

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย:

กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

Guideline for Service Quality Development to Support Indian Tourists:

Case Study of Hotel in Phuket Province

อนุพงษ์ หมื่นชัยยะ^{1*}, วงษ์จันทร์ ไพโรจน์²

Anupong Maunchaiya^{1*}, Wongjun Pairoj²

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี ประเทศไทย

Suratthani Rajabhat University Suratthani, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยความถี่ ในส่วนการวิเคราะห์ความคาดหวัง และการรับรู้จะใช้การทดสอบความแตกต่างโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแตกต่าง/ช่องว่าง

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการ โดยด้านที่มีระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจ จะมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้อยู่ที่ 0.07 เท่ากัน ทั้งนี้ ด้านการตอบสนองรวดเร็ว จะมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้อยู่ที่ -0.05 และด้านการเข้าใจความต้องการ จะมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้อยู่ที่ -0.06 โดยทั้งสองด้านนี้จะมีระดับความคาดหวังน้อยกว่าระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความคาดหวัง, การรับรู้, นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

Abstract

This research aimed to 1) to study the level of expectations and perceptions of Indian tourists on the quality of services of hotels in Phuket province 2) to study the gap between expectations and perceptions of Indian tourists on the quality of services of hotels in Phuket province. This research is quantitative research. Examples of research are Indian tourists who are staying at hotels in Phuket province

¹ อาจารย์อนุพงษ์ หมื่นชัยยะ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ (การโรงแรม) วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เลขที่ 36 หมู่ที่ 6 ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84320
Suratthani Rajabhat University Suratthani, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: Anupong.mau@sru.ac.th

(Received: May 5, 2019 / Revised: July 24, 2019 / Accepted: July 31, 2019)

by giving out 400 questionnaires distributed. This research was analyzed by descriptive statistics, Percentage, Frequency. For analyze the expectation and perception by finding average and standard deviation and difference/gap.

The results of the study showed that Service Quality of 5 factors are Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. Indian tourists have level of expectations more than level of in services quality in 3 aspects: Tangibles, Reliability and Assurance, there is a gap between Expectations and Perceptions at 0.07 in both factors. The level of expectations less than level of in services quality in 2 aspects: Responsiveness, there is a gap between Expectations and Perceptions at -0.05 and Empathy, there is a gap between Expectations and Perceptions at -0.06 and more Indian tourists are expected to lower the perception of service quality.

Keywords: Service Quality; Expectations; Perceptions; Indian Tourists

1. บทนำ

จากภาพรวมการท่องเที่ยวประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับผลประโยชน์จากการให้บริการของห้องพัก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2561 ภาพรวมของห้องพักในโรงแรมทั่วประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 727,167 ห้อง โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 มากถึง 46,140 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 25.66 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) จากการขยายตัวของภาคธุรกิจโรงแรมที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลทำให้อุตสาหกรรมโรงแรมเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องหาแนวทางในการที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดเหล่านี้นี้มา ไม่ว่าจะเป็นการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ทางด้านกายภาพของโรงแรม และสิ่งสำคัญที่สุดคือการพัฒนาคุณภาพบริการของการให้บริการในโรงแรม เพื่อสามารถทำให้ผู้เข้าใช้บริการของโรงแรมเกิดความพึงพอใจสูงสุดได้ (Wipooosattaya, 2001) จากวิกฤตการณ์ในเรื่องของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเสื่อมเสีย และส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่ในวิกฤตการณ์ก็ย่อมมีโอกาสดีสำหรับประเทศไทยในระยะหลังที่ผ่านมา ได้มีจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวถึงแนวโน้มตลาดท่องเที่ยวโดยรวมว่า อินเดียเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจและมีแนวโน้มเติบโตสูงมาก เนื่องจากอินเดียมีประชากรมากกว่า 1,300 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ (อายุ 25-54 ปี) มากถึงร้อยละ 44 มีการเติบโตของจีดีพีในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560 เฉลี่ยร้อยละ 7.1 และมีอัตราการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) เฉลี่ยที่ปีละ 10-11 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้ คาดว่าในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) นี้ จะมีนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลกประมาณ 50 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีจำนวน 23 ล้านคน และอินเดียจะเป็นตลาดที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุดเป็นอันดับ 2 รองจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนได้ภายในปี ค.ศ. 2030 (พ.ศ. 2573) ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 1.4 ล้านคน ซึ่งเติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 18 ซึ่งติด 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนรองลงมาจากประเทศจีน ประเทศมาเลเซีย ประเทศเกาหลี และประเทศลาว (ประชาชาติ อินเดียมารวมไทยแอร์ไลน์เพิ่มโพลด์เบียตจีน, ม.ป.ป.) จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดภูเก็ต ด้านนางกนกภักดีกิตติกา กฤตย์วุฒิกร ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต กล่าวว่า

สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ในช่วงไฮซีซั่นนี้ มีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี กลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มจะเดินทางเข้ามา มาก ได้แก่ ตลาดอินเดีย จากมาตรการของรัฐบาลในการพรีวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวจำนวน 21 ประเทศ พบว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 (นิตยา พร้าวราม, 2558)

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ธุรกิจ โรงแรมสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในระยะยาวได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ ทำการศึกษาในเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย: กรณีศึกษา โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสามารถสร้างเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม นำไปปรับใช้เพื่อการพัฒนา คุณภาพการให้บริการของผู้เข้าพักได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมใน จังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

3. การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการหรือ Service Quality คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของการ ให้บริการ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง การเสนอคุณภาพ การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (นิตยา พร้าวราม, 2558) ทั้งนี้ พาราสุมาน, โซแธมอลและแบร์รี่ ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพการบริการทางธุรกิจ โดยมีทั้งหมด 10 เกณฑ์ ในการวัดดังนี้ ลูกค้าเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) การมีอัธยาศัย (Courtesy) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองรวดเร็ว (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเข้าใจความต้องการ (Empathy) และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985)

ความคาดหวังและการรับรู้

ความคาดหวังเป็นความทุ่มเทและความพยายามของบุคคลที่จะทำงานหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับการพิจารณา องค์ประกอบทั้งสามภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความคาดหวังเสมอ ความคาดหวังจึง เปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในแต่ละบุคคลก็มีความ คาดหวังไม่เท่ากัน ในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงและมี ความแตกต่างกันส่งผลให้ทัศนคติหรือความคาดหวังนั้นต่างกันออกไปด้วย ซึ่งจะมียองค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Customer Expectation) ได้แก่ 1) บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการ หวังว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับความปรารถนานั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการของบุคคล และความเชื่อของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการที่ได้รับ 2) บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่ผู้ใช้บริการยอมรับได้โดยไม่เกิดความพึงพอใจ ซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากการรับรู้

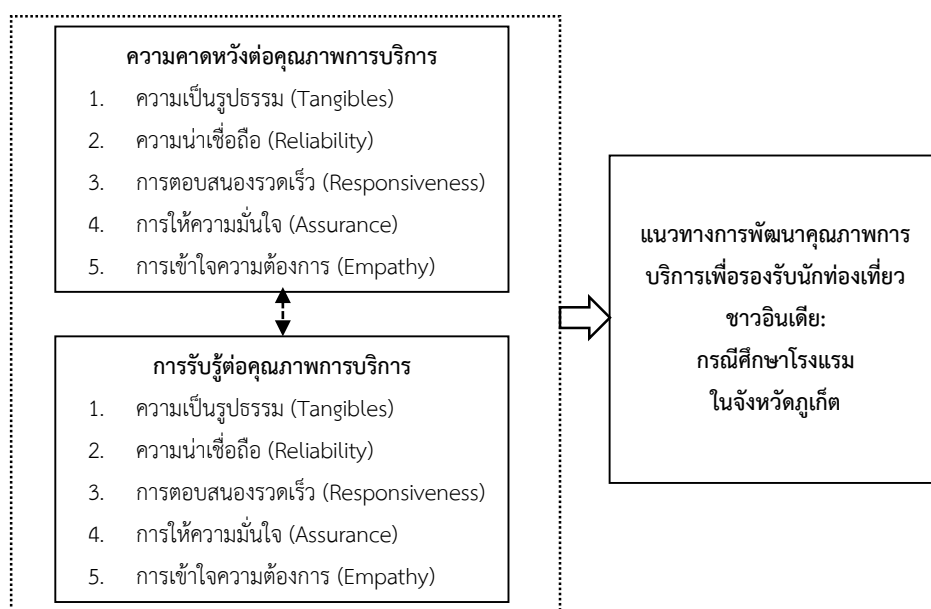
ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ใช้บริการอื่นๆ 3) การบริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) เป็นระดับการคาดการณ์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ผู้ใช้บริการพบปะผู้ให้บริการ การบริการที่คาดการณ์นี้มีผลต่อการกำหนดการบริการที่พึงประสงค์ (รัตน สุธะนินทร์, 2546)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากความเข้าใจ ความรู้สึกจากสิ่งที่ได้สัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการได้ยิน ได้เห็น ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส แล้วนำสิ่งเหล่านั้นมาตีความ โดยแปลความหมายจากเดิมหรือจากประสบการณ์เดิม เพื่อประเมินค่าตัดสินใจและแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา ทั้งนี้ได้มีการแบ่งองค์ประกอบของการรับรู้ของผู้บริโภคไว้ 4 องค์ประกอบดังนี้ 1) การรับรู้ความรู้สึก (Sensation) 2) ระดับต่ำที่สุดที่บุคคลรับรู้ได้ (The Absolute Threshold) 3) ความแตกต่างจำนวนน้อยที่สุดที่ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงความแตกต่างการรับรู้ (The Differential Threshold) 4) การรับรู้ได้จิตสำนึก (Subliminal Perception) (Schiffman and Kanuk, 2000)

นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ประเทศอินเดียมีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของโลก ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมาก รองจากประเทศจีน และในอนาคตคาดการณ์ไว้ว่าอาจจะประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งจะแซงหน้าประเทศจีนได้ นอกจากนี้แล้วประเทศอินเดียยังเป็นหนึ่งใน 10 ประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในโลก นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี 2560 เป็นต้นไป และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวอินเดียกว่า 20 ล้านคน ออกเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลก (National Council of Applied Economic Research) (ประชาชาติ อินเดียมาแรงไหมเที่ยวไทยแอร์ไลน์เพิ่มไฟล์ต์เปียดจีน, ม.ป.ป.) ยังคาดว่าจำนวนประชากรประเทศอินเดียที่มีรายได้ปานกลาง โดยสะท้อนถึงความสามารถในการใช้จ่ายเงินที่สูงได้ ซึ่งจะมีจำนวนถึง 547 ล้านคนใน ปี 2569 ซึ่งแม้อินเดียอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับต่ำ (Lower middle income) และมีรายได้ต่อหัวน้อย แต่กลับมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงเป็นลำดับที่ 19 ของโลกในปี 2559 โดยนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อหัวที่สูง เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวจีนและในประเทศไทยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยถือว่าเป็นจำนวนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยเช่นกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย: กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดภูเก็ต

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำและถูกต้องในการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณโดยใช้สูตรของ W.G.cochran ในกรณีไม่ทราบสัดส่วนที่แน่นอนของกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5 % หรือ 0.5 เมื่อคำนวณออกมาแล้วได้จำนวน 385 คน โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างของการศึกษา โดยทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) อยู่ที่ 400 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (อัศวิน แสงพิบูล, 2556)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งสามารถแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการเดินทาง และรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่คาดหวังและการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert โดยการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นผู้วิจัยได้มีการนำมาเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบให้มีความถูกต้อง ชัดเจนและสมบูรณ์ รวมทั้งการพิจารณาสำนวนภาษาที่ใช้ในข้อความว่า สอดคล้องกับลักษณะที่ต้องการศึกษาหรือไม่ เพื่อเป็นเครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง ด้านเนื้อหา (Content validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าตั้งแต่ 0.5 – 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความตรง สามารถใช้เป็นแบบสอบถามได้ แต่หากค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นยังใช้เป็นแบบสอบถามไม่ได้ ควรที่จะแก้ไขหรือปรับปรุงอีกที (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ทดลองแจกจำนวน 30 ชุด เพื่อทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้เกณฑ์ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) โดยมีค่าเท่ากับ 0.75 แสดงถึงแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือวิจัย ที่จะนำไปวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งข้อมูลปฐมภูมินี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นเครื่องมือที่รวบรวมข้อมูลในการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) เพื่อใช้ในการพรรณนาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อวิเคราะห์ถึงช่องว่างของความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

5. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เข้าใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 400 คน พบว่าลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ ส่วนใหญ่เพศที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนถึง 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79 และมีอายุระหว่าง 25-34 ปี ซึ่งมีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 โดยสถานภาพการสมรสแล้วจะมีมากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ถัดมาจะเป็นระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ทั้งนี้อาชีพส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้บริหาร ซึ่งมีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ถัดมาลักษณะการเดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งมีจำนวนมากถึง 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และสุดท้ายรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ น้อยกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8

ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย:กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอผลการศึกษาในส่วนนี้จะศึกษาถึงระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต โดยสามารถสรุปผลเป็นตารางได้ ดังนี้

ตาราง 1 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.69	0.59	มาก	1
2. ด้านความหนาเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	3.69	0.53	มาก	2
3. ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	3.56	0.56	มาก	5
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	3.61	0.54	มาก	4
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.66	0.55	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	0.55	มาก	-

จากตาราง 1 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต จะเห็นได้ว่าภาพรวมของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.64) ถ้าแยกดูเป็นรายด้านจะพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการที่นักท่องเที่ยวอินเดียคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.69) ถัดมาก็จะเป็น ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.69) และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.66) ต่อมาจะเป็นด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.61) และสุดท้ายคือด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.56) ตามลำดับ

ตาราง 2 ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้	ลำดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.62	0.66	มาก	2
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	3.62	0.59	มาก	3
3. ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	3.61	0.64	มาก	4
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	3.54	0.60	มาก	5
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.72	0.64	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	0.62	มาก	-

จากตาราง 2 ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต จะเห็นได้ว่าภาพรวมของการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการจะอยู่ที่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.62) ถ้าแยกดูเป็นรายด้านจะพบว่าด้านการเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.72) ถัดมาก็จะเป็น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.62) และด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.62) ต่อมาจะเป็นด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X}$ =3.61) และสุดท้ายด้านการให้ความมั่นใจ จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =3.54) ตามลำดับ

ผลการศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง		ระดับการรับรู้		Gap
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.69	0.59	3.62	0.66	0.07
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้	3.69	0.53	3.62	0.59	0.07
3. ด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	3.56	0.56	3.61	0.64	-0.05
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	3.61	0.54	3.54	0.60	0.07
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.66	0.55	3.72	0.64	-0.06

จากตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต จะเห็นได้ว่า ช่องว่างของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต มีความแตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีช่องว่างอยู่ที่ (Gap=0.07) ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ มีช่องว่างอยู่ที่ (Gap=0.07) และด้านการให้ความมั่นใจ มีช่องว่างอยู่ที่ (Gap=0.07) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสามด้านนี้มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ของการบริการในโรงแรม ซึ่งนั่นจะหมายความว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความคาดหวังที่สูงมาก่อนที่จะเข้าพักในโรงแรมกว่าการรับรู้จริงหลังเข้ามาพักในโรงแรมแล้ว จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการดังกล่าว ต่อมาในด้านของการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีช่องว่างอยู่ที่ (Gap=-0.05) และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ มีช่องว่างอยู่ที่ (Gap=-0.06) โดยทั้งสองด้านนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความคาดหวังที่น้อยกว่าการรับรู้จริงหลังจากเข้ามาใช้บริการของโรงแรม นั้นแสดงว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าว

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย:กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษมาพร พิงโพธิ์ (2554); นิตยา พริ้วราม (2558) ที่ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความคาดหวังในทุกๆ ด้านมากกว่าการรับรู้ในการเข้าใช้บริการของโรงแรม นั้นแสดงว่าลูกค้ามักจะมีความคาดหวังที่สูงถ้าหากการได้รับบริการที่ไม่ดีจะส่งผลถึงความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของโรงแรมในครั้งต่อไปได้ จากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทั้งนี้เมื่อนำความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมาเปรียบเทียบกันจะพบว่ามีอยู่สามด้าน ที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความคาดหวังในการได้รับการบริการ ที่มากกว่าการรับรู้จริงหลังจากที่เข้าใช้บริการ ซึ่งได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความมั่นใจ จากผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังในการได้รับบริการมีมากกว่าการรับรู้ในการได้รับบริการจริงของโรงแรม เพราะนักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่จะคาดหวังในเรื่องของความสะดวกสบายในการเดินทางมายังโรงแรม และเมื่อถึงโรงแรมแล้ว ยังคาดหวังอย่างมากกับอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและสวยงาม รวมไปถึงการตกแต่งหรือบรรยากาศของโรงแรมที่ดี มีสัญลักษณ์ต่างๆ ให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ป้ายบอกทางต่างๆ ภายในโรงแรม เป็นต้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียยังมีความคาดหวังที่สูงเกี่ยวกับเรื่องภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรมรวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งในส่วนนี้ถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญเป็นอย่างมากที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดความเชื่อมั่นในการที่จะเข้าพัก พนักงานทุกคนต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที โดยจะสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรสุภา ชมวงศ์ (2552) ที่กล่าวว่าลูกค้าจะมีความคาดหวังในเรื่องของภาพลักษณ์และความปลอดภัยของโรงแรมที่สูง และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ที่ว่าคุณลักษณะด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรก

ในส่วนของการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งสองด้านนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะมีความคาดหวังที่น้อยกว่าการรับรู้จริงเนื่องจากการบริการที่มีความรวดเร็วอย่างเช่น ระบบการ Check-in และ Check-out มีการให้บริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว และการบริการด้านการช่วยเหลือลูกค้าก็มีความรวดเร็วเช่นเดียวกัน จึงทำให้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดความพึงพอใจได้ และพนักงานมีการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ในส่วนนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะทราบกันดีอยู่แล้วว่าถ้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง เลยไม่มีความคาดหวังมาก่อน แต่เมื่อมาถึงพนักงานมีการสื่อสารภาษาได้ดี และสามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ก็เป็นผลดีที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ทางพนักงานก็สามารถบริการให้กับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียได้ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติชนชาติ ซึ่งจะไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556); Nguyen Van Huy (2009) ที่กล่าวว่าการตอบสนองความต้องการและการเข้าใจลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะต้องได้รับการพัฒนาเป็นลำดับแรกเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของโรงแรมได้ แต่เนื่องด้วยในด้านนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดการรับรู้มากกว่าความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องแก้ไขในส่วนนี้แต่อาจจะเป็นการพัฒนาให้ดีขึ้นมากกว่าเดิมได้

โดยแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ต้องคำนึงถึงด้านต่างๆ 3 ด้านต่อไปนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องสร้างรูปแบบการให้บริการที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ทันสมัย และครบครันภายในโรงแรม ความสะดวกสบายในการเข้าถึงโรงแรม และสิ่งต่างๆ ที่สามารถจับต้องได้อย่าง เป็นรูปธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มของนักธุรกิจ ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบายเป็นหลักจึงทำให้ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการที่จะทำให้บริการลูกค้าชาวอินเดียได้

2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ โรงแรมควรที่จะต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีของโรงแรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการของโรงแรมที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นหลัก ซึ่งสิ่งนี้เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทางโรงแรมจะต้องสร้างเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียได้

3. ด้านการให้ความมั่นใจ จะต้องสร้างในเรื่องของระบบการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม รวมไปถึง พนักงานทุกคนต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะมีความคาดหวังในเรื่องของภาพลักษณ์และความปลอดภัยของโรงแรมในระดับสูง เพื่อสร้างความมั่นใจ และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเกิดความเชื่อมั่นในการที่จะเข้าพักได้

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมหรือผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เข้าพักในโรงแรมต่อไปได้

6. ข้อเสนอแนะ

- 6.1 การศึกษานี้เป็นการศึกษาภาพรวมของคุณภาพการบริการของโรงแรมในทุกประเภท ทั้งนี้ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาในโรงแรมประเภทอื่นๆ เช่น บูติกโฮเทล เกรสส์เฮาส์ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงจุดและสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการลูกค้าได้

- 6.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยแบบผสมผสาน ที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการให้บริการของโรงแรมได้

7. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ดีเนื่องจากความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูลให้คำแนะนำ คำปรึกษาหรือความคิดเห็นในการทำวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมงานทุกท่านที่คอยให้การสนับสนุน และต้องขอขอบพระคุณผู้เข้าร่วมการวิจัยทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการวิจัยและข้อมูลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นต่อไปมากกว่านั้นผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณบิดา มารดาของผู้วิจัยเองที่คอยให้กำลังใจและการสนับสนุนปัจจัยต่างๆที่สามารถทำให้การวิจัยเรื่องนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- Nguyen Van Huy. 2009. *Service Quality Assessment Hotel in Hanoi, Vietnam*. Thesis of Master Degree. Prince of Songkla University.
- Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, 4: 41-50.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2000. *Consumer behavior*. New Jersey: Prantice-Hall, Inc.
- Wipoosattaya, W. 2001. "Tourists' perceptions of hotel frontline employees' questionable job-related behavior" *Tourism Management Journal*. 21, 2: 121-134.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวนสถานที่พักแรมและห้องพัก ปี 2558 - 2561. 2561. [ออนไลน์] สืบค้นจาก: <http://intelligencecenter.tat.or.th:8080/apex/f?p=1:19:0> (วันที่สืบค้น 12 พฤศจิกายน 2561).
- กลุขมาพร พึ่งโพธิ์. 2554. การเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่คาดหวังและรับรู้ของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิตยา พร้าวราม. 2558. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน: กรณีศึกษา โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ประชาชาติ อินเดียมารแรงไหมเที่ยวไทยแอร์ไลน์เพิ่มไฟล์ต์เบียดจีน. ม.ป.ป. [ออนไลน์] สืบค้นจาก: <https://www.prachachat.net/tourism/news-276899> (วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2561).
- รัตนา สุขะนินทร์. 2546. ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการล้านช้างรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรสุภา ชมวงศ์. 2552. คุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ สุริยะ. 2556. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตบริหารศาสตร.
- อัศวิน แสงพิกุล. 2556. การวิเคราะห์ข้อมูลการแปลความหมายและการนำเสนอข้อมูล ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.