

งานวิจัยเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและระดับความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกที่มีต่อโรงแรมในกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยประยุกต์ (Applied research) ที่มุ่งแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของโรงแรมระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกเพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยด้านการบริการของโรงแรมที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยเพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตก ศึกษาเปรียบเทียบระดับของความพึงพอใจต่อการบริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก วิเคราะห์ผลกระทบที่เกี่ยวข้องจากปัจจัยการบริการของโรงแรมที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตก ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกที่มีความเข้าใจและสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้ ที่เดินทางออกจากประเทศไทยโดยเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2551 โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คนเป็นชาวเอเชียและชาวตะวันตกจำนวนเท่ากัน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ตารางไขว้ (Cross Tabulation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยว่าเป็นที่มีสภาพอากาศที่อบอุ่นและมีแสงแดดโดยมีความสิ่งอำนวยความสะดวกในการช้อปปิ้งที่ดี มีทัศนียภาพที่สวยงามและมีสถานที่ธรรมชาติที่น่าสนใจ มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีหาดที่สวยงามและมีกีฬาทางน้ำ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยที่ 1 พนักงานและการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยที่ 2 สภาพของห้องพัก ปัจจัยที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่ 4 ความปลอดภัยของระบบการให้บริการ ปัจจัยที่ 5 คุณค่าที่ได้รับจากการบริการ ปัจจัยที่ 6 ท่าเลที่ตั้งความสะดวก ระดับการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกมีความแตกต่างกัน ระดับความคาดหวังจากการบริการต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการโรงแรมในกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมีความแตกต่างกัน ปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการของโรงแรมที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกมีความแตกต่างกัน

งานวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้ทราบถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องจากปัจจัยการบริการของโรงแรมที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จะได้แนวทางในการวางกลยุทธ์การบริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวตะวันตก

The Purpose of this study was to examine the perceptions about hotel attributes in Bangkok. Because of the different cultures play the important role in terms of the evaluation among Asian and Western Travellers, then the focus in understanding the differences of their perception of the hotel service attributes can spur the growth and the quality improvement of hotel industry. This paper specially address the following objective 1) To assess the expectation and perception of hotel attributes among Asian and Western Travellers and to identify the gap between those of expectations and perceptions. 2) To identify and compare the perceptions of the service quality of the hotels in Bangkok between Asian and Western Travellers

The data collection instrument used a self-completion questionnaire in English is develop base on some relevant studies. The questionnaire comprises four sections. The first section captures the demographic profile of the respondents. The second section part of questionnaire examines the travellers' perception of Thailand by rating on five point form 1 (strongly disagree) to 5 (strong agree) The third part measure the respondents' expectation of service quality before check-in based on a Likert scale from 1 (very low expectation) to 5 (very high expectation) and the last part, respondents are asked to indicate their perceptions in service quality attribute throughout their stay in Bangkok hotels after check-out on five-point scale range from 1 (very dissatisfy) to 5 (very satisfy).

Data were analysed using factor analysis, multiple regression, *t*-test and ANOVA. Paired *t*-test was employed to test the significant between the two mean of tourists expectation and perception and their gap score. Measuring of perception among Asian and western travelers about service quality also used the Paired *t*-test for indicate the differences. The 44 service quality attributes were factor analysed to identify the existence of underlying dimensions of hotel service quality. A principle component factor analysis with orthogonal VARIMAX rotation was used to measure the 44 items of service quality of hotels in Bangkok. The analysis was to summarize the information contained in the original hotels service attributes into smaller set of newly composite dimensions. Subsequently, utilizing the derived factors score in multiple regression analysis was applied for determining the level of satisfaction among Asian and Western travellers. The various degrees of the significant factors resulting from the regression analysis were shown based on the beta coefficients and the factor with higher beta coefficient is a heavier weight factor to explain the travelers satisfaction level. A Cronbranch's coefficient alpha was calculated to assess the internal reliability of and consistency of each expectation and perception of service quality items. The attributes with factor loading equal to or greater than 0.5, and with eigenvalues equal to or greater than 1, were considers for interpretation.

This research found that the perception about Thailand are Thailand has a warm and sunny climate, offers good shopping facilities, has beautiful scenery and natural attractions, has interesting cultural attractions and offers great beaches and water sports. The 6 factors derived from factor analysis are: staffs and their service, room attribute, facilities, safety and reliability

,value, convenience location. The result indicate that there are significant difference between Asian and Western travelers the influential factors of expectation of hotel attributes to the perceive hotel service quality and these factors can determine the over all satisfaction level.

This study is strategically and managerially important to Thailand hotels and tourism industry.Using the results of this research ,Tourism Authority of Thailand and the hoteliers can use to enhance a much more marketing in tourism and hotel industry and also focus their effort to provide the high level of service quality and facility that Asian and Western travelers perceive as being important facors.