

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 ในมุมมองของผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการจะช่วยให้ทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แท้จริงต่อคุณภาพการบริการ และความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านต่าง 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		เก็สเข้า	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 เจลี่ยนักร่องเทียวนในแต่ละเดือนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเรียงตามลำดับช่วงเดือนที่มีนักร่องเทียวมากที่สุด และรองอีก 2 ลำดับ ได้แก่ช่วงเดือน ธันวาคม พฤศจิกายน ตุลาคม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทราบจำนวนของนักร่องเทียวมชาวไทยที่เข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ โดยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 455,300 คน และนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบจากการเปิดตารางของ Yamane

ตาราง 2 แสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ที่ 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
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 นักท่องเที่ยวที่มากับบริษัททัวร์
 - 1.3.3 นักท่องเที่ยวที่มากับหน่วยงานเอกชน
 - 1.3.4 นักท่องเที่ยวที่มากับหน่วยงานราชการ
 - 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 รานขายของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นบ้าน 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

