	ภายในกลุ่ม	195.205	394	0.495		
	รวม	200.409	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.025	5	1.205	2.788	0.017
	ภายในกลุ่ม	170.300	394	0.432		
	รวม	176.325	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	6.514	5	1.303	3.224	0.007
	ภายในกลุ่ม	159.214	394	0.404		
	รวม	165.728	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.383	5	1.077	3.077	0.010
	ภายในกลุ่ม	137.864	394	0.350		
	รวม	143.247	399			

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบพบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.010 < 0.05$) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ

ต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ว่ามี ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.028, 0.014, 0.017 และ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.028, 0.014, 0.017 และ 0.007 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน

ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย พบว่ามีค่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.065 > 0.05) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัยที่ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี 4.47	21-30 ปี 4.28	31-40 ปี 4.13	41-50 ปี 4.46	51-60 ปี 4.37	มากกว่า 60 ปี 3.95
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	4.47	- -	0.188 (-0.445)	0.333 (0.175)	0.005 (0.982)	0.098 (0.720)	0.517 (0.176)
21-30 ปี	4.28		- -	0.145* (0.028)	-0.182 (0.070)	-0.090 (0.513)	0.329 (0.272)
31-40 ปี	4.13			- -	-0.327* (0.001)	-0.235 (0.086)	0.184 (0.538)
41-50 ปี	4.46				- -	0.092 (0.555)	0.511 (0.098)
51-60 ปี	4.37					- -	0.419 (0.194)
มากกว่า 60 ปี	3.95						- -

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคาดหวังต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมแตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ
31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านการต้อนรับ
ส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี 4.47	21-30 ปี 4.19	31-40 ปี 4.08	41-50 ปี 4.39	51-60 ปี 4.30	มากกว่า 60 ปี 4.00
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	4.47	-	0.278 (0.271)	0.393 (0.119)	0.085 (0.745)	0.170 (0.545)	0.476 (0.225)
21-30 ปี	4.19	-	-	0.115 (0.089)	-0.192 (0.062)	-0.108 (0.443)	0.197 (0.520)
31-40 ปี	4.08	-	-	-	-0.307* (0.003)	-0.223 (0.112)	0.082 (0.788)
41-50 ปี	4.39	-	-	-	-	0.084 (0.599)	0.390 (0.218)
51-60 ปี	4.30	-	-	-	-	-	0.306 (0.356)
มากกว่า 60 ปี	4.00	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่าง
กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านห้องพัก
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี 4.38	21-30 ปี 4.26	31-40 ปี 4.10	41-50 ปี 4.44	51-60 ปี 4.34	มากกว่า 60 ปี 4.00
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	4.38	-	0.120 (0.636)	0.282 (0.267)	-0.051 (0.845)	0.047 (0.866)	0.388 (0.325)
21-30 ปี	4.26	-	-	0.161* (0.018)	-0.172 (0.097)	-0.073 (0.608)	0.268 (0.387)
31-40 ปี	4.10	-	-	-	-0.333* (0.001)	-0.234 (0.098)	0.106 (0.730)
41-50 ปี	4.44	-	-	-	-	0.099 (0.538)	0.440 (0.168)
51-60 ปี	4.34	-	-	-	-	-	0.341 (0.307)
มากกว่า 60 ปี	4.00	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคาดหวังต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่ม
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านการรักษาความปลอดภัยโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.44	4.31	4.16	4.48	4.40	4.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.44	-	0.128 (0.661)	0.280 (0.338)	-0.040 (0.894)	0.039 (0.903)	0.444 (0.329)
21-30 ปี	4.31		-	0.151 (0.053)	-0.169 (0.157)	-0.089 (0.587)	0.315 (0.377)
31-40 ปี	4.16			-	-0.321* (0.007)	-0.241 (0.139)	0.163 (0.646)
41-50 ปี	4.48				-	0.080 (0.666)	0.485 (0.187)
51-60 ปี	4.40					-	0.404 (0.292)
มากกว่า 60 ปี	4.00						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 4.45	21-30 ปี 4.30	31-40 ปี 4.12	41-50 ปี 4.41	51-60 ปี 4.39	มากกว่า 60 ปี 3.81
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.45	-	0.148 (0.587)	0.334 (0.221)	-0.041 (0.884)	0.059 (0.845)	0.645 (0.129)
21-30 ปี	4.30	-	-	0.186* (0.011)	-0.107 (0.338)	-0.089 (0.560)	0.497 (0.136)
31-40 ปี	4.12	-	-	-	-0.293* (0.008)	0.275 (0.071)	0.311 (0.350)
41-50 ปี	4.41	-	-	-	-	0.017 (0.918)	0.604 (0.079)
51-60 ปี	4.39	-	-	-	-	-	0.586 (0.103)
มากกว่า 60 ปี	3.81	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 4.58	21-30 ปี 4.31	31-40 ปี 4.20	41-50 ปี 4.58	51-60 ปี 4.40	มากกว่า 60 ปี 3.95
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.58	-	0.265 (0.316)	0.376 (0.155)	-0.005 (0.984)	0.173 (0.555)	0.633 (0.124)
21-30 ปี	4.31		-	0.110 (0.118)	-0.271* (0.012)	-0.091 (0.536)	0.367 (0.254)
31-40 ปี	4.20			-	-0.382* (0.000)	-0.202 (0.169)	0.256 (0.425)
41-50 ปี	4.58				-	0.179 (0.286)	0.638 (0.055)
51-60 ปี	4.40					-	0.459 (0.186)
มากกว่า 60 ปี	3.95						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ดังแสดงดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงการทดสอบ เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	F-Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	1.457	3	0.486	1.297	0.275
	ภายในกลุ่ม	148.247	396	0.374		
	รวม	149.704	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	1.908	3	0.636	1.671	0.173
	ภายในกลุ่ม	150.752	396	0.381		
	รวม	152.660	399			
ด้านการรักษาความ ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.738	3	1.579	3.196	0.023
	ภายในกลุ่ม	195.670	396	0.494		
	รวม	200.409	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.293	3	0.764	1.739	0.158
	ภายในกลุ่ม	174.032	396	0.439		
	รวม	176.325	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	3.705	3	1.235	3.019	0.030
	ภายในกลุ่ม	162.023	396	0.409		
	รวม	165.728	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.503	3	0.834	2.347	0.072
	ภายในกลุ่ม	140.745	396	0.355		
	รวม	145.247	399			

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบพบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ในด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่ามีค่า ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.023 และ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.023 และ $0.030 < 0.050$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่แตกต่างกัน

ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.275, 0.173 และ 0.158 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.275 0.173 และ $0.158 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
โดยรวมเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป
		4.22	4.34	4.09	4.26
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	4.22	-	0.121 (0.278)	0.125 (0.260)	0.042 (0.661)
10,001-20,000 บาท	4.34		-	0.247* (0.011)	0.078 (0.330)
20,001-30,000 บาท	4.09			-	0.168* (0.036)
มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	4.26				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป
		4.24	4.43	4.08	4.28
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.24	-	0.196 (0.137)	0.155 (0.238)	0.044 (0.696)
10,001-20,000 บาท	4.43		-	0.351* (0.002)	0.151 (0.113)
20,001-30,000 บาท	4.08			-	0.199* (0.035)
มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	4.28				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาทขึ้นไป
		4.28	4.40	4.11	4.34
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.28	-	0.117 (0.328)	0.170 (0.154)	0.053 (0.612)
10,001-20,000 บาท	4.40		-	0.288* (0.006)	0.064 (0.457)
20,001-30,000 บาท	4.11			-	0.223* (0.010)
มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	4.34				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำแนกแบ่งตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่แบ่งตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่แบ่งตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่ากว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ดังแสดงดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
ต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภท
ของลูกค้าในการเข้าพัก

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	MS	F	F-Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	3.411	4	0.853	2.303	0.058
	ภายในกลุ่ม	146.293	395	0.370		
	รวม	149.704	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	6.102	4	1.525	4.111	0.003
	ภายในกลุ่ม	146.558	395	0.371		
	รวม	152.660	399			
ด้านการรักษาความ ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	6.729	4	1.682	3.431	0.009
	ภายในกลุ่ม	193.679	395	0.490		
	รวม	200.409	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.935	4	1.234	2.843	0.024
	ภายในกลุ่ม	171.390	395	0.434		
	รวม	176.325	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4.342	4	1.086	2.657	0.033
	ภายในกลุ่ม	161.386	395	0.409		
	รวม	165.728	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.109	4	1.027	2.917	0.021
	ภายในกลุ่ม	139.138	395	0.352		
	รวม	143.247	399			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทของลูกค้าในการเข้าพักกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.021 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการโดยรวม ในระดับที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ในด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม พบว่ามีค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.003, 0.009, 0.024 และ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.02 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

ส่วนด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.058 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.058 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประเภทของลูกค้าในการเข้าพักที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหาร และเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามประเภทของลูกค้า
ในการเข้าพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้าใน การเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		4.23	4.08	4.36	4.10	3.76
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.23	-	0.147 (0.308)	-0.133 (0.060)	0.126 (0.278)	0.466* (0.041)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	4.08	-	-	-0.281 (0.065)	-0.021 (0.905)	0.319 (0.228)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.36	-	-	-	0.259* (0.039)	0.600* (0.010)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.10	-	-	-	-	0.340 (0.174)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.76	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่าง
กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานราชการ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง 4.18	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์ 4.15	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน 4.23	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ 4.01	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ 3.61
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.18	-	0.310 (0.835)	-0.048 (0.504)	0.174 (0.144)	0.577* (0.014)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	4.15	-	-	-0.079 (0.611)	-0.144 (0.431)	0.546* (0.044)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.23	-	-	-	0.223 (0.083)	0.625* (0.009)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.01	-	-	-	-	0.402 (0.117)
ลูกค้าที่มากับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.61	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับ ส่วนหน้า แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		4.24	3.75	4.31	4.07	3.90
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.24	-	0.485*	-0.067	0.169	0.339
		-	(0.001)	(0.354)	(0.157)	(0.147)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.75	-	-	-0.552*	-0.315	-0.145
		-	-	(0.000)	(0.085)	(0.592)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.31	-	-	-	0.236	0.406
		-	-	-	(0.066)	(0.089)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.07	-	-	-	-	0.170
		-	-	-	-	(0.508)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.90	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพร้อมกับบริษัททัวร์ มีความคาดหวังต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่ม
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก ในด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		4.26	4.06	4.42	4.06	3.66
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.26	-	0.204* (0.233)	-0.151 (0.069)	0.200 (0.146)	0.602** (0.025)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	4.06	-	-	-0.356* (0.048)	-0.004 (0.984)	-0.398 (0.203)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.42	-	-	-	0.351* (0.018)	0.754* (0.006)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.06	-	-	-	-	0.402 (0.173)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.66	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

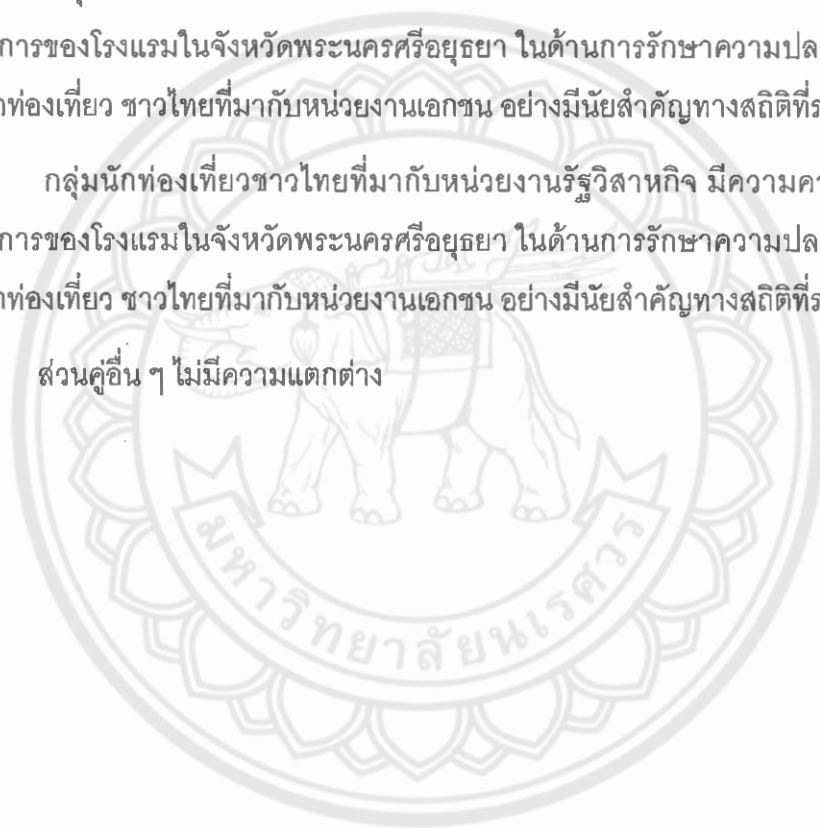
จากตาราง 35 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานราชการ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		4.19	4.20	4.41	4.14	3.85
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.19	- -	-0.010 (0.948)	-0.221* (0.005)	0.055 (0.667)	0.340 (0.178)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	4.20		- -	-0.210 (0.212)	-0.066 (0.738)	-0.351 (0.232)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.41			- -	0.277* (0.047)	0.562* (0.030)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.14				- -	0.285 (0.305)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.85					- -

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานเอกชน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานราชการ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่หน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		4.27	4.24	4.45	4.24	3.80
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	4.27	-	-0.028 (0.853)	-0.178* (0.020)	0.031 (0.799)	0.473 (0.054)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	4.24		-	-0.207 (0.207)	0.003 (0.987)	0.444 (0.119)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	4.45			-	0.210 (0.120)	0.651* (0.010)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	4.24				-	0.441 (0.102)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.88					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่กับหน่วยงานเอกชน มีความ
คาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและ
เครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักแตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่ากว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ดังแสดงดังตาราง 38

ตาราง 38 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Ss	Df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	7.161	2	3.581		
	ภายในกลุ่ม	142.542	397	0.359	9.973	0.000
	รวม	149.704	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	4.222	2	2.111		
	ภายในกลุ่ม	148.438	397	0.374	5.646	0.004
	รวม	152.660	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.845	2	2.422		
	ภายในกลุ่ม	195.564	397	0.493	4.918	0.008
	รวม	200.409	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.364	2	1.682		
	ภายในกลุ่ม	172.961	397	0.436	3.861	0.022
	รวม	176.325	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	2.659	2	1.330		
	ภายในกลุ่ม	163.069	397	0.411	3.237	0.040
	รวม	165.728	399			
รวม	ระหว่าง กลุ่ม					
	ภายใน กลุ่ม	3.883	2	1.941		
	ภายใน กลุ่ม	139.365	397	0.351	5.531	0.004
	รวม	143.247	399			

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการเข้าพักกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.004 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการคาดหวังในคุณภาพการบริการโดยรวม ในระดับที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.000, 0.004, 0.008, 0.022 และ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000, 0.004, 0.008, 0.022$ และ $0.040 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก โดยรวม
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักก่อน	ประชุมสัมมนา	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์
พักก่อน	4.22	-	-0.016 (0.799)	-0.435* (0.001)
ประชุมสัมมนา	4.20	-	-	-0.452* (0.001)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.66	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวัง
ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักก่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก โดยรวม แตกต่างกับ
กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านการต้อนรับส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักผ่อน 4.18	ประชุมสัมมนา 4.05	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์ 4.68
พักผ่อน	4.18	-	-0.132* (0.048)	-0.497* (0.000)
ประชุมสัมมนา	4.05	-	-	-0.630* (0.000)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.68	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา มีความคาดหวังต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่าง
กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มาพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักก่อน	ประชุมสัมมนา	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์
		4.21	4.15	4.64
พักก่อน	4.21	-	0.058 (0.392)	-0.427* (0.002)
ประชุมสัมมนา	4.15	-	-	-0.486* (0.001)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.64	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักก่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักผ่อน	ประชุมสัมมนา	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์
		4.25	4.23	4.73
พักผ่อน	4.25	-	0.022 (0.775)	-0.484* (0.002)
ประชุมสัมมนา	4.23	-	-	-0.507* (0.003)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.73	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักผ่อน	ประชุมสัมมนา	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์
วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก		4.19	4.28	4.59
พักผ่อน	4.19	-	-0.087 (0.235)	-0.398* (0.008)
ประชุมสัมมนา	4.28		-	-0.310* (0.049)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.59			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ ในการเข้าพัก	\bar{X}	พักผ่อน	ประชุมสัมมนา	จัดเลี้ยง/ สังสรรค์
		4.27	4.31	4.64
พักผ่อน	4.27	-	-0.041 (0.564)	-0.368* (0.012)
ประชุมสัมมนา	4.31		-	-0.327* (0.032)
จัดเลี้ยง,สังสรรค์	4.64			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจัดเลี้ยง/สังสรรค์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาประชุมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้านในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัน จะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกันสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน จะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกันสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ดังแสดงดังตาราง 45

ตาราง 45 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Ss	Df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	1.876	5	0.375		
	ภายในกลุ่ม	83.605	394	0.212	1.768	0.118
	รวม	85.481	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	2.646	5	0.529		
	ภายในกลุ่ม	87.472	394	0.222	2.384	0.038
	รวม	90.118	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	1.257	5	0.251		
	ภายในกลุ่ม	122.544	394	0.311	0.808	0.544
	รวม	123.801	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.180	5	0.436		
	ภายในกลุ่ม	102.125	394	0.259	1.682	0.138
	รวม	104.305	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.475	5	0.495		
	ภายในกลุ่ม	106.445	394	0.270	1.832	0.106
	รวม	108.920	399			
รวม	ระหว่าง กลุ่ม	1.713	5	0.343		
	ภายในกลุ่ม	70.650	394	0.179	1.911	0.092
	รวม	72.363	399			

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบพบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.092 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านห้องพัก พบว่ามีค่า ค่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.038 < 0.050$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่แตกต่างกัน

ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผลการทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) ที่ได้เท่ากับ 0.118, 0.544, 0.138 และ 0.106 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.118, 0.544, 0.138$ และ $0.106 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็น
รายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี 3.45	21-30 ปี 3.48	31-40 ปี 3.44	41-50 ปี 3.65	51-60 ปี 3.46	มากกว่า 60 ปี 3.26
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	3.45	- -	-0.030 (0.861)	0.005 (0.974)	-0.199 (0.279)	-0.011 (0.954)	0.185 (0.498)
21-30 ปี	3.48	- -	- -	0.368 (0.436)	-0.168* (0.020)	0.019 (0.843)	0.216 (0.314)
31-40 ปี	3.44	- -	- -	- -	-0.205* (0.004)	-0.017 (0.860)	0.179 (0.403)
41-50 ปี	3.65	- -	- -	- -	- -	0.188 (0.094)	0.384 (0.082)
51-60 ปี	3.46	- -	- -	- -	- -	- -	0.196 (0.395)
มากกว่า 60 ปี	3.26	- -	- -	- -	- -	- -	- -

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีการรับรู้ต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีอายุ 21-30 ปี และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ในด้านห้องพัก
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี 3.47	21-30 ปี 3.55	31-40 ปี 3.52	41-50 ปี 3.77	51-60 ปี 3.50	มากกว่า 60 ปี 3.33
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	3.47	- -	-0.087 (0.656)	0.054 (0.780)	-0.305 (0.136)	-0.027 (0.899)	0.138 (0.648)
21-30 ปี	3.55	-	-	0.032 (0.534)	-0.218* (0.007)	0.059 (0.587)	0.226 (0.344)
31-40 ปี	3.52	-	-	-	-0.250* (0.002)	-0.027 (0.804)	0.193 (0.417)
41-50 ปี	3.77	-	-	-	-	0.277* (0.026)	0.444 (0.071)
51-60 ปี	3.50	-	-	-	-	-	0.166 (0.517)
มากกว่า 60 ปี	3.33	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีการรับรู้ต่อ
คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีอายุ 21-30 ปี และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 51-60 ปี มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มากกว่ากว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ดังแสดงดังตาราง 48

ตาราง 48 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวไทยที่มีต่อ
คุณภาพการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพ บริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Ss	Df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	1.727	3	0.576		
	ภายในกลุ่ม	83.755	396	0.212	2.721	0.044
	รวม	85.481	399	.		
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	1.797	3	0.599		
	ภายในกลุ่ม	88.321	396	0.223	2.685	0.046
	รวม	90.118	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5.066	3	1.689		
	ภายในกลุ่ม	118.735	396	0.300	5.632	0.001
	รวม	123.801	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.324	3	0.775		
	ภายในกลุ่ม	101.980	396	0.258	3.008	0.030
	รวม	104.305	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	3.359	3	1.120		
	ภายในกลุ่ม	105.561	396	0.267	4.200	0.006
	รวม	108.920	399			
รวม	ระหว่าง กลุ่ม					
	ภายใน กลุ่ม	2.598	3	0.866		
	ภายใน กลุ่ม	69.765	396	0.176	4.916	0.002
	รวม	72.363	399			

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนของกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.005 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการโดยรวม ในระดับที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.044, 0.046, 0.001, 0.030 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.044, 0.046, 0.001, 0.030$ และ $0.006 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
โดยรวม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท 3.65	10,001- 20,000 บาท 3.49	20,001- 30,000 บาท 3.35	มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้น ไป 3.48
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	3.65	-	0.168* (0.033)	0.299* (0.000)	0.169* (0.014)
10,001-20,000 บาท	3.49	-	-	0.130 (0.057)	0.000 (0.992)
20,001-30,000 บาท	3.35	-	-	-	0.130* (0.022)
มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.48	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

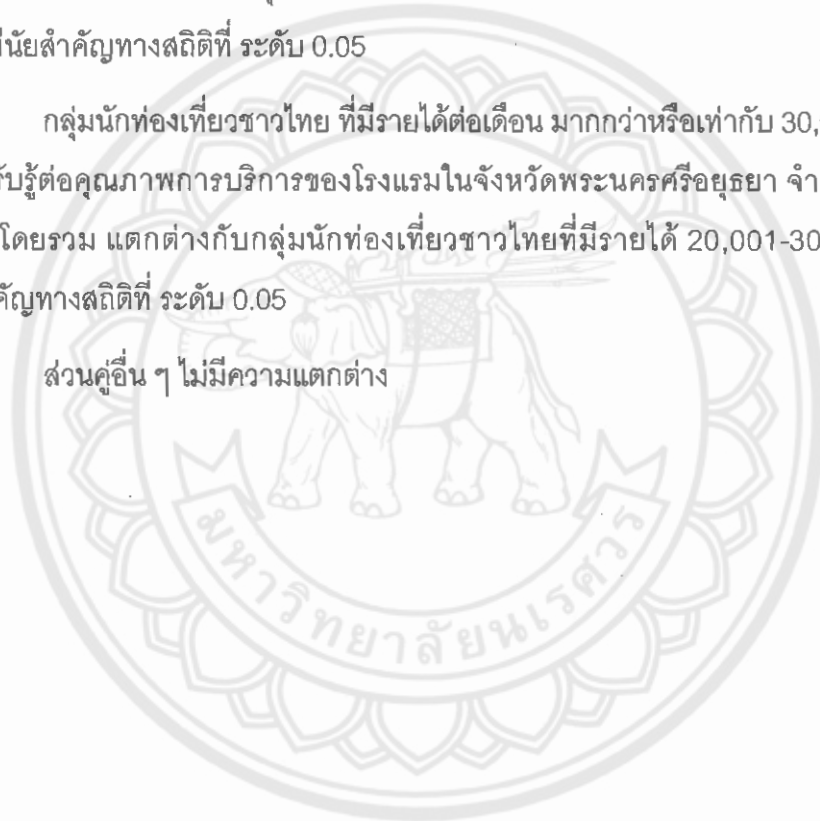
จากตาราง 49 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมแตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการต้อนรับ
ส่วนหน้าโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท 3.55	10,001- 20,000 บาท 3.41	20,001- 30,000 บาท 3.32	มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้น ไป 3.45
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	3.55	-	0.142 (0.099)	0.232* (0.007)	0.102 (0.174)
10,001-20,000 บาท	3.41	-	-	0.089 (0.232)	0.040 (0.515)
20,001-30,000 บาท	3.32	-	-	-	0.130* (0.035)
มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.45	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป
		3.71	3.57	3.46	3.56
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.71	-	0.134 (0.129)	0.248* (0.005)	0.153* (0.047)
10,001-20,000 บาท	3.57		-	0.113 (0.140)	0.018 (0.775)
20,001-30,000 บาท	3.46			-	0.095 (0.133)
มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.56				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท 3.32	20,001-30,000 บาท 3.19	มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป 3.39
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.60	-	0.278* (0.007)	0.405* (0.000)	0.205* (0.022)
10,001-20,000 บาท	3.32		-	0.127 (0.072)	0.156 (0.327)
20,001-30,000 บาท	3.19			-	0.199* (0.007)
มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.39				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านสิ่งแวดล้อม
ทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท 3.70	10,001- 20,000 บาท 3.58	20,001- 30,000 บาท 3.43	มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป 3.53
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	3.70	- -	0.124 (0.191)	0.276* (0.004)	0.170* (0.040)
10,001-20,000 บาท	3.58		- -	0.151 (0.068)	0.045 (0.506)
20,001-30,000 บาท	3.43			- -	0.106 (0.121)
มากกว่าหรือ เท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.53				- -

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป

มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่มโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป
		3.71	3.54	3.37	3.49
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.71	-	-0.163 (0.092)	0.334* (0.001)	0.218* (0.011)
10,001-20,000 บาท	3.54		-	0.171* (0.043)	0.052 (0.457)
20,001-30,000 บาท	3.37			-	0.118 (0.088)
มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป	3.49				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ขึ้นไป มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการรับรู้ต่อคุณภาพของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า ค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 55

ตาราง 55 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้า
ในการเข้าพัก

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Ss	Df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	1.999	4	0.500		
	ภายในกลุ่ม	83.482	395	0.211	2.364	0.052
	รวม	85.481	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	3.958	4	0.990		
	ภายในกลุ่ม	86.159	395	0.218	4.537	0.001
	รวม	90.118	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	3.238	4	0.809		
	ภายในกลุ่ม	120.563	395	0.305	2.652	0.033
	รวม	123.801	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.423	4	1.356		
	ภายในกลุ่ม	98.882	395	0.250	5.416	0.000
	รวม	104.305	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	2.968	4	0.742		
	ภายในกลุ่ม	105.952	395	0.268	2.766	0.027
	รวม	108.920	399			
รวม	ระหว่าง กลุ่ม					
	ภายใน กลุ่ม	2.639	4	0.660		
	ภายใน กลุ่ม	69.723	395	0.177	3.738	0.005
	รวม	72.363	399			

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทของลูกค้าในการเข้าพักกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบ พบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.005 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการโดยรวม ในระดับที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า

ในด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001, 0.033, 0.000 และ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.001, 0.033, 0.000$ และ $0.027 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประเภทของลูกค้าในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่มในระดับที่แตกต่างกัน

ด้านการต้อนรับส่วนหน้า พบว่ามีค่า Probability (p) ที่ได้เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.052 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้นจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
โดยรวมโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		3.50	3.24	3.41	3.66	3.62
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.50	-	0.261* (0.011)	0.085 (0.090)	0.159 (0.054)	0.121 (0.451)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.24	-	-	-0.176 (0.101)	-0.420* (0.001)	0.383* (0.041)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.41	-	-	-	0.244* (0.006)	0.206 (0.210)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.66	-	-	-	-	0.037 (0.831)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.62	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่เป็นลูกค้าที่มากับบริษัททัวร์ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.45	-	0.260*	0.080	-0.107	0.091
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.19	-	-	-0.179	-0.368*	0.168
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.37	-	-	-	0.188	0.010
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.56	-	-	-	-	0.199
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.36	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักเป็น
ลูกค้าที่มา กับ บริษัททัวร์ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการต้อนรับส่วนหน้า แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก		ลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		3.56	3.28	3.54	3.70	4.09
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.56	-	0.274* (0.017)	0.021 (0.706)	-0.139 (0.128)	0.533* (0.003)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.28		-	-0.253* (0.035)	-0.414* (0.003)	0.808* (0.000)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.54			-	0.160 (0.104)	0.554* (0.003)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.70				-	0.394* (0.046)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	4.09					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่เป็นลูกค้าที่มากับ บริษัททัวร์และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทการเข้าพักที่มากับหน่วยงานเอกชน หน่วยงานราชการ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทการเข้าพักที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านห้องพัก แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ด้านห้องพัก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		3.39	3.00	3.33	3.51	3.33
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.39	-	0.386*	0.057	-0.121	0.062
		-	(0.004)	(0.386)	(0.262)	(0.770)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.00	-	-	-0.329*	-0.508*	0.323
		-	-	(0.021)	(0.002)	(0.189)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.33	-	-	-	0.178	0.005
		-	-	-	(0.126)	(0.981)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.51	-	-	-	-	0.183
		-	-	-	-	(0.430)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.33	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักเป็น
ลูกค้าที่มา กับ บริษัททัวร์ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานเอกชน และหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก	\bar{X}	ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		3.55	3.37	3.43	3.84	3.92
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.55	- -	0.181 (0.138)	0.119* (0.045)	-0.292* (0.003)	0.371 (0.053)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.37		- -	-0.061 (0.630)	-0.474* (0.002)	0.553* (0.013)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.43			- -	0.412* (0.000)	0.491* (0.012)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.84				- -	0.079 (0.706)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.92					- -

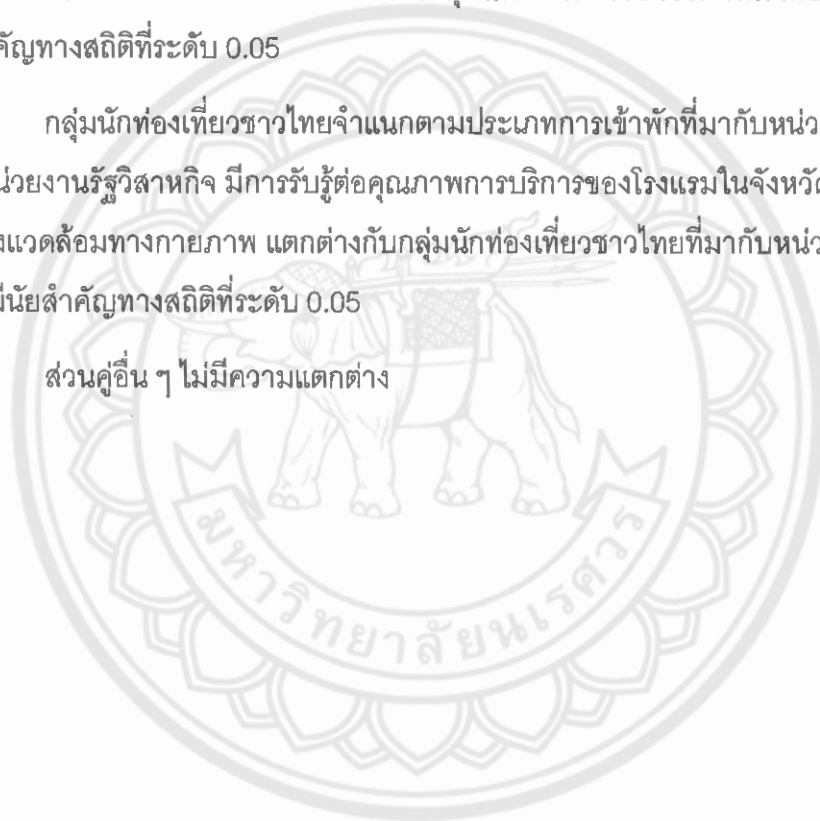
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่เป็นลูกค้าที่มากับหน่วยงานเอกชนและหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง



ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ
ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ประเภทของ ลูกค้า ในการเข้าพัก		ลูกค้า ที่มา ท่องเที่ยว เอง	ลูกค้าที่มา กับบริษัท ทัวร์	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน เอกชน	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน ราชการ	ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ
		3.54	3.33	3.39	3.67	3.40
ลูกค้าที่มา ท่องเที่ยวเอง	3.54	-	0.206 (0.103)	0.146* (0.018)	-0.134 (0.188)	0.145 (0.464)
ลูกค้าที่มา กับบริษัททัวร์	3.33		-	-0.060 (0.651)	-0.340* (0.029)	0.061 (0.791)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน เอกชน	3.39			-	0.283* (0.011)	0.001 (0.996)
ลูกค้าที่มา กับหน่วยงาน ราชการ	3.67				-	0.279 (0.201)
ลูกค้าที่มา กับ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ	3.40					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่จำแนกตามประเภทในการเข้าพักเป็น
ลูกค้าที่มาที่กับหน่วยงานเอกชน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
เอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับบริษัททัวร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทในการเข้าพักที่มากับหน่วยงานราชการ มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มากับหน่วยงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการในระดับที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 62

ตาราง 62 แสดงการทดสอบการเปรียบเทียบการรับรู้ของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ
การให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์
ในการเข้าพัก

เกณฑ์ในการประเมิน คุณภาพบริการ	แหล่ง ความ แปรปรวน	Ss	Df	MS	F	F- Prob
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.695	2	0.348		
	ภายในกลุ่ม	84.786	397	0.214	1.628	0.198
	รวม	85.481	399			
ด้านห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	0.786	2	0.393		
	ภายในกลุ่ม	89.332	397	0.225	1.745	0.176
	รวม	90.118	399			
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.121	2	0.060		
	ภายในกลุ่ม	123.680	397	0.312	0.194	0.824
	รวม	123.801	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.164	2	0.082		
	ภายในกลุ่ม	104.141	397	0.262	0.312	0.732
	รวม	104.305	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	0.271	2	0.135		
	ภายในกลุ่ม	108.650	397	0.274	0.495	0.610
	รวม	108.920	399			
รวม	ระหว่าง กลุ่ม					
	ภายใน กลุ่ม	0.018 72.345	2 397	0.009 0.182	0.050	0.952
	รวม	72.363	399			

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการเข้าพักกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมผลการทดสอบพบว่า F-Prob. ที่ได้เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.092 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านห้องพัก ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผลการทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) ที่ได้เท่ากับ 0.198, 0.176, 0.824, 0.732 และ 0.610 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.198, 0.176, 0.824, 0.732$ และ $0.610 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันจะมีการรับรู้ในคุณภาพการบริการในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการโดยรวมของลูกค้าชาวไทย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการโดยรวมในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการโดยรวมในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 63

ตาราง 63 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการโดยรวม ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.75	0.61	24.621	399	0.000
คุณภาพบริการโดยรวมทุกด้านกับผลรวมคะแนนเฉลี่ย					
ของการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการโดยรวมทุกด้าน					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมทุกด้าน ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้า ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้า ในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 64

ตาราง 64 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้า ของโรงแรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.74	0.63	23.349	399	0.000
คุณภาพการบริการด้านการต้อนรับส่วนหน้า กับผลรวมของคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการ					
ด้านการต้อนรับส่วนหน้า					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพักส่วนหน้า ในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการด้านห้องพัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่แตกต่างกันสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านห้องพัก ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านห้องพัก ในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 99% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 65

ตาราง 65 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านห้องพัก ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.65	0.63	20.848	399	0.000
คุณภาพบริการด้านห้องพัก กับผลรวมคะแนนเฉลี่ย					
ของการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการด้านห้องพัก					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 65 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านห้องพัก ในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการด้านการรักษาความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านการรักษาความปลอดภัย ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านการรักษาความปลอดภัย ในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 66

ตาราง 66 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านการรักษาความปลอดภัย ของโรงแรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.90	0.78	22.806	399	0.000
คุณภาพบริการด้านการรักษาความปลอดภัยกับผลรวม คะแนนเฉลี่ยของการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการด้านการ					
รักษาความปลอดภัยของโรงแรม					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 66 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการรักษาความปลอดภัย ในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 67

ตาราง 67 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.69	0.76	18.297	399	0.000
คุณภาพบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับผลรวมคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการด้าน					
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรม					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงในการคุณภาพการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในระดับที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ในการเปรียบเทียบค่าโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่เป็นอิสระต่อกัน Paired Sample t-test ใช้ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 68

ตาราง 68 แสดงการทดสอบ การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
เปรียบเทียบผลรวมคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังต่อ	0.79	0.68	23.308	399	0.000
คุณภาพบริการด้านห้องพัก กับผลรวมคะแนนเฉลี่ย					
ของการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการด้านห้องพัก					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 โดยใช้สถิติ Paired Sample t-test ในการทดสอบ พบว่า 2-tailed Prob. (p) โดยรวมมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในระดับที่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังในคุณภาพการบริการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงแรมใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ในคุณภาพบริการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงแรมใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการแตกต่างกัน จะทำการทดสอบในนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพการบริการแตกต่างกัน จะทำการทดสอบในนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. เปรียบเทียบความคาดหวังและกับการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่าง จะทำการทดสอบในนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 455,300 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, www.tat.or.th) ขนาดตัวอย่างจึงนำข้อมูลไปเปิดตารางของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ชุด

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก จำนวน 4 ข้อ สอบถามลักษณะทั่วไปในการพักผ่อนมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ตอบเพียง 1 ข้อ จำนวน 3 ข้อ คำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ และคำถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย สอบถามวัดความคาดหวัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 37 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยแบบสอบถามวัดการรับรู้คุณภาพการบริการตามความรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้มาใช้บริการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 37 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามให้เลือกตอบตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพบขณะใช้บริการในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีขนาดกลางทั้งหมด โดยผู้กรอกแบบสอบถามจะต้องเป็นผู้ที่มาพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน กับโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในด้านการเข้าพัก และข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการเข้าพักแรม มาแจกแจงเป็นความถี่และเสนอผลเป็นร้อยละ

2. นำข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการทดสอบด้วย (Paired sampled t-test)

4. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระ โดยใช้ Independent t-test

5. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) หรือค่า เอฟ (F-test)

6. เปรียบเทียบกรณีที่มีความแตกต่างรายคู่ในการทดสอบ F-test (One-Way ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติในการทดสอบ คือ Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ห้ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เป็นดังนี้

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และน้อยที่สุดเป็นช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ด้านรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ด้านประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือประเภทลูกค้าที่มาที่หน่วยงานเอกชน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดคือประเภทของลูกค้าที่มาที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อการพักผ่อน จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และน้อยที่สุดคือมีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อจัดเลี้ยง, สังสรรค์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตอนที่ 2 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เป็นดังนี้

ด้านความคุ้นเคยในการมาพักที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่ก่อนที่จะมาพักในครั้งนี้อาจไม่เคยมาพักที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาพักที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0

ด้านระยะเวลาในการเข้าพัก ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าพัก 2 คืน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมามีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 และน้อยที่สุดมีระยะเวลาในการเข้าพัก 4 คืน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ด้านความถี่ในการเข้าพัก ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าพัก 1 ครั้ง/ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมามีความถี่ในการเข้าพัก 2 ครั้ง/ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และน้อยที่สุดมีความถี่ในการเข้าพัก 4 ครั้ง/ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ด้านรูปแบบการจองห้องพัก ส่วนใหญ่มีรูปแบบในการจองห้องพักด้วยตัวเองเมื่อมาถึงโรงแรม จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือจองผ่านหน่วยงานที่ทำงานจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และน้อยที่สุดคือจองผ่านบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ด้านความเหมาะสมของการบริการและราคาห้องพัก ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการบริการและราคาห้องพักมีความเหมาะสม จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 และมีความเห็นว่าการบริการและราคาห้องพักไม่มีความเหมาะสม จำนวน 59 คิดเป็นร้อยละ 14.8

ด้านกิจกรรมที่ให้ความสนใจ ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกิจกรรมล่องเรือในแม่น้ำ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือให้ความสนใจกิจกรรมสปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และน้อยที่สุดคือกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ขับรถชมวิว และเล่นกีฬา เป็นต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตอนที่ 3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 5 ด้าน โดยรวม ($\bar{X} = 4.24$) พบว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับมีความคาดหวังมากที่สุด เมื่อพิจารณาตามคุณภาพรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา คือ ด้านการรักษาความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.27$) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านห้องพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.22$) ซึ่งเป็นระดับความคาดหวังมากที่สุด และด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งเป็นระดับความคาดหวังค่อนข้างมาก

ตอนที่ 4 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการรับรู้ในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 5 ด้าน โดยรวม ($\bar{X} = 3.48$) อยู่ในระดับเกณฑ์การรับรู้ที่เป็นจริง เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านห้องพัก มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.50$) ด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.43$) ซึ่งเป็นระดับการรับรู้เป็นจริงมาก และด้านการรักษาความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.37$) ซึ่งเป็นระดับการรับรู้เป็นจริงปานกลาง

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมต่ำกว่าความคาดหวัง ($\bar{X} = 0.76$) ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ได้รับบริการจากโรงแรม ต่ำกว่าที่คาดหวัง ในคุณภาพการบริการที่ได้รับจากโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับบริการจากโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัย ต่ำกว่าที่คาดหวัง ($\bar{X} = 0.90$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับบริการจากโรงแรม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ต่ำกว่าที่คาดหวัง ($\bar{X} = 0.80$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับการบริการจากโรงแรม ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ต่ำกว่าที่คาดหวัง ($\bar{X} = 0.74$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับการบริการจากโรงแรมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่ำกว่าที่คาดหวัง ($\bar{X} = 0.70$) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับการบริการจากโรงแรมด้านห้องพัก ต่ำกว่าที่คาดหวัง ($\bar{X} = 0.66$)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ความคาดหวังของผู้มาใช้บริการที่จำแนกตามอายุ ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่จำแนกรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน และประเภทของการเข้าพัก ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่จำแนกตามอายุ และวัตถุประสงค์ในการเข้าพักที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพบริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่แตกต่างกับการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยที่ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีสูงกว่าคุณภาพการบริการของโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลสมมติฐาน

ผลจากการค้นคว้าเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการประเมินคุณภาพทั้ง 5 ด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ให้ความสำคัญต่อความคาดหวังด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นอันดับแรก ด้านการรักษาความปลอดภัย เป็นอันดับสอง ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นอันดับสาม ด้านห้องพัก เป็นอันดับสี่ ด้านการต้อนรับส่วนหน้าเป็นอันดับสุดท้าย

โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการ อาจได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่ง สำคัญด้วยกัน ที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า ซึ่ง เซทแฮล์ม, เบอริรี่ และพาราสุรามัน (Zeithmal Berry and Parasuraman. 1990: 19) ได้กล่าวว่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังมีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) การบอกแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word of Mouth Communication) ประสบการณ์ในอดีต (Past experiences) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (Externals communications to customers)

2. การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ในด้านห้องพัก เป็นอันดับแรก

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นอันดับที่สอง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นอันดับที่สาม ด้านการต้อนรับส่วนหน้า เป็นอันดับที่สี่ และด้านการรักษาความปลอดภัยเป็นอันดับสุดท้าย

โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับที่เป็นจริง ซึ่งน้อยกว่าความคาดหวังได้ จากการประเมินคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้สอดคล้องกับ กัลยา ดำรงค์ดี (2544: 64-74) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษาโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลมีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง สำหรับผลการเปรียบเทียบ ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ยังไม่มี ความพึงพอใจในคุณภาพบริการของโรงพยาบาล

3. ความคาดหวังของผู้มาใช้บริการที่จำแนกตามอายุ ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ คริสโตเฟอร์ แซนดรา และ บาบารา (Christopher, Sandra, Barbara. 1996: 123-125) ที่กล่าวว่าทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกลงไป ในจิตใจได้ สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกมีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่ต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง กลุ่มหนุ่มสาวกับกลุ่มคนสูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานและกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น ซึ่งจากประสบการณ์ด้านอายุ กลุ่มประชากรที่มีอายุมากย่อมมีประสบการณ์ในการใช้บริการในโรงแรมต่าง ๆ มากมายกว่าผู้ที่อายุน้อย อีกทั้งประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพักที่แตกต่างกัน เช่น บริษัทสงมาสัมมนา ย่อมมีความคาดหวังสูง เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ซึ่งมักแตกต่างจากผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเองส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการแตกต่างกัน

ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่จำแนกรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าในบางครั้ง ในความคาดหวังของลูกค้ายังมีความรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วยโดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ใช้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูงหรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เช่น ลูกค้าที่มีรายได้น้อย แต่จากประสบการณ์เคยใช้บริการอดีต หรือจากการบอกปากต่อปากส่งผลให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังในการใช้บริการสูงเหมือนกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เป็นต้น

4. การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน และประเภทของการเข้าพัก ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ของ แอนตัน และแวนราอิจ (Antoned and Van Raaij.1988) ได้กล่าวว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เช่น คนมีรายได้สูง และมีประสบการณ์ต่าง ๆ มาก อาจจะมี ความคาดหวังสูงเกินปกติ เมื่อมีการรับรู้จริงจึงอาจเกิดการตีความหมายที่แตกต่างกับคนที่มีความคาดหวังน้อย และงานวิจัยของเพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร จึงสงวนพรสุข (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการบริการของโรงแรมต่อผู้ใช้บริการ ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์) พบว่า ประเภทของลูกค้าในการเข้าพักของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการบริการแตกต่างกัน

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

5. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพบริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่แตกต่างกับการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยที่ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีสูงกว่าคุณภาพการบริการของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับ Gaysorn Kholthanasep (2544: 82-87) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าต่อโรงแรม ชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังที่แตกต่างจากการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการของโรงแรม

พาราสุรามันและคณะ (Parasurman, et al. 1994:201-203) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า นั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพการบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่ได้รับจริงซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้นแต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร จีงสงวนพรสุข (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการบริการของโรงแรมต่อผู้ใช้บริการ ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์) ซึ่งมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคล้ายคลึงกัน คือ ให้ความสำคัญมาในเรื่องบรรยากาศภายในโรงแรม มีการบริการที่ดี พนักงานกริยาวาจาสุภาพ เป็นมิตรและมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลจากการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการในทุก ๆ ด้านการบริการ โดยเรียงจากด้านที่มีคุณภาพการบริการน้อยที่สุดไปหาคุณภาพการบริการมากที่สุด ดังนี้

1. ด้านการรักษาความปลอดภัย มีคุณภาพการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง จากข้อมูล que เก็บมาเพื่อทำการวิจัยพบว่า ควรเพิ่มพนักงานรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้นและอยู่ทั่วทุกจุดของโรงแรม เดินตรวจบริเวณรอบ ๆ โรงแรมเป็นระยะ ๆ พนักงานควรใช้คำพูดที่สุภาพต่อนักท่องเที่ยวที่มาพัก และควรฝึกให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาที่ทำงาน

2. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีคุณภาพการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง จากข้อมูล que เก็บมาเพื่อทำการวิจัยพบว่า ควรเพิ่มอาหารเช้าให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการปรับเปลี่ยนรสชาติของอาหาร เพิ่มรายการอาหารให้มากขึ้น และรวมถึงการแต่งกายของพนักงานควรมีความสะอาด เรียบร้อย

3. ด้านการต้อนรับส่วนหน้า มีคุณภาพการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง จากข้อมูล que เก็บมาเพื่อทำการวิจัยพบว่า ควรลดขั้นตอนในการ Check in ของโรงแรมบางแห่ง ต้องกรอกรายละเอียดของผู้เข้าพักมากเกินไป ทำให้เกิดความล่าช้า ควรปรับปรุงในเรื่องการให้บริการ กริยาวาจา ความยิ้มแย้มแจ่มใส และความกระตือรือร้นในการให้บริการ

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีคุณภาพการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง จากข้อมูล que เก็บมาเพื่อทำการวิจัยพบว่า ควรปรับปรุงในด้านของสนามหญ้า สระว่ายน้ำ ให้มีความสะอาดมีพนักงานคอยดูแลตลอดเวลา รวมถึงควรมีการจัดห้องเด็กเล่นหรือของเล่นไว้สำหรับบริการเด็ก ๆ และควรมีจัดบริเวณสถานที่ต่าง ๆ ให้มีความเป็นธรรมชาติมากกว่านี้

5. ด้านห้องพัก มีคุณภาพการบริการน้อยกว่าความคาดหวัง จากข้อมูล que เก็บมาเพื่อทำการวิจัยพบว่า ควรปรับปรุงในเรื่องความสะอาดในห้องพัก เพิ่มอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย และควรปรับปรุงในเรื่องของการตกแต่งห้องพักให้ดีขึ้น

ดังนั้น โดยภาพรวมของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรเน้นด้านการบริการเป็นสำคัญ ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริการจากพนักงานและการบริการในส่วนของสินค้าของโรงแรม เช่น ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านห้องพัก สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และด้านการต้อนรับส่วนหน้า เป็นต้น เพราะนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ ดังนั้น โดยรวมโรงแรมควรมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ให้ดีมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย อีกทั้งข้อมูลที่ได้ยังเป็นแนวทางให้แก่ฝ่ายการตลาดใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเกณฑ์ของคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้นรวมทั้งยัง

เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบคุณภาพบริการกับโรงแรมในจังหวัดอื่นที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ดีมาปรับปรุงการให้บริการ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยมุ่งใจในการทำงานและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการนำข้อมูลมาพัฒนาคุณภาพการทำงานของพนักงานให้มีมาตรฐานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวมถึงทำให้ทราบวิธีในการสร้างขวัญและกำลังใจ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่พนักงานคาดหวังว่าจะได้รับจากองค์กร เพราะพนักงานคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

4. ควรมีการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และความสนใจเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลร่วมกับปัจจัยภายนอกในการประเมินคุณค่าของการบริการ



บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ไม่ปรากฏวันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่). สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2549. จาก: www.tat.or.th.

เกียรติ สิมะกุล. (2548). ทำงานโรงแรมอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: ฮิวแมน เฮอริเทจ.

กัลยา ดำรงค์ดี. (2544). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ.

ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for windows.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติเพื่อการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กองวิชาการ ฝ่ายนโยบายและแผน ข้อมูลเชิงวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ไม่ปรากฏ

วันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่). สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2549. จาก: www.tat.or.th.

ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (ไม่ปรากฏวันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่). สืบค้นเมื่อวันที่ 13

พฤศจิกายน 2549. จาก: www.ayutthaya.go.th .

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประชาชน.

นฤมล โชติเวช. (2539). ใส่ใจดูแลคุณ. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

จารุภา หิรัญเมฆาวณิช. (ม.ป.ป.). การบริการที่มีคุณภาพ. วารสารนักบริหาร, 43, 58-60.

มาลัย กองมะลี. (2539). สุขภาพจิตของตัวแทนประกันชีวิต. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พิศมัย ปโชติการ. (2538). การบริการส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

พิศมัย ปโชติการ. (2534). งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร์ จึงสงวนพรสุข. (2540). ศึกษาการบริการของโรงแรมต่อ

ผู้ให้บริการศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์). วิทยานิพนธ์ มธ.ม. ,มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครุอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัด กรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สุนณา อยู่โพธิ์. (2536). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธาสนี พัดไธสง. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อ โรงแรมอิมพีเรียล แมงป่อง เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2538). รวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม. กรุงเทพฯ: สิวแมน เฮอริเทจ.
- Christopher, W.F. & Scheuing. E.E. (1993). The Service Quality Handbook: (with contributions from 57 international experts). n.p.: Amacom.
- Gronroos, C. (1990). Service Quality: The six Criteria of Good Service Quality. Review of Business 3. New York: St. John's University Press.
- Gronroos, C. (1982). Strategic Management and Marketing in Service Sector. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration, Sweden.
- Kotler, P.(2000). Marketing Management. New. Jersey: Prentice-Hall.
- Sehiffman, Leon G.& Kanuk, Lazar.(1991). Consumer Behavior. (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc. A Division of Simon & Sehuster.
- Lehtingen, U. & Lehtinen, J.R. (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. n.p.: n.p.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1986). SERQUAL: A multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. n.p.: Marketing Science. Institute, Working Paper Report No.86-108.
- Vavra Terry, G. (1992). Aftermarketing: How to Keep Customer for Life through Relationship Marketing. New York: n.p.





ภาคผนวก ก

**แบบสอบถามความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

แบบสอบถาม

เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมให้ดีขึ้น ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ
- ตอนที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการของโรงแรม
- ตอนที่ 3 ปัญหาที่ท่านพบขณะใช้บริการของโรงแรม



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับท่านเพียงข้อเดียว

1. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 21-30 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 31-40 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 41-50 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 50-60 ปี	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 60 ปี

2. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 10,001-20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป

3. ประเภทของลูกค้าในการเข้าพัก

<input type="checkbox"/> 1. ลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง	<input type="checkbox"/> 2. ลูกค้าที่มากับบริษัททัวร์
<input type="checkbox"/> 3. ลูกค้าที่มากับหน่วยงานเอกชน	<input type="checkbox"/> 4. ลูกค้าที่มากับหน่วยงานราชการ
<input type="checkbox"/> 5. ลูกค้าที่มากับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	

4. วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก

<input type="checkbox"/> 1. พักผ่อน	<input type="checkbox"/> 2. ประชุมสัมมนา
<input type="checkbox"/> 3. จัดเลี้ยง, สังสรรค์	

แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปในการเข้าพัก

5. ก่อนครั้งนี้ท่านเคยมาพักแรมที่โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อนหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. เคย	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย
---------------------------------	------------------------------------

ถ้าเคยให้เริ่มตอบที่ข้อ 6 ถ้าไม่เคยให้เริ่มตอบที่ข้อ 8

6. ปกติท่านมักจะพักแรมแบบค้างคืนเป็นเวลานานเท่าใด (โปรดระบุ) จำนวน.....คืน

7. ความถี่ในการเข้าพักที่โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (โปรดระบุ) จำนวน.....ครั้ง/ปี

8. รูปแบบในการจองห้องพักของท่านมีลักษณะใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. จองด้วยตัวเองทางอินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> 2. จองด้วยตนเองเมื่อมาถึงโรงแรม |
| <input type="checkbox"/> 3. จองผ่านบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> 4. จองผ่านพนักงานขายของโรงแรม |
| <input type="checkbox"/> 5. จองผ่านทางหน่วยงานที่ทำงาน | |

9. ท่านคิดว่าคุณภาพห้องพักและการบริการของโรงแรมมีความเหมาะสมกับราคาค่าห้องพักหรือไม่

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เหมาะสม | <input type="checkbox"/> 2. ไม่เหมาะสม |
|-------------------------------------|--|

10. กิจกรรมที่ท่านให้ความสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ส่องเรือในแม่น้ำ | <input type="checkbox"/> 2. ชี่จักรยานรอบเกาะเมือง |
| <input type="checkbox"/> 3. งานประเพณีประจำปี | <input type="checkbox"/> 4. สปาเพื่อสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> 5. ชี่ช้างชมโบราณสถาน | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ..... |



ตอนที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการของโรงแรม

คำชี้แจง ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของลูกค้า ก่อนการใช้บริการของโรงแรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ให้ท่านประเมินว่าท่านมีความคาดหวังต่อบริการจากโรงแรมอยู่ในระดับใดโดยกากบาท (X) ทับตัวเลข 1 ใน 5 ตัว ในช่องระดับความคาดหวังในเลข 1 หมายถึง บริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับน้อยที่สุดและเพิ่มมากขึ้นตามลำดับไปจนถึงเลข 5 มากที่สุด

การรับรู้ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากที่**ใช้บริการของโรงแรม** ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ให้ท่านประเมินว่าท่านมีการรับรู้จริงต่อบริการจากโรงแรมที่ได้รับจริงอยู่ในระดับใดโดยกากบาท (X) ทับตัวเลข 1 ใน 5 ตัว ในช่วงบริการที่ท่านได้รับจริง โดยเลข 1 หมายถึง บริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับน้อยที่สุดและเพิ่มมากขึ้นตามลำดับไปจนถึงเลข 5 มากที่สุด

กรรณากากบาท (X) ทับตัวเลขที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ

ระดับความคาดหวังที่จะได้รับการบริการ	ด้านการต้อนรับส่วนหน้า	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง
1 2 3 4 5	1. พนักงานมีการแต่งกายที่สวยงาม สะอาดเรียบร้อย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	2. พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	3. พนักงานมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของท่าน	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	4. พนักงานมีกิริยา วาจา มารยาทที่สุภาพเป็นมิตรต้อนรับท่านด้วยความเสมอภาค	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	5. ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้ามีการบันทึกข้อมูลความต้องการต่าง ๆ ของท่านได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	6. ฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าได้นำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	7. แผนกต้อนรับส่วนหน้า มีระยะเวลาการเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการ บริการ	ด้านห้องพัก	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	1. ห้องพักรมีการตกแต่งสวยงาม สะอาด น่านอน	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	2. ห้องพักรมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	3. ห้องพักรมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบ ทันสมัย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	4. ห้องพักรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการอย่างครบ ครัน	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	5. สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในห้องพักรจัดไว้เป็นระเบียบ ง่ายต่อการใช้สอย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	6. โรงแรมมีจำนวนห้องพักรเพียงพอต่อความต้องการ	1 2 3 4 5
ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการ บริการ	ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	1. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	2. โรงแรมมีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรักษา ความปลอดภัย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	3. โรงแรมมีการกระจายพนักงานการรักษาความ ปลอดภัยอย่างทั่วถึงทุกจุดในโรงแรม	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	4. โรงแรมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	5. จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ ต่อการให้บริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	6. ท่านรู้สึกอบอุ่นและไว้วางใจตลอดการเข้าพักที่ โรงแรม	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการ บริการ	ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	1. ลักษณะความงดงามของอาคารภายนอก	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	2. ลักษณะความงดงามของการตกแต่งอาคารภายใน	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	3. บริเวณที่จอดรถมีไว้บริการอย่างเพียงพอ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	4. ลักษณะระบบการระบายน้ำเสีย และอากาศเสีย ที่ไม่ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	5. มีการเก็บรวบรวมขยะได้ถูกสุขลักษณะ และปิดมิดชิด	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	6. จัดหาพนักงานดูแลทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	7. บรรยากาศบริเวณแผนกต้อนรับส่วนหน้ามีการ ตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	8. บริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมมีไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึง	1 2 3 4 5
ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการ บริการ	ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	1. โรงแรมมีบริการอาหารหลายประเภท	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	2. โรงแรมมีบริการเครื่องดื่มหลายประเภท	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	3. ห้องอาหารมีการตกแต่งสวยงาม	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	4. ห้องอาหารมีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอย่างเพียงพอ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	5. ห้องอาหารมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	6. พนักงานให้ความดูแลลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจ สุภาพอ่อนน้อม	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	7. พนักงานให้บริการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	8. อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรับประทานอาหารมีความ สะอาด	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	9. อาหารที่นำมาปรุงมีคุณค่าทางโภชนาการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	10. อาหารปรุงจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ รสชาติดีสะอาด อร่อย เหมาะสมกับราคา	1 2 3 4 5

ตอนที่ 3 ปัญหาที่ท่านพบขณะใช้บริการของโรงแรม

1. ด้านการต้อนรับส่วนหน้า

.....

.....

.....

2. ด้านห้องพัก/ห้องประชุม

.....

.....

.....

3. ด้านการรักษาความปลอดภัย

.....

.....

.....

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

.....

.....

.....

5. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

.....

.....

.....

★ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม ★



ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยสุรินทร์



ที่ ศธ 0527.02.01/1519

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตร
ย่านบางเขน กรุงเทพฯ จังหวัดพิษณุโลก ๕5000

23 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรียน จว.สุรพิชัย ทพนมสิทธิ์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. โครงการการศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเอง จำนวน 1 ฉบับ
 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวโลกาวรรณ สิริสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912964 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชา
 ภาษาอังกฤษในวงและภาษาของสัตว์ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตร
 ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว
 ชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้า
 วิทยานิพนธ์ โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์นันทน์ ทพนมสิทธิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
 ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้
 ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการ
 ศึกษา ค้นคว้า ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตร หรือเป็นอย่างไรบ้างจะได้รับความอนุเคราะห์
 จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.แก้ญฮีว นกึ่งงศ์)

รองคณบดีฝ่ายบริหารและประกันคุณภาพ รักษาการคณบดี
 คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตร

งานบริหารการศึกษาศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย

โทร 0-5526-1169-70 ต่อ 116-119

โทรสาร 0-5526-1169-70 ต่อ 111



ที่ ศธ 0527.02.01/๒๕๖๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

6 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.สิทธิชัย พรหมสุวรรณ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตวีสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์
ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญส่ง แสงอ่อน)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย รักษาการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444.กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/๕๕๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

6 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ศรีสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทตามหลักสูตร โดย มี รองศาสตราจารย์
ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญส่ง แสงอ่อน)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย รักษาการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/๗๕๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

6 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์
ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญส่ง แสงอ่อน)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย ศึกษาราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/๕๕๔๓

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

6 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ละเฉียด ศิลาน้อย

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
ดร.สุทธีรัตน์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญส่ง แสงอ่อน)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย รักษาการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111





ที่ ศธ 0527.02.01/7127

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

25 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณณลินี ด้านชัยวิจิตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.สุทรินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิงนิจ กุฬพัฒน์วิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/7128

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

25 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมวชิรโยธยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ์ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/7124

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

25 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายบุคคล โรงแรมเทวราชธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภณวรรณ ตริสุวรรณ์ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทฉบับนี้ โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่
ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทาง
วิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิงนิจ กุพัฒนวิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/7131

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

25 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมอู่ทอง อินน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่
ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทาง
วิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ กุฬพัฒน์วิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/7131

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

25 ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมโยธยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวโสภารรณ ตรีสุวรรณ รหัสประจำตัว 48912961 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา " เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิงนิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล : นางสาวโสภาวรรณ ตริสุวรรณ
เกิดเมื่อ : 3 มกราคม 2523
สถานที่เกิด : อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 46 ม.5 ต.ข้าวเม่า อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา
ตำแหน่ง : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
สถานที่ทำงานปัจจุบัน : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2541 : ปวส. (การบัญชี) จากวิทยาลัยอาชีวศึกษา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
พ.ศ. 2543 : บธ.บ. (บริหารธุรกิจ) เกียรตินิยมอันดับ 2
จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
จังหวัดปทุมธานี
พ.ศ. 2549 : ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)
จากมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก