

การบริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้

Quality Management Practices of Hotel Entrepreneurs in Southern Provinces

วิไลพร พิตรปรีชา และ ดร.ชาญเดช เจริญวิริยะกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพ การจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม 2) เปรียบเทียบ ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการ บริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม และ 3) เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเข้าพัก โรงแรม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วย วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติรวม 400 คนโดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ในทดสอบความแตกต่าง เพื่อทดสอบ สมมติฐาน ได้แก่ paired samples t-test และ one-way ANOVA ผลวิจัยการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการ งานบริการของโรงแรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเป็นไปตามลำดับคือ การปฏิบัติ

ต่อผู้เข้าพักอย่างเท่าเทียม การไม่ใช้แรงงานสัตว์ที่ดู ไม่เหมาะสมหรือทารุณกรรมสัตว์ และไม่มีการค้า ประเวณีหรือธุรกิจแอบแฝง 2. เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง กับการรับรู้ พบว่า ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ทั้งใน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านประเด็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ ความสำคัญ ซึ่งแสดงถึงความไม่พึงพอใจต่อการบริหาร คุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม 3. สัญชาติ ระดับดาวของโรงแรมที่เข้าพักล่าสุด ระดับดาวของ โรงแรมที่เข้าพักบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์การเข้าพัก ลักษณะการพัก และระยะเวลาหรือจำนวนคืนใน การเข้าพักในโรงแรม ที่แตกต่างกันมีความคาดหวัง ที่ต่างกัน

คำสำคัญ: ความคาดหวัง / การรับรู้ / การบริหาร
คุณภาพการจัดการ

Abstract

This research aimed (1) to study expectation and perception of tourists towards service quality management practices of hotel entrepreneurs in southern provinces, (2) to compare expectation and perception of tourists towards service quality management practices of hotel entrepreneurs in southern provinces, and (3) to compare expectation of tourists with different demographic characteristics and hotel-stay behaviors using quantitative research. Data were collected using questionnaire technique. Samples were 400 Thai and foreign tourists by using stratified and convenience sampling. The collected data were analyzed by descriptive statistics, paired samples t-test, and one-way ANOVA. The research findings were as follows: 1. Level of expectation and perception of tourists towards service management of hotels in general was found to be high, while considering each aspect, the aspects of equality of service, no animal abuse or cruelty, and no direct or indirect prostitution were ranked respectively. 2. When levels of expectation and perception of tourists were compared, it was found that the level of expectation was higher than perception, either on environmental issues or other issues of global concern that reflected their dissatisfaction with service quality management practices of hotel entrepreneurs. 3. Nationality, star rating of hotel on latest stay, star rating of most frequently stayed hotel, objective of stay, hotel-stay behaviors,

and length of stay or the number of room-night spent at the hotel led to differences in levels of their expectation.

Keywords: expectation / perception / service quality management

ความเป็นมาและความสำคัญ

จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2560 พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวประจำปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 11 เป็นจำนวนรวม 2,52 ล้านล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 ทั้งหมด 32,588,303 คน และสร้างรายได้ 6.62 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 4.4 จากปีที่ผ่านมาแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยในปี พ.ศ. 2560 คาดว่ายังคงเติบโตต่อเนื่องตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก ด้วยอัตราการร้อยละ 5 และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8

เนื่องจากการท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านจำนวน การใช้จ่ายและรายได้ ดังนั้นรัฐบาลทุกสมัยจึงให้ความสำคัญแก่นโยบายการท่องเที่ยว การกระตุ้นความตื่นตัวทางด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นหน้าที่ของรัฐและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนหนึ่งของกลไกที่จะช่วยขับเคลื่อนรายได้จากการท่องเที่ยวคือผู้ประกอบการด้านการบริการ ซึ่งรวมถึงโรงแรม ทั้งนี้ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกโรงแรมอาจแตกต่างกัน เช่น คุณภาพสินค้าและบริการ (product) สถานที่ (place) ราคา (price) การส่งเสริมการขาย (promotion) พนักงาน (people) และกระบวนการ (process) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกิดจากตัวบุคคล เช่น จุดประสงค์ในการเข้าพัก ระยะเวลาในการพักผ่อน

ความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่จะได้รับภายหลัง การหาข้อมูลของโรงแรม รวมถึงความพึงพอใจต่อแบรนด์ โรงแรมขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของโรงแรม ที่น่าพักอาศัย และพนักงานที่บริการให้ความช่วยเหลือ ลูกค้าย่างมีประสิทธิภาพ การได้รับความสนุกสนาน ประทับใจจากการเข้าพัก (Janghyeon, et al, 2011; Kandampully & Suhartanto, 2000) และการบริหารจัดการ โรงแรมที่สอดคล้องกับการคำนึงถึงปัญหาด้านต่าง ๆ ของโลก เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาโลกร้อน การใช้แรงงานเด็กและการค้ามนุษย์ ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ดังจะเห็นได้จากโรงแรมที่มีมาตรฐานต่าง ๆ ล้วนต้องแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ให้แขก ที่พักประหยัดน้ำ เป็นต้น

ปัจจุบันทั่วโลกตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ (climate change) และปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงถือเป็น ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการต่อสังคม การบริหารจัดการ โรงแรมที่สอดคล้องกับการคำนึงถึงปัญหาด้านต่าง ๆ ของโลก เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม โลกร้อน การใช้แรงงานเด็กและการค้ามนุษย์ จึงน่าเป็นสิ่งที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า โรงแรม ซึ่งเป็นองค์กรทางธุรกิจที่มุ่งผลกำไรให้ความสำคัญกับ เรื่องดังกล่าวหรือไม่ และมีการบริหารจัดการอย่างไร ขณะเดียวกันต้องการศึกษาด้วยว่า ผู้รับหรือผู้ใช้บริการ ของโรงแรมมีความคาดหวัง มีการรับรู้หรือพบเห็น และความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมประเด็นที่ทั่วโลกหรือสากลให้ความสำคัญของโรงแรมที่เข้าพักหรือเลือกพักหรือไม่ มากน้อยอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับการบริการสาธารณะ

แบบใหม่ (new public service) ซึ่งเน้นการให้ความสำคัญ กับความสนใจและการสร้างการมีส่วนร่วมของ สาธารณชน (Denhardt & Denhardt, 2007)

เนื่องจากในกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย คนชาติแตกต่างกันจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงต้องการทราบ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการในแต่โรงแรมแต่ละระดับ และแต่ละประเภทแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูล ให้กับโรงแรมไทยในการพัฒนาตัวชี้วัด หรือกำหนด ระดับของโรงแรมได้อย่างเหมาะสม รวมถึงหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยว สยามสมาคม โรงแรม แห่งประเทศไทย ฯลฯ จะได้ให้ความรู้และเผยแพร่ เพื่อยกระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย รวมถึง การใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่ สอดคล้องกับกระแสสากลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของ ผู้ประกอบการโรงแรม
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของ ผู้ประกอบการโรงแรม
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเข้าพัก โรงแรม

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อ การบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรมของ ผู้ประกอบการโรงแรมแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีระดับความคาดหวังต่อการบริหารคุณภาพการจัดการงานบริการของผู้ประกอบการโรงแรมที่ต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความคาดหวังต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษา ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดตรัง และจังหวัดสงขลา ในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสังคมทั่วโลกในกระแสโลกาภิวัตน์ให้ความสำคัญหรือเป็นห่วง (global concern) เช่น ปัญหาเรื่องพลังงาน โลกร้อน สิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานเด็ก การค้ามนุษย์ การทรมานหรือรังแกสัตว์ การไม่ยอมรับความแตกต่างทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือการเลือกปฏิบัติหรือปฏิบัติต่อคนต่าง ๆ ไม่เท่าเทียมกัน ฯลฯ

แนวคิดและวรรณกรรมที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดต่อไปนี้ในการเป็นกรอบในการศึกษา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทและการจัดแบ่งมาตรฐานโรงแรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการงานบริการของโรงแรม

ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทและการจัดแบ่งมาตรฐานโรงแรม

1. การแบ่งมาตรฐานโรงแรมตามระดับเพชร American Automobile Association (AAA)

2. การแบ่งมาตรฐานโรงแรมตามระดับดาว การจัดกลุ่มโรงแรมและร้านอาหารแล้วกำหนด “ดาว” หรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอย่างอื่นให้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามแบบที่ตนต้องการ (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk, 2000) กล่าวว่า การรับรู้ (perception) คือกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือกประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมายและได้ภาพของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว การรับรู้ จึงเป็นกระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามาผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำ ความรู้ผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ

การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าใจอย่างใดอย่างหนึ่งในขณะใดขณะหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท คือ

1. อิทธิพลที่มาจากภายนอก ได้แก่ ความเข้มและขนาดของสิ่งเร้า (intensity and size) การกระทำซ้ำ ๆ (repetition) สิ่งตรงกันข้าม (contrast) การเคลื่อนไหว (movement)
2. อิทธิพลที่มาจากภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (motive) การคาดหวัง (expectancy) ความสนใจอารมณ์ความคิด และจินตนาการความรู้สึกต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ

พจนานุกรมออกซฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2000) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ว่าจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้น (Joseph & Blanton, 2000 อ้างถึงใน อินทิรา จันทรัฐ, 2552) ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กร หรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับ ความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 36) กล่าวว่าความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หรือบริการตามที่ได้รับและเข้าใจกับ “ความคาดหวัง” ดังนั้น ระดับความพอใจ จึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่าง “สิ่งที่มองเห็น” และ “ความคาดหวัง” หากบุคคลเห็นการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการว่าต่างไปจากความคาดหวัง จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พอใจ (dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้น จะเกิดความพึงพอใจ (satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการสูงกว่า ความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการ

ซ้ำของลูกค้าและ ประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดีเหล่านั้นต่อบุคคลอื่นต่อไป

ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการงานบริการของโรงแรม

คุณภาพหรือมาตรฐานในการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม และการคำนึงถึงประเด็น ด้านการบริการต่าง ๆ ถูกกำหนดเป็นตัวชี้วัดประการหนึ่งของการกำหนดมาตรฐานของโรงแรม

สิ่งแวดล้อมเป็นวงจรและวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกันไปทั้งระบบ (นิสาชล หังสนัส, 2546, หน้า 17) สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งของวัตถุสารประกอบและกลุ่มสรรพสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต อันเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งอยู่ในรูปของแข็งของเหลวก๊าซ รูปลักษณะฟิสิกส์ซึ่งสามารถสัมผัสด้วยอาการทั้ง 5 (ลิ้มรส ดมกลิ่น ได้ยินได้เห็น และรู้สึกสัมผัส) ส่วนมลพิษจะเป็นของเสียจากกระบวนการผลิตต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพกายและจิตของทั้งมนุษย์ พืช และสัตว์ที่ได้สัมผัสกับมลพิษนั้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ได้ให้คำนิยามสิ่งแวดล้อมว่าครอบคลุมสิ่งต่อไปนี้

1. มลพิษ หมายความว่า ของเสีย วัตถุอันตราย และมลสารอื่น ๆ รวมทั้งการตกตะกอนหรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมหรือภาวะเป็นพิษภัย อันตรายต่อสุขภาพประชาชนและให้หมายความรวมถึงรังสี ความร้อน แสง เสียง กลิ่น ความสั่นสะเทือน หรือเหตุรำคาญอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น หรือถูกปล่อยออกจากแหล่งกำเนิดพิษด้วย
2. ภาวะมลพิษ หมายความว่า สภาพที่สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงหรือปนเปื้อนโดยมลพิษซึ่งทำให้คุณภาพ

สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางดิน

3. แหล่งกำเนิดมลพิษ หมายความว่าชุมชน โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งก่อสร้าง สถานที่ประกอบกิจการใด ๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของมลพิษ

4. ของเสีย หมายความว่า ขยะมูลฝอย สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย อากาศเสีย ซึ่งปล่อยทิ้งหรือที่มีมาจากแหล่งกำเนิดมลพิษ รวมทั้งกากตะกอนหรือสิ่งตกค้าง

5. น้ำเสีย หมายความว่า ของเสียที่อยู่ในสภาพของเหลว รวมทั้งมวลสารที่ปะปนหรือปนเปื้อนอยู่ในของเหลวนั้น ส่วนน้ำทั้งก็คือ น้ำเสียที่ได้รับการบำบัดแล้วหรือไม่ได้รับการบำบัดซึ่งถูกระบายลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

6. อากาศเสีย หมายความว่า ของเสียที่อยู่ในสภาพที่เป็นไอเสีย กลิ่นควัน ก๊าซเขม่า ฝุ่นละออง เถ้าถ่าน หรือมวลสารอื่น ที่มีสภาพละเอียดเบาบาง สามารถรวมตัวอยู่ในบรรยากาศได้

7. วัตถุอันตราย หมายความว่า วัตถุระเบิดได้ วัตถุไวไฟ วัตถุพิษวัตถุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพันธุกรรม วัตถุกัดกร่อนวัตถุที่ก่อให้เกิดการระคายเคือง วัตถุอย่างอื่นไม่ว่าจะเป็นเคมีภัณฑ์หรือสิ่งอื่นใดที่อาจจะทำให้เกิดอันตรายแก่บุคคล สัตว์ หรือพืช

สำหรับประเทศไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ยังได้กำหนดแผนพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นแผนการศึกษาแห่งชาติ ทุกระดับสิ่งเหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อมนุษย์มาก นอกจากนี้สิ่งแวดล้อมยังมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น ในแต่ละประเทศ สำนักงานสิ่งแวดล้อมทั่วไป รวมทั้งสำนักงานเพื่อควบคุม ตรวจตราเฉพาะด้าน เช่น สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมแรงงาน ฯลฯ จึงพยายามหาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของตน แต่ในขณะเดียวกันก็พยายามคงสภาพสิ่งแวดล้อมไว้ให้เสื่อมโทรมน้อยที่สุด การพัฒนาของแต่ละประเทศจึงไม่เน้นการแก้ปัญหาเฉพาะมลพิษเพียงอย่างเดียวแต่จะต้องรับผิดชอบในการค้นคว้าวิจัยหาวิธีใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมดังนั้นในการพัฒนาจึงควรผสมผสาน (integrate) หลักการอนุรักษ์เข้าไปด้วย รวมทั้งนำปัญหาของสิ่งแวดล้อมและผลกระทบอันเกิดจากการใช้ทรัพยากรมาประกอบในการกำหนดนโยบายการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถาม โดยประชากรของการวิจัยนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ ในประเทศไทยซึ่งจดทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจโรงแรมแห่งประเทศไทยหรือกรรมการท่องเที่ยวในระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในจังหวัดตรังและสงขลา โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นและแบบสะดวก (stratified and convenience sampling) จากโรงแรมรวม 6 แห่ง คือ แบ่งเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว (2 โรงแรม) ระดับ 4 ดาว (2 โรงแรม) และระดับ 5 ดาว (2 โรงแรม) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมระดับต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็น ผู้ใช้บริการชาวไทย ชาวต่างชาติ สัญชาติตะวันตก (ได้แก่ ผู้ใช้บริการจากทวีปอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย) และชาวต่างชาติสัญชาติตะวันออก (ผู้ใช้บริการจากทวีปเอเชีย) รวมทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการโรงแรม แบ่งเป็น ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ paired samples t-test และ one-way ANOVA การแปลผลระดับความพึงพอใจ ได้จากการเปรียบเทียบ “คะแนนความคาดหวัง” กับ “คะแนนการรับรู้” โดยใช้สถิติทดสอบหากพบว่า

นัยสำคัญน้อยกว่าหรือเท่ากับ .05 หมายความว่า ความคาดหวัง กับการพบเห็นแตกต่างกันโดยที่

คะแนนความคาดหวัง มากกว่า คะแนนการรับรู้ =
คะแนนความไม่พึงพอใจ

คะแนนความคาดหวัง น้อยกว่า คะแนนการรับรู้ =
คะแนนความพึงพอใจ

ผลการวิจัย

ระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรม

การบริหารคุณภาพการจัดการ ของโรงแรม	ค่าเฉลี่ย		ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย	t	P
	ความคาดหวัง	การรับรู้			
ภาพรวมด้านสิ่งแวดล้อม	4.35	4.03	-0.32	16.813	.00
1. มีป้าย/เอกสารในห้องพักให้ ผู้ใช้บริการใช้น้ำประหยัด	4.43	4.12	-0.31	8.948	.00
2. ไม่ใช้วัสดุที่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.39	4.05	-0.34	10.42	.00
3. ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดไฟ หรือพลังงาน	4.41	4.09	-0.32	10.074	.00
4. มีเอกสาร สัญลักษณ์หรือ ป้ายรณรงค์การอนุรักษ์ป่าไม้	4.43	3.99	-0.44	13.084	.00
5. เผยแพร่หรือทำกิจกรรมเพื่อ สังคมเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์ธรรมชาติให้	4.42	4.21	-0.21	5.956	.00
6. จัดการและรณรงค์เกี่ยวกับ การรีไซเคิล	4.26	3.97	-0.29	7.697	.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การบริหารคุณภาพการจัดการ ของโรงแรม	ค่าเฉลี่ย		ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย	t	P
	ความคาดหวัง	การรับรู้			
7. มีการใช้ระบบโซลาร์เซลล์ เพื่อประหยัดไฟ	4.20	3.86	-0.34	10.153	.00
8. มีการใช้แสงสว่างธรรมชาติ แทนการใช้ไฟฟ้า	4.30	3.96	-0.34	9.584	.00
ภาพรวมด้านประเด็นปัญหา ที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ	4.48	4.28	-0.20	9.936	.00
9. ไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมายหรือ แสดงถึงการค้ามนุษย์	4.49	4.18	-0.31*	8.967	.00
10. ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้เข้าพัก/ ปฏิบัติอย่างเท่าเทียม	4.56	4.52	-0.04	1.148	.25
11. ไม่กดขี่แรงงาน เช่น ใช้งานหนัก หรืองานที่ไม่เหมาะสม	4.40	4.20	-0.20	5.826	.00
12. ไม่แสดงการดูถูกเหยียดหยาม บุคคลใด ๆ	4.43	4.15	-0.28	8.341	.00
13. จัดเก็บข้อมูลส่วนตัวลูกค้า/ ไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว	4.47	4.22	-0.25	7.615	.00
14. ไม่มีการค้าประเวณีหรือธุรกิจแอบแฝง	4.52	4.25	-0.27	7.997	.00
15. ไม่ใช้แรงงานสัตว์ที่ดูไม่เหมาะสม หรือทารุณกรรมสัตว์	4.53	4.45	-0.08	2.154	.03
ภาพรวม	4.42	4.15	-0.27	15.303	0.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมและประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ (ของโรงแรมสุดท้ายที่เข้าพัก) ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า ระดับความคาดหวังต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรมก่อนเข้าพัก อยู่ในระดับคาดหวังมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.42) เมื่อพิจารณา

รายประเด็น พบว่า ระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35 และ ระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.48)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมและประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ พบว่า ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมและประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ (ของโรงแรมสุดท้ายที่เข้าพัก) ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ระดับการรับรู้ต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม

หลังเข้าพัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.15) เมื่อพิจารณา รายประเด็น พบว่า ระดับการรับรู้ต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.03) และระดับการรับรู้ต่อการบริหารจัดการงานบริการด้านปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.28)

เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ที่พบเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรมในภาพรวม

ตารางที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรมในภาพรวม

กลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	t	P
ความคาดหวัง	4.42	0.48	0.27	15.303	.00*
การรับรู้	4.15	0.43			

* P < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคาดหวังกลุ่มนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.42 ขณะที่ การรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 (P = .00) โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรม สูงกว่า การรับรู้ต่อการบริหารคุณภาพการจัดการของโรงแรม

ตารางที่ 3 ความคาดหวังกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแยกรายประเด็น

ประเด็น	กลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	t	P
ด้านสิ่งแวดล้อม	ความคาดหวัง	4.35	0.586	0.32	16.813	.00*
	การรับรู้	4.03	0.528			
ประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ	ความคาดหวัง	4.48	0.466	0.20	9.936	.00*
	การรับรู้	4.28	0.599			

* P < 0.05

เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายประเด็น พบว่า ภาพรวมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.35 ในขณะที่การรับรู้เฉลี่ย 4.03 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($P = .00$) โดยความคาดหวังต่อการบริหารคุณภาพการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสูงกว่าการรับรู้

นอกจากนี้ ประเด็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อประเด็นดังกล่าวมีค่าเฉลี่ย 4.48 ในขณะที่การรับรู้มีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังกับการรับรู้พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($P = .00$) โดยความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ (ดังตารางที่ 3)

เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรม การเข้าพักโรงแรม

ลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเข้าพักโรงแรมที่แตกต่างกันมีความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หรือผู้ใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สัญชาติ ระดับดาวของโรงแรมที่พัก ล่าสุด ระดับดาวของโรงแรมที่พักบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ การเข้าพัก ลักษณะการเข้าพัก และระยะเวลาการเข้าพัก ส่วนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

อภิปรายผล

จากกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้โลกนี้กลายเป็นโลกไร้พรมแดน สามารถติดต่อสื่อสาร และเดินทางข้ามพรมแดน ข้ามเวลาและสถานที่ McLuhan (1960) กล่าวว่า “โลกนี้เล็กลง เหมือนเป็นหมู่บ้านโลก (global

village) ที่ประกอบด้วยคนหลากหลายพันธุ์ต่าง ๆ ขณะเดียวกัน การอยู่ร่วมกันท่ามกลางกระแสโลก ทำให้เกิดมาตรฐานและค่านิยมโลก หรือสากล (global standards or values) ที่ทุกประเทศให้ความสำคัญร่วมกัน เช่น ปัญหาเรื่องโลกร้อนพลังงานการค้ามนุษย์ สิทธิมนุษยชน ประชาธิปไตย ความเท่าเทียม ฯลฯ ดังนั้น โลกธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาเหล่านี้เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และการยกระดับความเป็นมาตรฐานสากล โรงแรมซึ่งถือเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประเด็นปัญหาต่าง ๆ และการสร้างภาพลักษณ์ในประเด็นดังกล่าว

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติรับรู้ว่าโรงแรมในประเทศไทยมีการบริหารจัดการงานบริการที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและประเด็นปัญหาอื่น ๆ ที่โลกให้ความสนใจในระดับ “มาก” แต่พบว่าโรงแรมมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่โลกให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญ เช่น ปัญหาการใช้แรงงานหรือการค้ามนุษย์ ปัญหาการเลือกปฏิบัติ ฯลฯ มากกว่า ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การประหยัดพลังงาน ฯลฯ ซึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้หรือพบเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของโรงแรมมากที่สุด คือ “การไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้เข้าพัก หรือมีการปฏิบัติต่อผู้เข้าพักอย่างเท่าเทียมกัน” ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจมาจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา หรือเพศ รุนแรงเหมือนหลาย ๆ ประเทศที่มีปัญหาด้านนี้รุนแรง

โดยภาพรวม สิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้หรือพบเห็นค่อนข้างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางกันกับสิ่งที่คาดหวังในการบริหารจัดการของโรงแรม อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า แม้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักโรงแรม จะพบเห็นการบริหารจัดการประเด็นปัญหาของโลกใน

ด้านต่าง ๆ ในระดับมาก แต่ก็มีความคาดหวังในระดับมากเช่นกัน โดยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้มากกว่าที่ได้รับประสบการณ์จริงกับการบริหารจัดการงานบริการของโรงแรมในประเทศไทย และสะท้อนให้เห็นว่า คนมีความตื่นตัวในเรื่องดังกล่าวมากขึ้น โรงแรมจึงพึงตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประเด็นปัญหาดังกล่าว

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรบางตัวส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างกัน เช่น สัญชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว สัญชาติตะวันตก เช่น นักท่องเที่ยวแถบทวีปอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย ฯลฯ มีความคาดหวังสูงกว่านักท่องเที่ยวสัญชาติตะวันออก และไทย และนักท่องเที่ยวสัญชาติตะวันออกมีระดับความคาดหวังสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนไทยยังมีระดับความคาดหวังหรือให้ความสำคัญในประเด็นปัญหาของโลกน้อยกว่าคนสัญชาติตะวันออกอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ เป็นต้น อีกทั้งยังพบว่า บางประเด็นปัญหา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังน้อยกว่าชาติตะวันตกและตะวันออกอื่น ๆ เช่น ประเด็นปัญหาการค้าประเวณี หรือธุรกิจแอบแฝงในโรงแรม ซึ่งอาจมาจากความรู้สึกว่าเป็นปัญหาที่พบเห็นบ่อยในประเทศ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากกว่าคนไทย โรงแรมจึงไม่ควรละเลยและมองข้ามปัญหาดังกล่าว

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการประเด็นปัญหาของโลกยังพบว่า สูงขึ้นตามระดับของโรงแรมที่พัก คือ ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่พักโรงแรมระดับ 5 ดาวสูงที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 4 ดาว และ 3 ดาว ตามลำดับ ดังนั้น โรงแรมที่มีระดับดาวสูงจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประเด็น

ปัญหาเหล่านี้อย่างมากและมากกว่าโรงแรมในระดับที่ต่ำกว่า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักที่มีความคาดหวังในเรื่องดังกล่าวผลการวิจัยยังพบข้อนำสังเกตบางประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อประเด็นปัญหาทางสังคม เช่น ปัญหาความไม่เท่าเทียม ปัญหาการใช้แรงงานเด็กหรือผิดกฎหมาย ฯลฯ มากกว่า ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน เช่น การประหยัดน้ำ ประหยัดไฟฟ้า การลดโลกร้อน ฯลฯ ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามี การบริหารจัดการเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญมากกว่า ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานยังได้รับความสนใจไม่เท่ากับปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ หรือปัญหาทางสังคม

ข้อสังเกตที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ “วัตถุประสงค์การเข้าพัก” และ “ลักษณะการเข้าพัก” (บุคคลที่นักท่องเที่ยวพักด้วย) มีผลต่อความแตกต่างของความคาดหวัง โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมด้วยเหตุผลทางธุรกิจหรือด้านงาน หรือมาพักกับบุคคลภายนอก เช่น เพื่อนร่วมงาน ซึ่งไม่ใช่คนในครอบครัว หรือญาติมิตร มีความคาดหวังต่อการบริหารจัดการประเด็นปัญหาของโลกในด้านต่าง ๆ สูงกว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมด้วยเหตุผลการเดินทางท่องเที่ยวหรือพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางมากับคนในครอบครัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความตระหนักในประเด็นปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นความคาดหวังทางสังคม เป็นเรื่องที่ทำตามหน้าที่และการตอบสนองตามความต้องการของสังคม มากกว่า จิตสำนึกที่ติดตัวไม่ว่าจะมาพักโรงแรมเพื่อวัตถุประสงค์ใด หรือพักกับใคร สังคมหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ชัดเจนทางสังคมจึงควรหาทางส่งเสริมและปลูกฝังค่านิยมที่ดี ให้เป็นสิ่งที่คนใน

สังคมตระหนักและให้ความสำคัญอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและสนใจในประเด็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสนใจในระดับมาก ดังนั้น โรงแรมในฐานะองค์กรที่ให้บริการแก่สาธารณชนทั่วโลก จึงควรเน้นการบริการสาธารณะแนวใหม่ ซึ่งคำนึงถึงการเป็นพลเมืองโลก (world citizenship) และการให้ความสำคัญในประเด็นที่สาธารณชนสนใจ (public interest) ตามแนวคิดเรื่องการบริการสาธารณะแนวใหม่ (The new public service) ของ Denhardt (ปี ค.ศ. 2007) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐควรมีการดูแลและปรับนโยบายสาธารณะให้เท่าทันกระแสสากล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้

1. ผู้ประกอบการโรงแรมต้องบริหารคุณภาพการจัดการให้อยู่ในระดับที่ดี เป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดี ไม่น้อยไปกว่าที่คาดหวังไว้ โดยเการอบรมพนักงานให้ปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม

2. ผู้ประกอบการโรงแรมต้องเข้มงวด และระมัดระวังการใช้แรงงานสัตว์ให้ถูกต้องและเหมาะสม และต้องไม่เป็นการทารุณกรรมสัตว์

3. ผู้ประกอบการโรงแรมต้องเฝ้าระวังไม่ให้เกิดการค้าประเวณีหรือธุรกิจแอบแฝงในโรงแรม โดยจัดให้มีฝ่ายรักษาความปลอดภัย เดินตรวจตราภายในบริเวณโรงแรม รวมทั้งติด กล้องวงจรปิดเพื่อป้องกันเหตุดังกล่าว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการประเด็นปัญหาที่โลกให้ความสนใจของโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ระดับความคาดหวังที่พบจึงอยู่ในระดับมาก งานวิจัยในอนาคตจึงอาจศึกษาในวงกว้างขึ้น ให้ครอบคลุมผู้ใช้บริการในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับ 1-5 ดาว เพื่อศึกษาว่าระดับการรับรู้และความคาดหวังมีความแตกต่างจากงานวิจัยนี้หรือไม่

2. งานวิจัยนี้เน้นเฉพาะธุรกิจโรงแรม ซึ่งในอนาคตอาจเปรียบเทียบหรือครอบคลุมองค์กร หรือธุรกิจอื่น ๆ ว่าการบริหารจัดการเกี่ยวกับประเด็นปัญหาสำคัญของโลกมีผลต่อการเลือกใช้บริการต่าง ๆ หรือไม่ มากน้อยต่างกันอย่างไร

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). **มาตรฐานที่พัก**. สืบค้นเมื่อ กันยายน 12, 2560, จาก <http://www.tourism.go.th/view/1/มาตรฐานที่พัก/TH-TH>.
- นิศาชล หังสนัส. (2546). **ชุมชนกับผลกระทบของการพัฒนาอุตสาหกรรมมาบตาพุดจังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต นโยบายสาธารณะ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อินทิรา จันทรัฐ. (2552). **ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2007). **The new public service** (Expanded ed.). New York: M. E. Sharpe.
- Janghyeon, N., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. **Annals of Tourism Research**, 38(3), 1009-1030.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. **International journal of contemporary hospitality management**, 12(6), 346-351.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. NJ: Prentice Hall.
- McLuhan, M. (1960). **Effects of the improvements of communication media**. Journal of Economic History. Oxford University. (2000). **The Oxford English Dictionary**. (2 nd ed.). Volume Oxford, Oxford University.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). **Consumer behavior**. (9 th ed.). Upper Saddle River.