

การศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19
ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา

The Study of the Coronavirus Disease (COVID-19) Impacts on Quality of Service
for Hotel Business in Phayao Province

พจันพิตดา ศรีสมพงษ์

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

19 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

Phatpitta Sreesoompong

School of Business and Communication Arts, University of Phayao

19 Moo 2 Phahonyothin Road, Maeka Subdistrict, Muang District, Phayao, 56000

E-mail : phatpittas@gmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ซึ่งมีการใช้แบบสอบถามจากผู้ให้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา จำนวน 200 คน และแบบสัมภาษณ์กับพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา จำนวน 55 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ คือ โรงแรมในจังหวัดพะเยาต้องจัดเตรียมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตรงกับข้อมูลที่แจ้งไว้กับลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ มีความกระตือรือร้น และมีความเต็มใจเอาใจใส่แก่ลูกค้า เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และต้องมีการรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ผลกระทบ คุณภาพการบริการ ธุรกิจโรงแรม จังหวัดพะเยา

Abstract

This research aims to study the impact of the COVID-19 on the quality of services for hotel businesses in Phayao Province. This research collected data from 200 participants from

tourists or visitors who use hotel business in Phayao Province and 50 participants from employees working in the hotel business in Phayao Province using purposive sampling. The results of this research revealed that the service quality of the hotel business in Phayao Province consisting of assurance, empathy, reliability and responsiveness were in high level. However, tangibles was in moderate level. In addition, the employees working in the hotel business in Phayao Province pay attention to the quality of service which are the hotel business in Phayao province must prepare rooms and facilities match the information provided to customers to build reliability, professional in-service enthusiastic and are willing to pay attention to customers to respond to customer needs and the important thing is to listen to feedback from customers to improve the service to meet the needs of customers and make customers more satisfied.

Keywords : Impact, Quality of Services, Hotel Businesses, Phayao

บทนำ

ช่วงปลายปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยและทั่วโลกประสบกับปัญหาการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบเป็นวงกว้างอย่างมาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ธุรกิจหลัก คือ 1) ธุรกิจโรงแรม 2) ธุรกิจนำเที่ยว 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ (ฉันทิช วรณณอม, 2552) โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจอันดับต้นๆ คือ กลุ่มธุรกิจโรงแรม เนื่องจากรายได้จากที่พักนักท่องเที่ยวจ่ายในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้น เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ย่อมส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันในกลุ่มธุรกิจโรงแรมมากขึ้นตามไปด้วย และธุรกิจโรงแรมทั่วโลกพยายามพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างเข้มข้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

การบริการในธุรกิจโรงแรมเป็นเรื่องราวของความรู้สึกที่กลั่นออกมาจากใจ และแสดงออกโดยพฤติกรรมและคำพูดที่ทำให้ผู้ได้รับบริการมีความรู้สึกไปในทางที่ดีหรือไม่ดี ถ้าสิ่งที่แสดงออกสอดคล้องกับประสบการณ์และความคาดหวังของผู้รับบริการความรู้สึกดีก็เกิดขึ้น โดยทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ให้บริการควรมีการสร้างทัศนคติที่ดีในการให้บริการ คือ มีความเป็นมืออาชีพโดยผู้ให้บริการควรเป็นผู้ที่สามารถควบคุมอารมณ์ของตัวเองได้ ผู้ให้บริการควรปฏิบัติให้แตกต่างจากที่ตนเองทำอยู่เป็นประจำ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงการบริการของตนเองที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2551) การบริการนั้นเกิดขึ้นมาในเวลาเดียวกันกับการบริโภคหรือการใช้บริการซึ่งบุคคลหรือสิ่งของที่ใช้บริการจะร่วมอยู่ในกระบวนการบริการนั้นๆ และมีผลต่อระดับของการบริการ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ ประเภทการบริการและระดับของการติดต่อ

ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อความสามารถในการบริการตามความต้องการของลูกค้า (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2546) ดังนั้น จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีรายได้และนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่เมื่อมีปัญหาจากสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ทำให้การเจริญเติบโตลดลง จังหวัดพะเยาเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ Covid-19 และแม้สถานการณ์ภายในจังหวัดจะดีขึ้น แต่ตลอดระยะเวลาของการระบาดของ Covid-19 ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาได้รับผลกระทบทั้งด้านรายได้และจำนวนผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เช่น สถิติผู้มาเยี่ยมเยือน และจำนวนผู้เข้าพักของจังหวัดพะเยา พ.ศ. 2563 ลดลงเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2562 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือน และจำนวนผู้เข้าพักของจังหวัดพะเยา ปี พ.ศ.2562 และ 2563

ปี พ.ศ.	2562	2563	การเปลี่ยนแปลง
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน)	630,220	403,380	-35.99
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	290,150	182,280	-37.18

หมายเหตุ : จาก “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัดพะเยา ปี 2563” โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2564). <https://www.mots.go.th/news/category/594>

ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาประสบกับปัญหานี้ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการศึกษานี้จึงเล็งเห็นว่าการนำคุณภาพการให้บริการมาศึกษา ทั้งด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่จะช่วยลดความเสียหายจากการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ที่ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลเสียหายกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย และเพื่อหาแนวทางในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา เพื่อหาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ โดยมีขอบเขตของโครงการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) จะเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลทุติยภูมิ การสัมภาษณ์พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ซึ่งมีแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือการวิจัย

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) จะเป็นการศึกษาคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพการให้บริการ (Quality of Service) คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา
2. เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้สนใจใช้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา มีแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ

แนวคิดเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การบริการ (Service) คือ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการเพื่อให้แน่ใจว่าจะเกิดความสัมพันธ์ระยะยาวที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน และเพื่อเป็นการช่วยเสริมการทำงานขององค์กร และคุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดที่เกิดจากความต้องการที่จะหาทางเพื่อให้องค์กรของตนสามารถแข่งขันได้ ซึ่งให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการมากขึ้น ดังนั้น คุณภาพการให้บริการ (Service quality) คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของผู้รับบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ ชัชวาลย์ ทัดศิวัช (2554) ได้สรุป 10 ตัวแบบที่ชี้วัดคุณภาพการบริการ โดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้บริการดังต่อไปนี้ ลักษณะของการบริการ (appearance) ความไว้วางใจ (reliability) ความกระตือรือร้น (responsiveness) สมรรถนะ (competence) ความมีไมตรีจิต (courtesy) ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความปลอดภัย (security) การเข้าถึงบริการ (access) การติดต่อสื่อสาร (communication) การเข้าใจผู้รับบริการ (understanding of customer) ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าเลือกศึกษาด้านที่เกี่ยวกับเนื้อหาและความสัมพันธ์กันในการให้บริการลูกค้า โดยเลือกใช้คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ความเชื่อมั่น/ไว้วางใจ

แนวคิดธุรกิจที่แพกแรม

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ทั้งนี้เนื่องจากประกอบด้วยหน่วยธุรกิจหลากหลายประเภท หนึ่งในธุรกิจที่มีบทบาทอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจโรงแรม จากอดีตจนถึงปัจจุบันจะเห็นว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจุบันผู้บริหารโรงแรมได้พัฒนาธุรกิจโรงแรมให้มีความหลากหลายทั้งด้านห้องพักแขก และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น การจัดประเภทโรงแรม ถือเป็นโจทย์แรกๆที่ผู้บริหารโรงแรมจำเป็นต้องศึกษาอย่างถ่องแท้ เพื่อกำหนดมาตรฐานสินค้าและบริการของโรงแรม รวมไปถึงแนวคิดการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกอย่างสูงสุด

นอกจากธุรกิจโรงแรมจะมีบทบาทหลักในการบริการห้องพักแขก บริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางแล้ว ธุรกิจโรงแรมยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ การนำเข้าเงินตราต่างประเทศ การสร้างรายได้ การสร้างอาชีพ การจ้างงานให้กับประชาชนในประเทศ นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังเป็นปัจจัยทางการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสเงินภายในประเทศและระหว่างประเทศ ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อการเข้าพักแรมอยู่ในอันดับสองรองจากค่าใช้จ่ายในการซื้อสิ่งของ และที่สำคัญไปกว่านั้น ธุรกิจโรงแรม ยังมีส่วนช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของประเทศไทยอีกทางหนึ่งด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การแต่งกายด้วยชุดไทย การไหว้ สิ่งปลูกสร้างอาคารหรือแม้แต่การประดับตกแต่งด้วยสิ่งต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย (อรรธิกา พังงา, 2552)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษมาพร พิงโพธิ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่คาดหวังและรับรู้ของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในระดับสูงมากในทุกมิติของคุณภาพบริการ และมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับสูงมากในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความมั่นใจ นอกจากนี้ในด้านความเชื่อถือด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ พบว่าผู้ให้บริการมีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ในทุกด้านของการบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการมีความคาดหวังก่อนมาให้บริการในระดับสูงมาก และเมื่อมาให้บริการมีการรับรู้ในระดับที่สูงแต่น้อยกว่าความคาดหวังที่มี ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ดังนั้น ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการเพราะเป็นมิติที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุด

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าสูงกว่าการรับรู้ในทุกด้าน

โดยช่องว่างที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรก คือ คุณลักษณะด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอาเซียน

ปริยาภรณ์ หารบุรุษ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์คุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

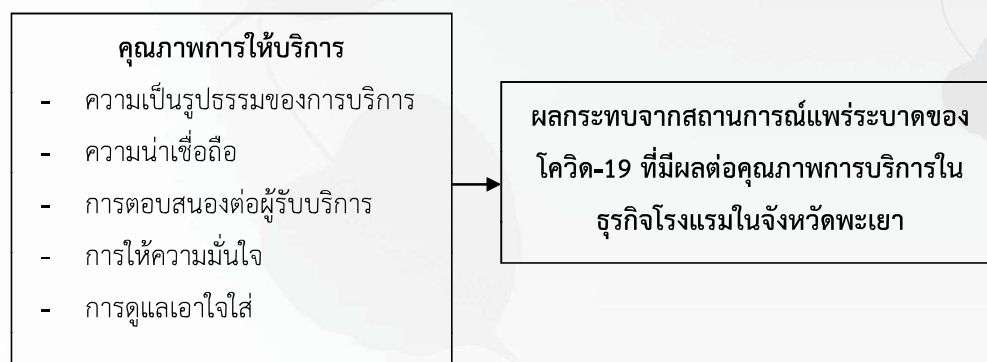
ธราภรณ์ เสือสุริย์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจ ของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว ส่วนคุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าส่วนความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว และความพึงพอใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ศิราภรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และเอื้อบุญ เอกะสิงห์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของปั๊มน้ำมัน อพาร์ทเมนต์ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ (1) ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ หลักฐานการชำระเงินที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้ และสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา (2) ด้านการให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีความไว้วางใจได้ และรู้สึกปลอดภัยในการเข้าพัก พนักงานมีความสุภาพและให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี และให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (3) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับ คือ ห้องพักสะอาดและสะดวกสบาย เครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทันสมัยอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย และการออกแบบตกแต่งอาคารมีความสวยงาม (4) ด้านการเอาใจใส่ มีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่ลูกค้าสะดวกจะใช้บริการ และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้องในความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า และ (5) ด้านการตอบสนองความต้องการ มีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ พนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว

นพดล ชูเศษ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนอง ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลน้อยที่สุด

Samy (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศต่อการบริการของโรงแรมราคาประหยัดในประเทศอียิปต์ พบว่า ที่ตั้งของโรงแรม การบำรุงรักษา ระดับความสะดวกสบาย การให้บริการของพนักงานโรงแรม ความคุ้มค่าของเงินเมื่อเทียบกับราคาห้องพัก ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวในประเทศอียิปต์ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

กรอบแนวคิดในการศึกษา



วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยแต่ละแบบประกอบด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา แต่เนื่องจากจำนวนประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงสามารถหาขนาดตัวอย่างจากสูตรของโคเฮน (Cohen, 1988) โดยกำหนดอำนาจการทดสอบ (power of test) ที่ระดับ 0.8 และกำหนดความเชื่อมั่นที่ 99% ($\alpha = .01$) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา (effect size, f^2) อัตราความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษามีความสัมพันธ์ในระดับกลาง .30 ดังนั้นผู้วิจัยนำมาเข้าสมการ $f^2 = R^2 / 1 - R^2$ เพื่อหาค่า f^2 ได้เท่ากับ 0.10 และนำมาแทนค่าในสูตรเพื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง $N = (\lambda / f^2)$ และจากการแทนค่าในสูตรคำนวณจะพบว่า ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษามีทั้งหมด 5 ตัวแปร จึงได้ค่า λ เท่ากับ 17.9 เมื่อนำเข้าสมการคำนวณ จะได้ $N = (17.9 / 0.10) = 179$ คน จะพบว่าในการศึกษานี้ต้องใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 179 ราย ดังนั้นการศึกษเชิงปริมาณครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ทั้งหมดจำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม

การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Informants) คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขต

อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 55 แห่ง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพะเยา, 2557) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงกับพนักงานที่ให้บริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการ คือ พนักงานแผนกงานบริการต้อนรับส่วนหน้า จำนวนทั้งสิ้น 55 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 1) แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และแนวคิดคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ความเชื่อมั่น/ไว้วางใจ และ 2) แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) (รัตนะ บัวสนธ์, 2556) โดยมีค่า IOC 0.94 แสดงว่า เครื่องมือมีค่าเที่ยงตรงในระดับเหมาะสม และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 แสดงว่ามีความเที่ยงของข้อมูลอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสม และผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้อง เพียงพอ และสามารถตอบปัญหาของการศึกษาได้อย่างครบถ้วน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาจำนวนร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากร ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายข้อมูลต่างๆ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การบันทึกเสียง และการจดบันทึก จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.00 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 49.00 ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา มีอายุ 21 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคืออายุ 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.00 สำหรับด้านระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.50 รายได้สุทธิต่อเดือนที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ได้รับในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,001บาท / เดือน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ ระดับรายได้ 8,001- 10,000 คิดเป็นร้อยละ 27.50 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	98	49.00
	หญิง	102	51.00
	รวม	200	100
2. อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	6	3.00
	21 - 40 ปี	90	45.00
	41 - 60 ปี	86	43.00
	61 ปี ขึ้นไป	18	9.00
	รวม	200	100
3. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	85	42.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	115	57.50
	รวม	200	100
4. รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 2,000 บาท	6	3.00
	2,001-4,000 บาท	0	0.00
	4,001-6,000 บาท	30	15.00
	6,001-8,000 บาท	32	16.00
	8,001-10,000 บาท	55	27.50
	10,001 บาทขึ้นไป	77	38.50
	รวม	200	100

และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลการศึกษาในแต่ละประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

- ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โรงแรม มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้เพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม สวยงามและสะอาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และประเด็นที่เกี่ยวกับพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย และพนักงานของ โรงแรม ยินดีรับฟังคำแนะนำความคิดเห็นของลูกค้า สองประเด็นนี้น้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.26 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย	3.28	0.92	ปานกลาง
2. พนักงานของ โรงแรม มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	3.38	0.72	ปานกลาง
3. พนักงานของ โรงแรม ยินดีรับฟังคำแนะนำความคิดเห็นของลูกค้า	3.26	0.72	ปานกลาง
4. พนักงานของ โรงแรม ให้บริการด้วยความรับผิดชอบและเต็มใจ	3.40	0.69	ปานกลาง
5. พนักงานของ โรงแรม ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ	3.44	0.73	มาก
6. โรงแรม มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ ทันสมัย	3.34	0.74	ปานกลาง
7. การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม สวยงามและสะอาด	3.46	0.73	มาก
8. โรงแรม มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ ให้อย่างเพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ	3.50	0.64	มาก
รวม		3.38	

- ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ สินค้าและบริการที่มีจำหน่ายภายในโรงแรมเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับพนักงานของ โรงแรม ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และประเด็นที่เกี่ยวกับพนักงานของ โรงแรม มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ และพนักงานของโรงแรม สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สองประเด็นนี้น้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือ

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. พนักงานของ โรงแรม ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	3.46	0.67	มาก
2. พนักงานของ โรงแรม ให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ	3.36	0.72	ปานกลาง
3. พนักงานของ โรงแรม มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	3.34	0.65	ปานกลาง
4. พนักงานของ โรงแรม สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.34	0.69	ปานกลาง
5. สินค้าและบริการที่มีจำหน่ายภายในโรงแรมเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี	3.52	0.64	มาก
6. โรงแรม มีการเปิด - ปิดให้บริการตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ	3.42	0.73	มาก
รวม		3.42	

- ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ พนักงานของ โรงแรม มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่มีค่าเฉลี่ย 3.48 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับการบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และประเด็นที่เกี่ยวกับพนักงานของโรงแรมมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้านี้น้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. พนักงานของ โรงแรม มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่มีค่าเฉลี่ย	3.48	0.61	มาก
2. พนักงานของ โรงแรม มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	3.35	0.77	ปานกลาง
3. พนักงานของ โรงแรม ได้แจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับการบริการนั้นเมื่อใด เช่น การลงทะเบียนเข้าพักจะต้องใช้เวลาที่น่าที่ถึงจะสามารถลงทะเบียนได้ เป็นต้น	3.40	0.75	ปานกลาง
4. พนักงานของ โรงแรม ไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า	3.40	0.69	ปานกลาง
5. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา	3.46	0.70	มาก
รวม		3.42	

-ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่โรงแรม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับสองประเด็นนี้เท่ากัน คือ พนักงานของ โรงแรมให้บริการด้วยความสุภาพและมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58 และประเด็นที่เกี่ยวกับพนักงานของโรงแรมให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นด้านการให้ความมั่นใจ

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. พนักงานของโรงแรม ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ	3.46	0.57	มาก
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่โรงแรม	3.60	0.63	มาก
3. พนักงานของโรงแรม ให้บริการด้วยความสุภาพ	3.58	0.60	มาก
4. พนักงานของโรงแรม เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.52	0.70	มาก
5. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	3.58	0.60	มาก
รวม		3.55	

-ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่โรงแรมถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.56 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับ พนักงานของโรงแรมสามารถจัดจํารายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือเครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ และพนักงานของโรงแรมให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.48 ตามลำดับ และประเด็นที่เกี่ยวกับพนักงานของโรงแรมดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นด้านการดูแลเอาใจใส่

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. พนักงานของโรงแรมให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	3.46	0.64	มาก
2. พนักงานของโรงแรมดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.38	0.56	ปานกลาง
3. พนักงานของโรงแรม สามารถจัดจํารายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือเครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ	3.48	0.58	มาก
4. โรงแรมเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสมสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้า	3.42	0.60	มาก
5. โรงแรมถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด	3.56	0.73	มาก
รวม		3.46	

โดยสรุป ภาพรวมคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ด้านการให้ความมั่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 ถัดมาผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับด้านความคิดเห็นด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.42 และประเด็นที่เกี่ยวกับด้านความเป็นรูปธรรมของบริการน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ภาพรวมคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.38	0.74	ปานกลาง
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.42	0.69	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.42	0.71	มาก

ตารางที่ 8 ภาพรวมคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา (ต่อ)

หัวข้อ	ระดับความความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D)	แปลผล
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	3.55	0.63	มาก
5. ด้านความคิดเห็นด้านการดูแลเอาใจใส่	3.46	0.63	มาก
รวม		3.45	

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลการศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับด้านบริการ/งานโรงแรม จำนวน 55 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.55 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.45 ด้านอายุ พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม มีช่วงอายุ 41 - 60 ปี มากกว่าช่วงอายุ - 21 - 40 ปี โดย ช่วงอายุ 41 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 และช่วงอายุ - 21 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 และด้านประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนมากมีประสบการณ์ มากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.82 และประสบการณ์ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.18 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	98	49.00
หญิง	102	51.00
รวม	200	100
2. อายุ		
21 - 40 ปี	22	40.00
41 - 60 ปี	33	60.00
รวม	200	100
3. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	21	38.18
มากกว่า 5 ปี	34	61.82
รวม	200	100

และผลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ส่วนส่วนเกี่ยวข้อง สามารถสรุปปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การ

ตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ พบว่า มีรายละเอียดด้านปัจจัยสำคัญในการให้บริการ ในแต่ละด้านดังนี้

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า โรงแรมในจังหวัดพะเยา มีจำนวนห้องพักและการบริการอาหารและเครื่องดื่มอย่างเพียงพอ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม สะอาด สะท้อนถึงระดับการบริการและประโยชน์ที่ผู้เข้าพักจะได้รับ และมีคุณภาพการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม สวยงามและสะอาด และบางโรงแรมมีพนักงานที่มีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการยินดีรับฟังคำแนะนำความคิดเห็นของลูกค้า และพร้อมให้บริการด้วยความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

- ความน่าเชื่อถือ พบว่า โรงแรมในจังหวัดพะเยา จัดเตรียมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตรงกับข้อมูลที่แจ้งไว้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพที่ปรากฏทางเว็บไซต์ของโรงแรม หรือสื่อต่างๆ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นค่าห้องพัก ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม หรือค่าบริการต่างๆ เช่น สปา เป็นต้น มีเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางการจองห้องพักและประชาสัมพันธ์รายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ พนักงานของโรงแรมทุกคนมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าและมีความเป็นมืออาชีพ โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัย โดยมีกล้องวงจรปิดติดตั้งไว้ในบริเวณโรงแรมหลายจุด และยังมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลบริเวณภายในพื้นที่ของโรงแรมอีกด้วย

- ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า โรงแรมมีการออกแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมไปถึงระบบ ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการและมีความเต็มใจเอาใจใส่แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โรงแรมมีระบบการสำรองห้องพักที่สะดวกรวดเร็วไม่จำเป็นที่จะต้องสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือผู้ประสานงานของโรงแรม หรือการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างๆ และ โรงแรมมีการออกแบบพื้นที่ไว้อย่างเหมาะสมในการใช้งาน ไม่จำเป็นที่จะต้องห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

- ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า โรงแรมในจังหวัดพะเยามีการกำหนดอัตราค่าบริการต่างๆ ไว้อย่างเหมาะสม ไม่จำเป็นที่จะต้องห้องพัก ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการอื่นๆ เช่น สปา ซักรีด เป็นต้น ลูกค้าทุกคนสามารถสำรองห้องพักโดยผ่านเว็บไซต์หรือผู้ประสานงานของโรงแรม และสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายได้ตลอดเวลา และได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน โรงแรมมีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามรูปแบบที่ได้รับการฝึกฝนมา พนักงานมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของลูกค้าและสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการเป็นอย่างดี และมีบางโรงแรมมีการรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

- ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า โรงแรมในจังหวัดพะเยามีการสร้างบรรยากาศและจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของลูกค้า โรงแรมกำหนดราคาห้องพักและบริการต่างๆ เหมาะสมกับลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น กำหนดราคาสูงในช่วงฤดูการท่องเที่ยว และลด

ราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาจนกระทั่งออกจากโรงแรม โรงแรมมุ่งเน้นการสร้างความสะดวกและความพึงพอใจแก่ลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นรูปแบบการบริการต่างๆ ภายในโรงแรมจึงมีการปรับเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

สรุปผลและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถสรุปและอภิปรายผลโดยแยกประเด็นได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โรงแรม มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ ให้อย่างเพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ และทางโรงแรมในจังหวัดพะเยา มีจำนวนห้องพัก และการบริการอาหารและเครื่องดื่มอย่างเพียงพอ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม สะอาด สะท้อนถึงระดับการบริการและประโยชน์ที่ผู้เข้าพักจะได้รับ และมีคุณภาพการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรขพรณ ศรีสมุทร (2553) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริการของโรงแรมในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา โรงแรมปิยะพรเพลส ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทยจำนวน 278 คน และชาวต่างชาติจำนวน 122 คน ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสร้างบริการให้เป็นที่พักที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ด้านความสามารถ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความมั่นใจด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษมาพร พิงโพธิ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่คาดหวังและรับรู้ของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในระดับสูงมากในทุกมิติของคุณภาพบริการ และมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับสูงมากในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความมั่นใจ และผลงานวิจัยยังสอดคล้องกับ การศึกษาของ ปรียาภรณ์ ทารบุรุษ (2557) เรื่อง ภาพลักษณ์คุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2) ด้านความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม สวยงามและสะอาด และพนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย และจากการสัมภาษณ์ทางโรงแรมในจังหวัดพะเยา พบว่า โรงแรมในจังหวัดพะเยา สวยงามและสะอาด มีการจัดเตรียมห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตรงกับข้อมูลที่แจ้งไว้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพที่ปรากฏทางเว็บไซต์ของโรงแรม หรือสื่อต่างๆ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจนบางโรงแรมมีพนักงานที่มีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการยินดีรับฟังคำแนะนำความคิดเห็นของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร กล่าวไว้ว่า ปัจจัย

ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้หลังการเข้ารับบริการ ดังนั้น พนักงานต้อนรับส่วนหน้าต้องจำเป็นต้องบริการด้วยความถูกต้อง เหมาะสมและมีคุณภาพตั้งแต่แรกสามารถอธิบายข้อจำกัดและแนะนำการใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และยังต้องรักษาคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ และยังมีงานวิจัยของ ศิราภรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และ เอื้อบุญ เอกะสิงห์ (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าจำนวน 333 คน พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ หลักฐานการชำระเงินที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้ และสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานของ โรงแรม มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ และการบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา และจากการสัมภาษณ์ทางโรงแรมในจังหวัดพะเยา พบว่าโรงแรมมีการออกแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมไปถึงระบบ ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ และมีความเต็มใจเอาใจใส่แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โรงแรมมีระบบการสำรองห้องพักที่สะดวกรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือผู้ประสานงานของโรงแรม หรือการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างๆ และ โรงแรมมีการออกแบบพื้นที่ไว้อย่างเหมาะสมในการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ El-garaihy (2013) กล่าวว่า คุณภาพบริการที่ดีต้องมีพนักงานที่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความปรารถนาของลูกค้าด้วยความใส่ใจและเป็นรายบุคคล และสนใจในการให้ความคิดเห็นย้อนกลับของลูกค้า (customer feedback)

4) ด้านการให้ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และจากการสัมภาษณ์ทางโรงแรมในจังหวัดพะเยา พบว่าโรงแรมในจังหวัดพะเยามีการกำหนดอัตราค่าบริการต่างๆ ไว้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นค่าห้องพัก ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการอื่นๆ เช่น สปา ซักรีด เป็นต้น ลูกค้าสามารถสำรองห้องพักโดยผ่านเว็บไซต์หรือผู้ประสานงานของโรงแรม และสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายได้ตลอดเวลา และได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน โรงแรมมีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษมาพร พิงโพธิ์ (2554) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในระดับสูงมากในทุกมิติของคุณภาพบริการ และมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับสูงมากในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความมั่นใจ นอกจากนี้ งานวิจัยของ ศิราภรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และเอื้อบุญ เอกะสิงห์ (2559) ยังทำศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีความไว้วางใจได้ และรู้สึก

ปลอดภัยในการเข้าพัก พนักงานมีความสุภาพและให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี และให้ความสำคัญกับข้อติชม และปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amissah and Amenumey (2015) ที่กล่าวว่า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมาจากทักษะความชำนาญและมีการประสบการณ์ของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า และ งานวิจัยของ ธนัตถ์ภัทร ธิรณชิตลิก (2560) ศึกษาเรื่องมิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตพื้นที่พหุวิทยาจากมุมมองนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงและมีความพึงพอใจมากต่อการบริการของโรงแรมในมิติความมั่นใจและมิติการตอบสนองต่อลูกค้า นอกจากนี้ ปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์คุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการวิจัย พบว่า ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ ธาราภรณ์ เสือสุริย์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว

5) ด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเพราะว่า โรงแรมถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดพนักงานของโรงแรมต้องให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน และพนักงานของโรงแรมสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ จากการสัมภาษณ์ทางโรงแรมในจังหวัดพะเยา พบว่าโรงแรมในจังหวัดพะเยามีการสร้างบรรยากาศและจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของลูกค้า โรงแรมกำหนดราคาห้องพักและบริการต่างๆเหมาะสมกับลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น กำหนดราคาสูงในช่วงฤดูการท่องเที่ยว และลดราคาในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว เป็นต้น พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาจนกระทั่งออกจากโรงแรม โรงแรมมุ่งเน้นการสร้างประทับใจและความพึงพอใจแก่ลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้น รูปแบบการบริการต่างๆ ภายในโรงแรมจึงมีการปรับเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ El-garaihy (2013) กล่าวว่า คุณภาพบริการที่ดีต้องมีพนักงานที่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความปรารถนาของลูกค้าด้วยความใส่ใจและเป็นรายบุคคล และการมีบริการที่หลากหลายเป็นปัจจัยที่ดึงดูดลูกค้ามาให้บริการได้เนื่องจากลูกค้าเกิดความรู้สึกสะดวกสบายและคุ้มค่าตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทุกด้าน อีกทั้งการไม่ผิดสัญญาที่ได้ให้ไว้เป็นส่วนที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการโรงแรมอีกครั้ง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Karunaratne and Jayawardena (2010) ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในโรงแรม 5 ดาว ในเมืองแคนดี้ประเทศศรีลังกา มี 5 ปัจจัยได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย และความเอาใจใส่ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมที่ได้รับจากโรงแรม โดยเฉพาะความเอาใจใส่ในการบริการลักษณะทาง

กายภาพ การตอบสนอง และความปลอดภัย สำหรับความคาดหวังของลูกค้าจะได้รับอิทธิพลมาจากความรู้ความเข้าใจพื้นฐานที่มีต่อมาตรฐานการบริการของโรงแรมอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรนำข้อมูลผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการจัดการผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยา และรับใช้เพื่อเป็นทิศทางการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจประเภทที่พักแรมในจังหวัดต่างๆ ที่มีภูมิลักษณะคล้ายคลึงกับจังหวัดพะเยา

2. ผู้ประกอบการที่พักแรมหรือผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจที่พัก สามารถนำเอาผลคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพะเยาไปปรับประยุกต์ใช้ หรือการนำแนวทางการพัฒนาไปต่อยอดการพัฒนาองค์กรของตนเอง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ ความจงรักภักดีของผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรม เพื่อจะได้ทราบว่าปัจจุบันผู้มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมมองภาพลักษณ์ และความจงรักภักดีในการจัดการคุณภาพการให้บริการมากน้อยเพียงใด เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านปัญหาและอุปสรรคจากผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม เพื่อหาแนวทางหรือกลยุทธ์มาทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

- กรขพรธม ศรีสมุทร. (2553). แนวทางการพัฒนาการบริการของโรงแรมในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา โรงแรมปิยะพรเพลส [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564, 15 มกราคม). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด พะเยา ปี 2563. <https://www.mots.go.th/news/category/594>
- กฤษมาพร พิงโพธิ์. (2554). การเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่คาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร , [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์].
https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/KU.the.2011.445
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554, 1 กุมภาพันธ์). เครื่องมือศึกษาคุณภาพการให้บริการ. สำนักงานสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=7&read=true&count=true#

- ชัยเสณัฐ พรหมศรี. (2551). *คู่มือสู่องค์กรแห่งความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ธนต์ถัฏกร ธีรณชติลล. (2560). มิติคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตพื้นที่พญา จากมุมมองนักท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น*, 11(2), 144-161.
- ธราภรณ์ เสือสุริย์. (2558). ปัจจัยที่อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและ การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว. [การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1142>
- นพดล ชูเศษ, วิวัฒน์ จันทร์กัฏทอง, กอแก้ว จันทร์กัฏทอง และ ปัญญา ชูช่วย. (2561, กรกฎาคม 20 - 21). องค์ประกอบคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. ใน ทศนีย์ ประธาน (ประธาน), *พลวัตการศึกษายุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล* [Symposium]. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9, ห้องประชุม Blue Ocean Hall อาคารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา, ประเทศไทย
- ปรียาภรณ์ หารบุษ. (2557). *ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. [การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1562>
- รัตนะ บัวสนธิ์. (2556). *วิจัยเชิงคุณภาพการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริภรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และ เอื้อบุญ เอกะสิงห์. (2559). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2(3), 118-137.
- ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2556). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา : โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.*
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพะเยา. (2557, 1 ตุลาคม). *ข้อมูลที่พักในจังหวัดพะเยา*. https://phayao.mots.go.th/more_news.php?cid=16
- อรรธิกา พังงา. (2552). *การจัดการและปฏิบัติการส่วนหน้า*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินติ้ง เฮาส์ .
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavior sciences* (2nd ed). Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum.
- Amissah, E. F. and Amenumey, E. K. (2015). Dimensions of Service Quality in Hotels in Accra, Ghana. *Journal of Arts and Social Science*, 3(1), 156 - 170.

- El-garaihy, W.H. (2013). Developing and Validating a Hospitality Service Quality Scale in Saudi Arabia (HOSP-SQ): A Structural Equation Model. *International Journal of Business and Social Science*, 4(14), 224-238.
- Karunaratne, W.M.K.K., & Jayawardena, L.N.A.C. (2010). Assessment of Customer Satisfaction in a Five Star Hotel – A Case Study. *Tropical Agricultural Research*, 21(3), 258-265.
<https://www.readcube.com/articles/10.4038%2Ftar.v21i3.3299>
- Samy, H. (2016). Exploring Factors that Influence Domestic Tourists' Satisfaction with Budget Hotel Services in Egypt. *Journal of Tourism, Heritage & Service Marketing*, 2(2), 17-22.