

ปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

Expectation Factors of Service Quality for 3 Star Standard Hotel in Muang District, Chiang Rai Province

กนกพร พันธุมัตย์

*นักศึกษาศาสาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Kanokporn Panthumat

Student, Hotel Program. Faculty of Tourism and Hotel. Chiang Rai Rajabhat University

ปริยาภรณ์ ดาใหญ่

นักศึกษาศาสาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Preeyaphat Dayai

Student, Hotel Program. Faculty of Tourism and Hotel. Chiang Rai Rajabhat University

พลอยไพลิน ศรีนะ

นักศึกษาศาสาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Ploypailin Srina

Student, Hotel Program. Faculty of Tourism and Hotel. Chiang Rai Rajabhat University

ธิดารัตน์ มามาตร

นักศึกษาศาสาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Tidarat Marmat

Student, Hotel Program. Faculty of Tourism and Hotel. Chiang Rai Rajabhat University

มนสิชา ซาวคำ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Monsicha Saokham

Lecturer, Hotel Program. Faculty of Tourism and Hotel. Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: phannipha.sao@cr.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท ด้านเป็นรูปธรรมของการบริการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการบริการที่จับต้องได้ การบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและการให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ เป็นการตอบสนองความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน

การบริการที่ดีจึงต้องทำให้ถูกต้องเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น และด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการแสดงความใส่ใจของพนักงานและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือจะนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ด้านการให้ความมั่นใจ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการให้บริการสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม และการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีความสม่ำเสมอ รวมถึงพนักงานเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : ความคาดหวัง คุณภาพบริการ โรงแรมระดับ 3 ดาว จังหวัดเชียงราย

Abstract

This research aims to study the factors of service quality expectations of 3-star hotels in Mueang District, Chiang Rai province. The data was collected using a questionnaire from a sample of 400 Thai tourists visiting Chiang Rai province. The findings revealed that the majority of the respondents were male, aged 21-30 years old, with a bachelor's degree, employed as company employees, and earning between 10,000-20,000 baht. In terms of tangible aspects of service: most tourists prioritize services are concrete and readily perceivable. Service aimed at creating satisfaction and offering comprehensive services is about responding to the needs and desires of the customer in a clear and tangible way. Good service must be delivered accurately to ensure customer happiness. In terms of reliability or trustworthiness: tourists prioritize receiving services accurately and within the designated timeframe, building to trust and confidence among users. Regarding the prompt response to needs: tourists value the staff's attentiveness and ability to respond to their needs quickly. Being prepared and willing to help will lead to positive impressions or satisfaction for the customer and create a good image for the organization. Regarding confidence: Tourists value polite, gentle, and cheerful service, as well as the ability to adapt to others. And regarding understanding the needs of service recipients: tourists value good service that is non-discriminatory, consistent, and provided by staff who understand the needs of each individual user. This results in customer satisfaction and encourages continuous and consistent patronage.

Keywords: Expectations, Service quality, 3-star hotel, Chiang Rai Province

บทนำ

โรงแรมทั่วประเทศมีอัตราการเข้าพักภาพรวมของปีพ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา เฉลี่ยร้อยละ 70-75 โดยจังหวัดที่มีอัตราการเข้าพักโดดเด่น ประกอบด้วย กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และชลบุรี (พทยา) ซึ่งจังหวัดเหล่านี้โรงแรมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ร้อยละ 75 ขึ้นไป และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผ่านพ้นไปพบว่า อัตราการเข้าพักของโรงแรมทั่วประเทศฟื้นตัวต่อเนื่องมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 44 ในปี พ.ศ. 2565 (ในช่วง 8 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2565 อัตราการเข้าพักสถานพักแรมทั่วประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 41.21) แต่ยังต่ำกว่าปี พ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70.08 (สำนักข่าวสับปะรด, 2565) โดยพื้นที่ที่ฟื้นตัวดีเป็นกลุ่มที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวไทยจะมีอัตราการเข้าพักที่สูง อาทิ ภาคตะวันตก (เช่น กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี) และภาคเหนือ (เช่น เชียงใหม่ เชียงราย น่าน) เป็นต้น ขณะที่ภาคใต้ และกรุงเทพฯ ซึ่งอัตราการเข้าพักสถานพักแรมปรับตัวดีขึ้นแต่ยังต่ำกว่าระดับปี พ.ศ. 2562 เป็นผลจากในพื้นที่มีจำนวนห้องพักที่ค่อนข้างสูง จังหวัดเชียงรายแม้ธุรกิจโรงแรมจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ภาพรวมการแข่งขันของผู้ประกอบการยังคงเป็นไปอย่างรุนแรง ทั้งการแข่งขันในกลุ่มโรงแรมระดับสามดาวลงมา เพื่อแย่งชิงฐานนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มีจำนวนมาก รวมถึงการแข่งขันในกลุ่มโรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไป ที่เริ่มมีจำนวนมากขึ้นจากการลงทุนก่อสร้างโรงแรมของกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทำให้มูลค่าตลาดธุรกิจโรงแรมที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด สอดคล้องกับสถิติจำนวนโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องยิ่งส่งผลให้จำนวนห้องพักที่เป็นทางเลือกในการใช้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น สะท้อนถึงการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จะต้องวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการใช้บริการที่พิกของนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการทำการตลาด

อย่างไรก็ตาม ด้วยปริมาณโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มขึ้นรวมถึงจำนวนของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่คงที่ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาลักษณะที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว เพื่อปรับปรุงการให้บริการให้เป็นที่น่าพอใจของลูกค้าเก่า และพัฒนาไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งอาจรวมถึงการพัฒนาการให้บริการรูปแบบใหม่ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

ดังนั้น ธุรกิจบริการควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ในปัจจุบันผู้ประกอบการให้ความสนใจการบริการมากขึ้น เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง การให้บริการถือเป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบ และความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้น ย่อมต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และสิ่งที่ดีที่สุดคือการบริการที่ดีโดยองค์กรใดให้คุณภาพบริการที่เหนือกว่าย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในการบริการทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ความจงรักภักดีธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าเดิม และสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นได้ จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการกรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาวในจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความสอดคล้องต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

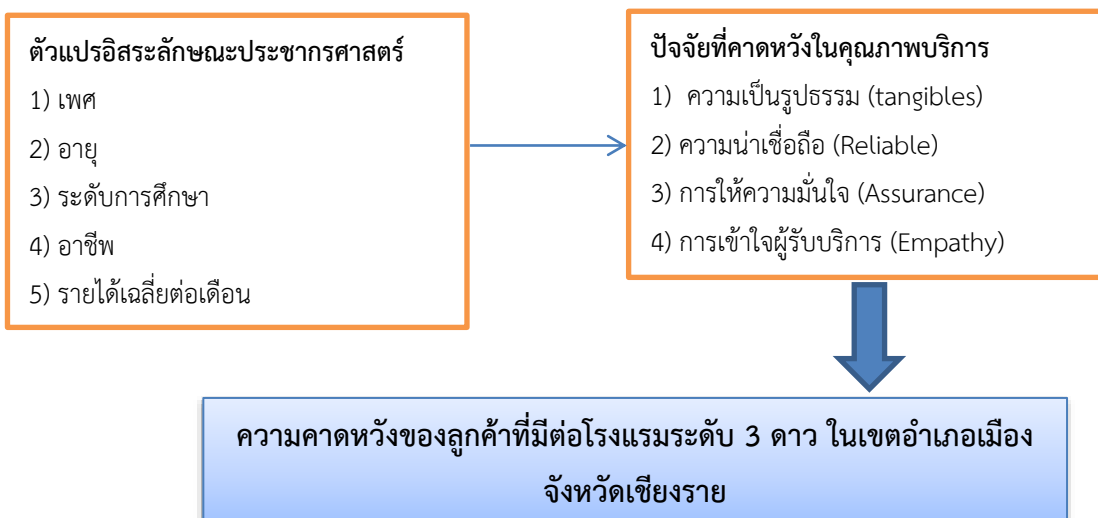
1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของ โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

2) ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2565 จำนวน 933,792 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

นิยามศัพท์

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หนึ่งที่มีการคาดคะเนหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งระดับความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

คุณภาพบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก โรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย หมายถึง โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการวัดตามแบบประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวมาตรฐานโรงแรม (Hotel Standard) ระดับ 3 ดาวจากสมาคมโรงแรมไทย มีขนาดห้องพักไม่น้อยกว่า 22 ตารางเมตร มีห้องน้ำในตัว มีจำนวนห้องพัก 60 ห้องขึ้นไป ได้แก่ โรงแรมอารียา อินท์ เชียงราย, โรงแรม The Rama, โรงแรมคำธนา, โรงแรมเดอะสเปซ และโรงแรมโกลเด้นแลนด์ เชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

พระราชบัญญัติโรงแรม ปี พ.ศ. 2547 มาตรา 4 กำหนดไว้ว่า “โรงแรม” หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยไม่มีค่าตอบแทน (ณรงค์ สุขศรีธนาอนันต์, 2553) ทั้งนี้ไม่รวมถึงสถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการรัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือ หน่วยงานเพื่อของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้โดยไม่ใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งกัน และสถานที่พักที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น ทั้งนี้ ฉันทิช วรรณอนอม (2552) ได้ให้ความหมายโรงแรมไว้ว่า หมายถึง สถานที่สำหรับนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวที่มาพัก และบริการหลายรูปแบบแก่ผู้มาพักขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหารและเครื่องดื่ม จัดประชุม จัดเลี้ยง สระว่ายน้ำ ออกกำลังกาย เป็นต้น สรุปได้ว่า สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพักซึ่งเรียกว่าแขก (guest)

สำหรับมาตรฐานโรงแรม เรียกว่า “มาตรฐานดาว” เป็นสัญลักษณ์แทนค่ามาตรฐานบริการระดับต่าง ๆ สำหรับโรงแรมสมาคมโรงแรมไทยและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดตั้ง “มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว” จัดตั้งเป็นองค์กรกลาง และได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยทางมูลนิธิจะเข้าตรวจสอบการจัดระเบียบโรงแรมไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน กล่าวคือ การแบ่งระดับโรงแรมโดยการใช้สัญลักษณ์ เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวตัวอย่างที่ใช้แพร่หลายคือ รูปดาวโดยใช้จำนวนตั้งแต่ระดับ 1-5 ดาว โรงแรม 5 ดาว เป็นโรงแรมที่มีความพร้อมในทุกเรื่อง ทั้งทำเลที่ตั้ง ขนาดของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ และราคาอยู่ในระดับที่ดีมาก ระดับสูงได้แก่โรงแรม 4 ดาว หรือโรงแรมชั้นหนึ่ง เป็นโรงแรมที่มีเกือบครบทุกอย่าง จัดอยู่ระดับที่ดี มีบริการที่สูงกว่ามาตรฐาน โรงแรมขนาดนานาชาติ มีความเด่นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมากกว่าโรงแรมทั่วไป ระดับกลางได้แก่โรงแรม 3 ดาว หรือเป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพอสมควร มีห้องน้ำในตัว มีห้องอาหารบางประเภทให้เลือก ระดับนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม 2 ดาว หรือโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างจำกัด เช่น มีอาหารเพียง 1 ห้อง มีห้องนอนขนาดเล็กไม่เน้นความหรูหราเนื่องจากใช้นอนและรับประทานอาหาร

บางมือ ระดับประหยัดได้แก่โรงแรม 1 ดาว หรือเป็นโรงแรมที่จัดห้องพักราคาถูก อาจจะพักรวมกันหรือใช้ห้องน้ำรวม และไม่มีบริการอาหาร การจัดระดับดาวโรงแรมนั้นการจัดระดับดาวของโรงแรมนั้นจะจัดที่สิ่งอำนวยความสะดวก อาคารสถานที่ ที่โรงแรมนั้น ๆ ได้จัดเตรียมเอาไว้สำหรับผู้เข้าพัก แต่สิ่งที่ตามมากับการจัดระดับดาวก็คือราคาที่พักร

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ (สมิต สัมฤทธิ์, 2546) และ วาทีนี ไส้จ้อ (2549) ได้ให้ความหมายว่าการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ให้และผู้รับบริการ ทั้งนี้การจัดบริการให้มีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงคุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และมีคุณภาพ

สรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผล ของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการการกระทำที่ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

แนวคิดคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) ซึ่งคุณภาพการให้บริการเป็นการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ (Crosby, 1988) และความสามารถในการตอบสนองความต้องการต้องตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ (กนกวรรณ นาสมปอง, 2555) จะรับรู้ผลการดำเนินงานได้ภายหลังจากการให้บริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) คุณภาพการให้บริการเป็นตัวชี้วัดระดับการบริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการให้ในสิ่งที่สอดคล้องกับผู้รับบริการเพียงใดการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพจึงเป็นการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการมากเท่านั้น (Lewis and Bloom, 1983) ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจเพื่อนำไปสู่ความประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยมีรายชื่อโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยอ้างอิงจากแบบประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวมาตรฐานโรงแรม (Hotel Standard) ระดับ 3 ดาว ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัยอธิบายตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มาใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 933,792 คน ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 (Yamane, 1970) จะได้ค่า 0.05 แทนค่าในสูตร จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้างนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยการแจกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยได้รวบรวมข้อมูลจากหนังสือตำราทางวิชาการ รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากระบบออนไลน์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามคุณภาพการบริการ SERVQUAL ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) คำถามมีลักษณะแบบปลายปิด (Closed – Ended Questions) โดยมีคำถามให้ผู้ตอบได้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว (Multiple choice) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ส่วนที่ 2 คำถามเพื่อใช้วัดปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยคำถาม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ประเมินค่าจากมาตราส่วน (Rating Scale) ในรูปแบบ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งเป็นการประเมินใน 5 ระดับ โดยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (สรชัย พิศาลบุตร, 2555) ได้แก่ ส่งผลมากที่สุด ส่งผลมาก ส่งผลปานกลาง ส่งผลน้อย ไม่ส่งผล และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือ ประกอบด้วย การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างนิยามศัพท์เฉพาะ ศึกษาการสร้างเครื่องมือจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมกลุ่มประชุมระดมความคิดเห็นกับ

เพื่อนสมาชิกในกลุ่ม เขียนโครงร่างแบบสอบถาม เพื่อกำหนดขอบเขต ประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด และจัดทำแบบสอบถาม แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ

ขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ประชุมคณะทำวิจัยเพื่อศึกษา ค้นคว้า รวบรวมวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ ความคาดหวัง รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย จากนั้นจึง สร้างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบก่อนลงมือเก็บข้อมูล จัดทำเอกสารบันทึกข้อความอนุเคราะห์ เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรมสอบถามถึงปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของ โรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามแต่ละฉบับ พร้อมทั้งเรียบเรียงข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามที่ผู้เข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ประชุมสรุป งานวิจัยร่วมกับคณะวิจัย และจัดทำรูปแบบฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในแต่ละด้านจะมีประเด็นและมีระดับการให้คะแนนมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดโดยอ้างถึง ความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดย แต่ละคำถามมีระดับการวัดความคาดหวังระหว่าง 1-5 จากนั้นทำการประเมินด้วยจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อแปลผลการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ เป็นสถิติบรรยาย (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย สถิติ (Mean) และจัดลำดับความสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในส่วนของปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 และมีรายได้ตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยในส่วนของปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า โรงแรมสะอาดและสวยงามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.04 อยู่ในระดับมาก และรองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า โรงแรมมีการกำหนดเวลาการให้บริการเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.78 อยู่ในระดับมากและรองลงมาคือ พนักงานสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับมาก

ด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.04 อยู่ในระดับมาก และรองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก

ด้านการให้ความมั่นใจ ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พนักงานให้บริการสุภาพ อ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.89 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีการรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรมและห้องพักอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับมาก

ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.87 อยู่ในระดับมาก และรองลงมาคือ การบริการของพนักงานดี สม่าเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงโดย มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยในส่วนของปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากปัจจัยความคาดหวังในคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย มีผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 21 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาคือนักเรียนหรือนักศึกษา ปัจจัยความคาดหวังที่ผลให้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม คือ สะอาดและสวยงาม รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในภาพรวมการส่งผลอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.94 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการบริการที่จับต้องได้ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมิต สัณฐกร (2547) เป็นแนวคิดในการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้าน

การให้บริการ ความคาดหวังส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรนั้น ๆ พนักงานให้บริการที่ดีต้องไม่เลือกปฏิบัติ มีความสม่ำเสมอ และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เฮสเก็ตต์ (Heskett, 1988) ที่กล่าวว่า “การให้บริการ” ว่าเป็นการวัดความพึงพอใจในการบริการซึ่งไม่ควรมองเพียงมิติของผู้รับบริการเท่านั้นแต่เป็นความสัมพันธ์โดยตรงของผู้ปฏิบัติงานบริการอย่างมีคุณภาพที่จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และเมื่อการบริการที่มีคุณภาพถูกส่งต่อไปยังลูกค้าแล้ว จะทำให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทำให้โรงแรมสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ และมีรายได้ที่ดี

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญในส่วนที่พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด รวมถึงสามารถทำให้ผู้บริการเกิดไว้วางใจและเชื่อมั่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Crotts & Turner (1999) ที่ให้นิยามความไว้วางใจว่าเป็นความไว้วางใจที่มีต่อกัน ซึ่งแต่ละฝ่ายจะกระทำการหรือแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่ส่งผลประโยชน์สูงสุดแก่อีกฝ่ายหนึ่ง รูปแบบหรือระดับความไว้วางใจนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 ความไว้วางใจแบบไร้เหตุผล (Blind Trust) ระดับที่ 2 ความไว้วางใจแบบมีแผน (Calculative Trust) ระดับที่ 3 ความไว้วางใจที่สามารถพิสูจน์ได้ (Verifiable Trust) ระดับที่ 4 ความไว้วางใจที่ได้รับมอบจากอีกฝ่ายหนึ่ง (Earned Trust) และระดับที่ 5 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Reciprocal Trust)

ด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ในภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญในส่วนที่พนักงานแสดงความใส่ใจและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 อ้างถึงใน สามารถ ยิ่งคำแหง, 2553) ที่ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจและอยากกลับมาใช้บริการซ้ำ ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) พนักงานต้องแต่งกายสะอาดเรียบร้อย 2) ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน 3) พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น 4) ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม 5) การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ 6) สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาดมีการจัดที่พักรอสำหรับลูกค้า 7) หมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 8) สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด 9) การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา และ 10) ให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจ ในภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในส่วนที่พนักงานให้บริการสุภาพ อ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้ความสามารถ ทำให้เกิดความมั่นใจ ซึ่งสอดคล้องกับบราวน์ (Brown, 1989) ที่ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ให้บริการไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) มีความเชื่อมั่นในตนเองเป็นลักษณะของผู้ให้บริการที่มีความตั้งใจแน่วแน่

มีเป้าหมายและบุคลิกท่าทางที่เต็มไปด้วยความมั่นใจไม่ย่อท้อ เปิดเผยและกล้าแสดงออก 2) มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่นโดยเป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่นในการมีปฏิสัมพันธ์ มีความกระตือรือร้นในการบริการและสามารถใช้ไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ 3) มีความเห็นใจผู้อื่น มีลักษณะของความเป็นมิตร มีอัธยาศัยร่าเริง และพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ในภาพรวมการส่งผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติและมีความสม่ำเสมอ รวมถึงพนักงานเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเฮสเก็ตต์ (Heskett, 1988) ที่ได้ให้นิยาม“การให้บริการ”ว่าการบริการที่มีคุณภาพหากถูกส่งต่อไปยังลูกค้าแล้ว จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ มาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และทำให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ความคาดหวังของผู้รับบริการส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือ คุณภาพบริการมีผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีโรงแรมหลากหลายประเภทโดยมีโรงแรมที่มีขนาดไม่เกิน 30 ห้องมากที่สุด จากสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย (2561) และในจำนวนนี้มีตั้งแต่ 1-5 ดาว ดังนั้นความคาดหวังของลูกค้าก็มีหลายระดับต่างกันออกไป หากการวิจัยครั้งต่อไปเป็นการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับราคาห้องเปรียบเทียบระหว่างผู้มาใช้บริการโรงแรมระดับแตกต่างกัน จะให้ทราบความต้องการและความหวังของลูกค้าที่แท้จริงในแต่ละระดับ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

การยกระดับคุณภาพการบริการผู้ประกอบการโรงแรมมีความจำเป็นต้องพัฒนาพนักงานให้มีความเข้าใจ และมีความยินดีต้อนรับลูกค้า เนื่องจากความคาดหวังของลูกค้ามีหลายหลายมากขึ้นหลังจากวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ฉะนั้น การบริการที่มีคุณภาพจะเป็นเครื่องมือในการรักษาลูกค้าไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลจากผู้บริหารเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการรู้สึกถึงความเท่าเทียมกันในการให้บริการของทางโรงแรมและควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สำหรับธุรกิจโรงแรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ นาสมปอง (2555). *สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการ และงาน ลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2565 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด) (*Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 (Classify by region and province)*). สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2566 จาก <https://www.mots.go.th/news/category/766>
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์. (2553). การโรงแรมเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วาทีนิ ไส้จ้อ. (2549). ความพึงพอใจของผู้ดูแลเด็กที่มารับบริการต่อการให้บริการ พยาบาลของห้องตรวจโรคเด็กโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพศูนย์อนามัยที่ 4 ราชบุรี. ราชบุรี: กรมอนามัยศูนย์อนามัยที่ 4.
- สำนักข่าวสับปะรด. (2565). ปี 2566 ธุรกิจโรงแรมและที่พักทยอยฟื้นตัว แต่ภายใต้มุมมองที่ระมัดระวังมากขึ้น. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2566 จาก <https://pineapplenewsagency.com/th/c33446>
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. (2561). เอกสารแสดงสถิติจำนวนโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ปี 2561. เชียงราย. (อัดสำเนา).
- สมิต สัชนุกร. (2546). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สมิต สัชนุกร. (2547). การพูดต่อชุมชน. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สามารถ ยิ่งกำแหง. (2553). แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชาวบ้านในห้วงในเขตพื้นที่องค์การ บริหารส่วนตำบลตะเคียน อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต การบริหาร งานก่อสร้างและสาธารณูปโภค. สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุรนารี.
- สรชัย พิศาลบุตร. 2555. การวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ส. เอเชียเพรส. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2556. สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2556. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- Brown, H. (1989). *Principle of Language Learning and Teaching*. (3ded). Cambridge: Prentice Hall International (London) Ltd.
- Crosby, P. B. (1988). *Quality is free. The art of making quality certain*. New York: New AmericanLibrary.
- Crotts, J., & Turner, G. (1999). *Determinants of intra-firm trust in Buyer-Seller Relationship in the International Travel Trade*. Retrieved from <http://thaiejournal.com/journal/2556volumes2M/15.pdf>
- Heskett, J.L. (1988). *Lessons in the service sector, managing service: marketing, operations and Human Resources*. N.J.: Prentice Hall.
- Lewis, Robert C. and Booms, Benard H. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality*. Chicago: American Marketing Association.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of marketing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Yamane, T. (1970). *Statistics-An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York : Harper and Row Public.