



ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพ การบริการของสถานที่จัดประชุม: กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต

Expectations of Customers Regarding Service Quality at Convention Hotels: A Case Study of Phuket, Thailand

- นิมิต ชูนสืบ
- อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- **Nimit Soonsan**
- Lecturer, Faculty of Management Sciences
- Phuket Rajabhat University
- E-mail: soonan.n@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัย ความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธี การศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การทดสอบ ความสัมพันธ์ของค่าสถิติไคสแควร์ และการทดสอบความแตกต่างของค่าที ทั้งนี้ผลการศึกษา พบว่า 1) อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาสูงสุด ส่งผลต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ

สถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต 2) ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัย คือ ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการบางปัจจัย คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต คือ ความต้องการส่วนบุคคล สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ คือ เพิ่มกลยุทธ์ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต คือ รักษาความน่าเชื่อถือ พัฒนารูปลักษณ์ทางกายภาพ สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพการตอบสนองการบริการ และหมั่นดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ สถานที่จัดประชุม ความคาดหวัง

Abstract

The study of the expectation of customers regarding service quality at convention hotels: a case study of Phuket, Thailand aimed to study: 1) the demographic characteristics of the customers' expectations of service quality at the convention hotels in Phuket, and 2) the expectation factors affecting the characteristics of service quality at the convention hotels in Phuket. This quantitative research was conducted by gathering data from the sample group of 384 customers using the convention hotels in Phuket. The questionnaires were used as the instrument of the study. The data was analyzed by using descriptive statistics, for example frequency, percentage, mean, and standard deviation. The variables relationships were also tested by using Chi-square and T-test. The findings were as follows: 1) age, status, and the highest level of education affected the expectation factors of service quality of the convention hotels in Phuket, 2) the factor that affected customers' expectations of service quality in the convention hotels in Phuket is past experiences of service. Another factor is the word of mouth communication from others. In addition, the factor that has no effect on the level of service quality expectation is personal needs. The recommendation of the study is to increase the efficient service strategy in order to meet customers' needs. The recommendations about the service quality of venues in Phuket are to be reliable, to focus on the tangible, to perform with assurance, to increase the efficiency of the responsiveness and to be empathetic.

Keywords: Service Quality, Convention Hotels, Expectation

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ช่วยสร้างงานให้กับประชาชน สร้างเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวรวมกว่า 26.74 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 1.17 ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2557: 14) ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีธุรกิจที่สัมพันธ์กัน โดยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม ภัตตาคาร เป็นต้น ส่วนธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น สถานบันเทิง สปา และการจัดการประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น (นิตา ชัชกุล, 2557: 299-342) นอกเหนือจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการวางกรอบนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวในมหภาคแล้วยังมีการกำหนดแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน คือ ธุรกิจการประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดนิทรรศการและแสดงสินค้า (Exhibitions) หรือเรียกรวมกันว่า อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งถูกบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ภายใต้วาระของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554: 73-75) โดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดการประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชีย และสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554: 74) ที่มุ่งสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยเน้นพัฒนาศักยภาพระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับการจัดการประชุมและการจัดแสดงนิทรรศการต่าง ๆ (MICE Tourism)

อุตสาหกรรมไมซ์นับเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นำรายได้สู่ประเทศไม่น้อยกว่าธุรกิจอื่น ๆ โดยรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับประเทศไทย ปี 2007 มีจำนวน 5.97 หมื่นล้านบาท และมีรายได้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี 2013 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์สูงถึงจำนวน 8.84 หมื่นล้านบาท ทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาในลักษณะของตัวค่าทวีคูณ (Multiplier Effect) ที่เอื้อประโยชน์อย่างมหาศาลต่อธุรกิจอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ (Niche Market) มีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 3-4 เท่า (Wang and Lee, 2011) จากจำนวนการจัดงานของอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า จำนวนการจัดงานตั้งแต่ปี 2007 มีจำนวน 5,452 ครั้ง มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2013 มีจำนวนมากถึง 7,866 ครั้ง ซึ่งจัดเป็นประเทศที่มีจำนวนของการจัดงานสูงอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาในแต่ละภาคส่วน พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีจำนวนการจัดงานสูงสุด โดยการจัดประชุมองค์กร มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2007 จำนวน 2,000 ครั้ง ส่วนในปี 2013 มีจำนวน 2,925 ครั้ง ส่วนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2007 จำนวน 2,088 ครั้ง เป็นจำนวน 2,812 ครั้งในปี 2013 (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557: 1-46)

ทั้งนี้และศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตที่ตรงกับพฤติกรรมลักษณะพิเศษต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ คือ สามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวก มี

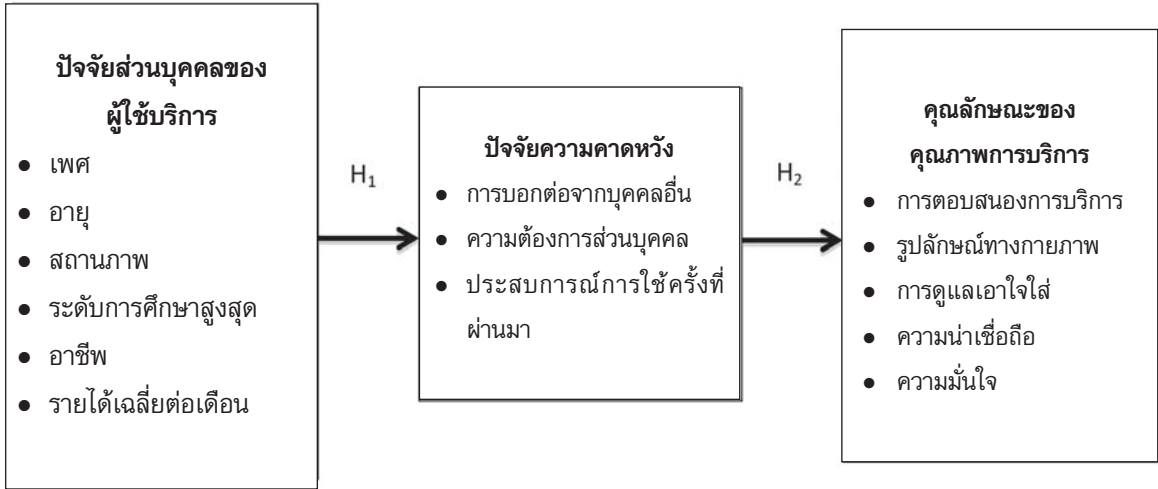
เส้นทางการคมนาคมที่ดีเยี่ยม สถานที่พักแรมมีความพร้อม มีศูนย์การประชุมที่หรูหรา เส้นทางการท่องเที่ยวที่ดีเลิศ มีกิจกรรมมากมายสำหรับผู้ติดตาม มีความคุ้มค่าเงิน มีสิ่งสนับสนุนและบริการที่เป็นมืออาชีพ (กฤษณี ศรีษะทิน, 2555: 12-20) ดังนั้นจึงทำให้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่สำคัญของประเทศไทย (ชาติชาย เทพแพง, 2555: 2-3) โดยสถานที่จัดประชุมถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการจัดประชุม ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการจัดประชุมหรือไม่สามารถจัดประชุมได้ โดยการจัดประชุมไม่ว่าจะเป็นการประชุมระดับใดก็ตาม ล้วนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่จัดประชุมไว้รองรับ นอกจากนี้ สถานที่จัดประชุมยังช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและอยากเข้าร่วมประชุมในครั้งต่อไป จึงย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของการประชุม ผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่สถานที่จัดประชุม การศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการนั้นย่อมมีความสำคัญเพราะทำให้ผู้ให้บริการสามารถวางแผนการจัดการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการของธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น ที่เสนอคุณภาพ

การบริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจจัดการประชุม ทั้งการประชุมองค์กรและการประชุมวิชาชีพ ที่มีพฤติกรรมกลับมาใช้ซ้ำสูง (กฤษณี ศรีษะทิน, 2555: 30) จึงควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม ในจังหวัดภูเก็ต ให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และยกระดับคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต” จึงถือเป็นงานวิจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโมซึในพื้นที่จังหวัดกลุ่มอันดามัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต” ครั้งนี้เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) ปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยขอบเขตของการศึกษา ศึกษาเฉพาะสถานที่จัดประชุมประเภทโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยทราบ องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้ บริการต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม ในจังหวัดภูเก็ต การศึกษาครั้งนี้จึงนำมาประยุกต์ เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา โดยแสดงให้เห็น ถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ สถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน และศึกษาความสัมพันธ์กับปัจจัยความคาดหวัง ต่าง ๆ ทั้ง 3 ปัจจัย ประกอบด้วย การบอกต่อจาก บุคคลอื่น ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่าน ๆ มา และความต้องการส่วนบุคคล

2. การศึกษาปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อ คุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัด ประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ปัจจัย

ประกอบด้วย การบอกต่อจากบุคคลอื่น ประสบการณ์ การใช้บริการครั้งที่ผ่าน ๆ มา และความต้องการส่วน บุคคล โดยศึกษาความแตกต่างต่อคุณลักษณะของ คุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัด ภูเก็ตในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ปัจจัย ประกอบด้วย รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การตอบสนองการบริการ และการดูแลเอาใจใส่

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีประชากร คือ ผู้ใช้บริการ สถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (สมชาย วรภิเษมกุล, 2554: 169) ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95% หรือมีสัดส่วนความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน และ ใช้เทคนิคการสุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ จำนวนของการจัดประชุม ซึ่งคัดเลือกตามรายชื่อ ของสถานที่จัดประชุม จำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วย

โรงแรมภูเก็ตเมอร์ลิน โรงแรมเฟิร์ล โรงแรมรอยัล ภูเก็ต ซิตี้ โรงแรมดวงจิต รีสอร์ท โรงแรมป่าตอง รีสอร์ท และโรงแรมภูเก็ตแกรนด์รีสอร์ทแอนด สปา ต่อมาขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ซึ่งกำหนดสัดส่วนของจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนของการจัดประชุม เพื่อให้ได้ข้อมูลจากตัวแทนที่กระจาย สามารถสื่อถึงประชากรได้ดี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ต่อครั้ง และสุดท้ายขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง ณ สถานที่จัดประชุม

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม และตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ นอกจากนี้ การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาเนื้อหาและโครงสร้างว่ามีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ แล้วทดสอบความเที่ยงตรง (Test Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence: IOC) เพื่อพิจารณาถึงคุณภาพของข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์คำถามแต่ละข้อ พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.67 จึงไม่ต้องตัดข้อคำถามทิ้ง ขั้นตอนถัดมา นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับตัวอย่างที่ละราย จำนวน 3 คน โดยให้ตัวอย่างอ่านข้อคำถามแบบออกเสียง (Think Aloud Technique) พร้อมอธิบายให้ผู้วิจัยฟังถึงสิ่งที่คิดถึงเมื่ออ่านคำถาม ตลอดจนบรรยายถึงเหตุผล

และวิธีการเลือกตอบ หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงรวบรวมความเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามนี้โดยการวิเคราะห์คำถามรายข้อ (Item Analysis) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (Item Correlation) ผลการวิเคราะห์พบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทุกข้อในแต่ละปัจจัย มีค่าสูงกว่า 0.30 ทุกข้อ และการหาค่าความเชื่อมั่น (Test Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า α คือ มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าเครื่องมือนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.964

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามในแต่ละข้อ โดยคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ และใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ และการทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-Test) โดยกำหนดค่า p-value ที่ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 6 แห่ง จำนวน 384 คน พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีสัดส่วนของเพศหญิงต่อเพศชายคิดเป็น ร้อยละ 56.1 ต่อ 43.9 มีช่วงอายุระหว่าง 30-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.1 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.5 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ

ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.8 มีอาชีพเป็นพนักงานของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 46.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.3

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยศึกษาความสัมพันธ์กับปัจจัยความคาดหวังต่าง ๆ ทั้ง 3 ปัจจัย ประกอบด้วย การบอกต่อจากบุคคลอื่น ประสิทธิภาพการให้บริการครั้งที่ผ่าน ๆ มา และความต้องการส่วนบุคคล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) โดยกำหนดค่า p-value ที่ 0.05 ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่ามากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยมีสมมติฐานทางการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่ 1

H_0 = ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทุกปัจจัย ไม่มีความแตกต่างกับปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

H_1 = ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยมีความแตกต่างกับปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยมีความแตกต่างกับปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวัง ได้แก่ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต บางปัจจัย ได้แก่ อายุมีผลต่อการบอกต่อจากบุคคลอื่นและประสิทธิภาพการให้บริการครั้งที่ผ่านมา เนื่องด้วยบุคคลที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะผู้บริการที่มีอายุมากกว่า ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ มากมาย ดังนั้นประสิทธิภาพการให้บริการครั้งที่ผ่านมา จึงส่งผลต่อความคาดหวัง โดย Seyanont (2009: 53-75) พบว่า ความแตกต่างของอายุมีผลที่ต่างกันต่อคุณภาพบริการ สถานภาพมีผลต่อการบอกต่อจากบุคคลอื่น เพราะสถานภาพนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งทางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่ม มีโอกาสพบปะผู้คนที่หลากหลาย ดังนั้นการบอกต่อจากบุคคลอื่น ๆ จึงส่งผลต่อผู้ให้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการครั้งที่ผ่านมา โดยระดับของการศึกษาส่งผลต่อการรับรู้ ประสิทธิภาพและการจดจำที่เคยได้รับระหว่างการบริการ จึงมีผลต่อความคาดหวังที่ต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ ไม่มีผลต่อปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ

สถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ เพศ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องด้วยสถานภาพสังคมในปัจจุบันมีความเท่าเทียมทางเพศ การดำเนินการใช้ชีวิตที่ไม่มีความแตกต่างกันจึงส่งผลต่อความคาดหวังที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การประกอบอาชีพ ย่อมมีการแปรผันต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับ โดยทั้ง

สองปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตนั้น เนื่องจากการจัดประชุมแต่ละครั้งมีลักษณะของการประชุมแบบองค์กรเดียวกัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการนั้นมีความคาดหวังที่คล้ายคลึงกัน

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการและปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

	การบอกต่อจากบุคคลอื่น	ความต้องการส่วนบุคคล	ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา
เพศ	0.393	0.243	0.312
อายุ	16.453*	6.870	23.331*
สถานภาพ	25.204*	2.332	2.556
ระดับการศึกษาสูงสุด	5.181	1.818	6.166*
อาชีพ	0.404	2.559	1.653
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	7.667	4.165	8.088

ส่วนผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต โดยการศึกษาปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยความคาดหวังทั้ง 3 ปัจจัย คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่าน ๆ มา และความต้องการส่วนบุคคลต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-Test) โดยกำหนดค่า p-value ที่ 0.05 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และ

ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่ามากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยมีสมมติฐานทางการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่ 2

H₀ = ปัจจัยความคาดหวังทุกปัจจัยไม่มีผลต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

H₁ = ปัจจัยความคาดหวังอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยมีผลต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต

	รูปลักษณะทางกายภาพ	ความมั่นใจ	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนองการบริการ	การดูแลเอาใจใส่
การบอกต่อจากบุคคลอื่น	0.735	3.286	4.658*	6.967*	6.109*
ความต้องการส่วนบุคคล	4.879*	9.270*	6.481*	6.337*	4.399*
ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา	0.083	0.024	0.536	0.149	0.653

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่มีต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานที่ได้ คือ การปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ปัจจัยความคาดหวังอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยมีผลต่อคุณลักษณะของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต กล่าวโดยสรุป คือ ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัย คือ ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการบางปัจจัย คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตคือ ความต้องการส่วนบุคคล

ปัจจัยความคาดหวังของผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมประกอบด้วย 3 ปัจจัย ซึ่งระดับปัจจัยที่สำคัญมีจำนวนร้อยละใกล้เคียงกัน คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น และประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ซึ่งมีสัดส่วน ร้อยละ 38.0 และ 37.0 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของคุณภาพการบริการทั้ง 3 ปัจจัย

พบว่า ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัย ส่วนการบอกต่อจากบุคคลอื่น ส่งผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการบางปัจจัย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการบริการ และการดูแลเอาใจใส่

ปัจจัยความคาดหวังของผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมประกอบด้วย 3 ปัจจัย ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985: 41-50) ซึ่งระดับปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา และการบอกต่อจากบุคคลอื่น เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของคุณภาพการบริการพบว่า ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ รูปลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการบริการ ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ ส่วนการบอกต่อจากบุคคลอื่น ส่งผลต่อระดับความคาดหวังของคุณภาพการบริการบางปัจจัย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการบริการ และการดูแลเอาใจใส่ แต่ความต้องการส่วน

บุคคลนั้นไม่มีความแตกต่างต่อความคาดหวังของคุณภาพการบริการ

ทั้งนี้ ประสบการณ์การใช้บริการครั้งที่ผ่านมานั้น เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการได้ใช้บริการซ้ำ ๆ บ่อยครั้ง หากผู้ใช้บริการได้กลับมาใช้บริการ ณ สถานที่จัดประชุม แห่งเดิม การบริการครั้งที่ผ่านมาทำให้รู้สึกพึงพอใจหรือประทับใจอย่างไร ความคาดหวังระดับต่ำที่สุดในการได้รับบริการในครั้งนี้อาจไม่น้อยไปกว่าครั้งก่อน หรือต้องมากกว่าครั้งก่อน โดยการบริการ ต้องมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้วสถานที่จัดประชุมในโรงแรมมีความแตกต่างจากสถานที่จัดประชุมประเภทอื่น ๆ ได้มีการจัดมาตรฐานสถานที่จัดประชุมในโรงแรมตามมาตรฐานของสมาคมโรงแรมไทย ดังนั้นถ้าผู้ใช้บริการเคยได้รับบริการจากสถานที่จัดประชุมแห่งอื่น ๆ ที่มีมาตรฐานเดียวกัน ระดับความคาดหวังของการบริการ ต้องได้รับบริการที่ดีไม่น้อยกว่ากัน

อีกปัจจัยนั้น คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความคาดหวังได้เช่นเดียวกัน โดยข้อมูลที่ได้รับทราบถึงการบริการจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยใช้บริการสถานที่ประชุมแห่งนั้น ทำให้เกิดระดับความคาดหวังต่อการที่จะได้รับการบริการที่ดี โดยการสื่อสารนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ต้องอาศัยบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งการบริการในแง่ที่ดีและไม่ดี ซึ่งการให้ข้อมูลด้วยการบอกต่อนี้ เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และการบอกต่อนี้มีแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเชื่อมากกว่าการให้ข้อมูลด้วยวิธีการทั่วไป ผู้ที่ได้รับสารนั้นเชื่อว่าการสื่อสารมิได้กระทำเพื่อการค้า และบุคคลที่สื่อสารนั้นส่งข้อมูลที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียใด ๆ (Silverman, 2001: 19) ด้วยความรวดเร็ว

ในโลกของการสื่อสารยุคปัจจุบัน มีการใช้เครื่องมือหลากหลายชนิดในการสื่อสาร เช่น ผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อระหว่างกันเอง (Buzz Marketing) หรือมีการบอกต่อผ่านทางโลกออนไลน์ (Viral Marketing) ทั้งนี้อิทธิพลจากสื่อบุคคลและสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำงานร่วมกันและเพิ่มมูลค่าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการบอกต่อจากบุคคลอื่น ๆ ย่อมมีความสำคัญในการส่งผลต่อระดับความคาดหวังต่อการใช้บริการเช่นเดียวกัน

ส่วนความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) นั้นมีความสำคัญน้อยที่สุด ทั้งนี้ ความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ทั้งสิ่งภายนอกที่คอยกระตุ้นความต้องการ ซึ่งมีทั้งสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมได้ คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม รวมไปถึงสิ่งกระตุ้นจากภายในของผู้ใช้บริการ ทั้งจากการจงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความจำ และลักษณะส่วนบุคคลที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ความคิด ทศนคติ และการมีส่วนร่วมระหว่างบุคคล (Kotler and Keller, 2012: 150-181) ดังนั้นผู้ใช้บริการที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความต้องการส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ยิ่งมีความแตกต่างกันมากเท่าไร ย่อมส่งผลต่อความต้องการที่มากขึ้นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจความคาดหวังของคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดประชุมสามารถนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ ไปปรับใช้ในการกำหนดแนวทางเพื่อเพิ่มกลยุทธ์ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบ

สนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” คือ การรักษาความมั่นคงสัญญา ประสบการณ์ที่ดีเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ถูกต้องตามความมั่นคงสัญญา ทั้งในเชิงปริมาณคุณภาพและเวลา โดยการประเมินนั้นครอบคลุมถึงความปลอดภัยของสถานที่ ส่วนพนักงานผู้ให้บริการนั้น ต้องมีความสามารถที่ดีต่อการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า “การตอบสนองการบริการ” คือ ความกระตือรือร้นที่จะจัดการกับการร้องขอ และการร้องเรียนปัญหาของลูกค้า เพื่อจะได้รับคำตอบ ได้รับการช่วยเหลือ โดยพนักงานผู้ให้บริการต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จะได้รับการบริการเมื่อไร และมีความเต็มใจในการบริการอย่างทันท่วงที และ “การดูแลเอาใจใส่” คือ ลูกค้าแต่ละคนมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง การมุ่งเน้นการบริการเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มาก โดยพนักงานผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการเฉพาะ รวมถึงมีความเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคล

ส่วนข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไปนั้น ควรมีการศึกษาสถานกักจัดประชุมรูปแบบอื่น ๆ เช่น รูปแบบศูนย์ประชุม หรือสถานที่จัดงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบและนำไปปฏิบัติให้มีความเหมาะสมต่อไป รวมทั้งเพื่อให้มีความเหมาะสมและเกิดความจำเพาะกับสถานกักจัดประชุม จึงควรมีการพัฒนาปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถวัดความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้วิจัยขอขอบคุณแหล่งทุนมา ณ โอกาสนี้

รวมทั้งผู้ที่คอยให้คำแนะนำในการทำวิจัยจนสำเร็จ ล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

- Catchakul, N. 2014. **Tourism Industry**. 5th ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- นิตา ชัชกุล. 2557. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin. 2012. **Marketing Management**. 14th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Narangajavana, Yeamdaoand, and Hu, Bo. 2008. “The Relationship Between the Hotel Rating System, Service Quality Improvement, and Hotel Performance Changes: A Canonical Analysis of Hotels in Thailand.” **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism**. 9, 1: 34-56.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., and Berry, Leonard L. 1985. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.” **Journal of Marketing**. 49, 4: 41-50.
- Sangpikul, Aswin, and Kim, Seongseop (Samuel). 2009. “An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand.” **Journal of Convention and Event Tourism**. 10, 3: 185-210.
- Seyanont, Arisara. 2009. “A Comparative Study of the Service Quality of Casual

- Dining Restaurants in Phuket: Perspectives of Thai and International Customers.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal**. 29, 2: 53-75.
- Silverman, G. 2001. **The Power of Word of Mouth: The Secrets of Word-of-Mouth Marketing**. New York, NY: American Management Association.
- Srisatin, K. 2012. **Developing Potential and Marketing Strategy for Meeting and Incentive Travels in Andaman Cluster (Phuket, Phang-nga, and Krabi)**. Phuket: Phuket Rajabhat University. (in Thai).
- กฤษณี ศรีษะทิน. 2555. การพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาด สำหรับธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สำหรับจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต พังงา และกระบี่). ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- Tabassum, Ayesha, Rahman, Tasnuva, and Jahan, Kursia. 2012. “Assessment of Service Quality in Tourist Hotels of Cox’s Bazaar in Terms of Demographic Characteristics of Tourists.” **World Journal of Social Sciences**. 2, 4: 44-64.
- Thailand. Convention and Exhibition Bureau. 2014. **Summary of the Situation of MICE Tourists Between 2003-2014**. Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau. (in Thai).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2557. รายงานสถิตินักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ระหว่างปี 2003-2014. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- Thailand. National Research Council of Thailand. 2011. **National Policy and Strategy of Research, issue 8 (between 2012-2016)**. Bangkok: Printing Company Limited Agricultural Cooperative Federation. (in Thai).
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. 2554. นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- Thailand. Office of the Director of National Economic and Social Development. 2011. **The National Economic Development Plan, issue 11**. Bangkok: Office of the Director of National Economic and Social Development. (in Thai).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 11**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Thailand. Tourism Department. 2014. **Summary of the Situation of Tourists between January – December 2013**. Bangkok: Tourism Department. (in Thai).
- กรมการท่องเที่ยว. 2557. **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม – ธันวาคม 2556**. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว.
- Theppang, C. 2012. **Developing Potential and Marketing Strategy for Meeting and Incentive Travels in Andaman Cluster**

(Phuket, Phang-nga, and Krabi). Phuket: Phuket Rajabhat University. (in Thai).
ชาติชาย เทพแบ่ง. 2555. การพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาด สำหรับธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สำหรับจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต พังงา และกระบี่). ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
Vorakitkasemkul, S. 2011. **Research Methodology for Behavior Science and Social Science**. 3rd ed. Udonthani: Aksornkarnpim. (in Thai).
สมชาย วรภิเษมสกุล. 2554. **ระเบียบวิธีการวิจัย**

ทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. อุตรธานี: อักษรศิลป์การพิมพ์.
Wang, Shu-Tai, and Lee, Yu-Sen. 2011. "Expenditure Differences Among Conference and Regular Tourists in Taiwan: The Role of Situational Factors." **Journal of Convention and Event Tourism**. 12, 4: 290-312.
Wu, Hung Che, and Ko, Yong Jae. 2013. "Assessment of Service Quality in the Hotel Industry." **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism**. 14, 3: 218-244.



Mr. Nimit Soonsan, a lecturer and assistant dean of the Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University, graduated with a Master's Degree in Tourism Management from Prince of Songkla University, and with a Certificate in Exhibition Management Degree from the Global Association of the Exhibition and the Steinbasis – Transfer Centre Exhibition, Convention and Event Management (University of Cooperative Education). He is interested in the research field regarding Tourism and Hospitality Management.