

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 ประเภทของลูกค้า ในการเข้าพัก 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 ประเภทของลูกค้ำในการเข้าพัก วัตถุประสงค์ในด้านการเข้าพัก และข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการเข้าพักโรงแรม 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 ส่วนใหญ่ก่อนที่จะมาพักในครั้งนี้อันไม่เคยมาพักที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 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, เบอวีร์ และพาราสุรามัน (Zeithmal Berry and Parasuraman. 1990: 19) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังมีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 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 หรือจากการบอกปากต่อปากส่งให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังในการใช้บริการสูงเหมือนกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง 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 และสมจิตร์ 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 ควรเพิ่มอาหารเข้าให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการปรับเปลี่ยนรสชาติของอาหาร เพิ่มรายการอาหารให้มากขึ้น และรวมถึงการแต่งกายของพนักงานควรมีความสะอาด เรียบร้อย

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

4. ด้านสิ่งแวดลอมทางกายภาพ 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 สิ่งแวดลอมต่าง ๆ และด้านการต้อนรับส่วนหน้า เป็นต้น เพราะนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ ดังนั้น โดยรวมโรงแรมควรมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ให้ดีมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย อีกทั้งข้อมูลที่ได้ยังเป็นแนวทางให้แก่ฝ่ายการตลาดใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเกณฑ์ของคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้นรวมทั้งยัง

เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบคุณภาพบริการกับโรงแรมในจังหวัดอื่นที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ดีมาปรับปรุงการให้บริการ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการนำข้อมูลมาพัฒนาคุณภาพการทำงานของพนักงานให้มีมาตรฐานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวมถึงทำให้ทราบวิถีในการสร้างขวัญและกำลังใจ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่พนักงานคาดหวังว่าจะได้รับจากองค์กร เพราะพนักงานคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

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