

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์

Customer Satisfaction Towards Service Quality of Poysian Apartment

ศิราภรณ์ ฉัตรรัตน์พงศ์* และเอื้อบุญ เอกะสิงห์**

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ โดยใช้ทฤษฎีคุณภาพการบริการและทฤษฎีความพึงพอใจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้เทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) ในการเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามลำดับ และจากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญ และ Quadrant C ซึ่งหมายถึง ปัจจัยคุณภาพการบริการนั้นสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า โดยปัจจัยที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้บริหารควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้า แต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ปัจจัยย่อยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และบริเวณที่จอดรถเพียงพอ

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the customer satisfaction towards service quality of Poysian Apartment based on the service quality and satisfaction theory. Questionnaires were used as a tool to collect data from 333 samples who were Poysian Apartment's customers. The data were then analyzed by descriptive statistics; for examples, frequency, percentage and mean. Afterwards, the Importance - Performance Analysis (IPA) was applied in comparison between level of importance and level of satisfaction.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The results of the study revealed that the customer satisfaction towards service quality of Poysian Apartment were at the high level. Reliability aspect appeared as the first rank, following by Responsiveness aspect, Assurance aspect, Tangible aspect and Empathy aspect respectively. According to the IPA, the findings demonstrated that service quality of Poysian Apartment were mostly categorized in Quadrant B, signified the attributes that well responded to customer satisfaction with high level of importance, and Quadrant C, signified the attributes that were not importance to customers with low priority to be improved. However, Tangibles aspect, including sub-attributes of internet service and sufficient space for parking lot, were categorized in Quadrant A, signified the attributes that the special attention and urgent improvement were required as the mentioned attributes were very important towards customers but without adequate reaction, which later on brought about dissatisfaction.

บทนำ

ธุรกิจบริการ ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในภาคเศรษฐกิจของไทย ซึ่งในภาพรวมภาคบริการของไทยได้เพิ่มบทบาทต่อเศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่อง โดยใน พ.ศ.2557 ภาคบริการมีส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558: ออนไลน์) ทั้งนี้ ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ในประเทศไทยประกอบด้วย โรงแรมและภัตตาคาร ขนส่งและคมนาคม อสังหาริมทรัพย์ ตัวกลางทางการเงิน การบริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคล โดยธุรกิจโรงแรมนับว่าเป็นธุรกิจหลักของภาคการท่องเที่ยวในธุรกิจบริการ และเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยตามสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558: ออนไลน์) รายงานผล GDP ไตรมาสที่ 1/2558 เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 ระบุว่า ธุรกิจการบริการโรงแรมมีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 19.6 ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ผ่านมา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558: ออนไลน์) นอกจากนี้ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว ยังระบุว่าใน พ.ศ.2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.87 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.92 ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีจำนวนสถานประกอบการที่พักแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.95 และมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.76 โดยมีจำนวนผู้เข้าพักแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.83 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2556 ที่ผ่านมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2558: ออนไลน์) จะเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจการให้บริการที่พักดังกล่าวมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการค้าที่เติบโตตามไปด้วย ดังนั้น การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจการให้บริการที่พักมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน

จังหวัดเชียงใหม่ ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและหัตถกรรมท้องถิ่นจำนวนมาก จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยวพบว่า พ.ศ.2557 จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.97 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 6.9 ล้านคนเศษ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.94 ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีจำนวนสถานประกอบการที่พักแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.72 และมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.96 โดยมีจำนวนผู้เข้าพักแรมเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 23.65 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2556 ที่ผ่านมา สำหรับ พ.ศ.2558

ตัวเลขถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2558 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวแล้ว 3.9 ล้านคนเศษ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2558: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวกระจายตามอำเภอต่างๆมากมาย เช่น อำเภอฝาง ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก สวนสัมมนาธร วัดเจดีย์งาม วัดท่าตอ เป็นต้น มีอาณาเขตติดต่อกับ อำเภอแม่ฮาด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และรัฐฉาน ประเทศพม่า ด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้อำเภอฝางกลายเป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย ประกอบกับประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอฝางมีจำนวนถึง 110,823 คน ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, ม.ป.ป.: ออนไลน์) ดังนั้น จึงมีหน่วยงานและองค์กรธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวนมากที่เข้าไปให้บริการ เพื่อรองรับความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับปรุงพื้นที่โรงพยาบาลฝาง ธนาคาร โรงแรมที่พัก และร้านค้าขนาดเล็กใหญ่ทั้งที่ประชาชนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของและที่เป็นร้านค้าประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโก้โลตัส แม็คโคร และบิ๊กซีที่กำลังดำเนินการก่อสร้าง ในด้านการศึกษา มีการให้ความสำคัญทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา ได้แก่ โรงเรียนฝางชนูปถัมภ์ โรงเรียนรั้งชัยวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (วิทยาเขตฝาง) วิทยาลัยการอาชีพฝาง และวิทยาลัยอาชีวศึกษานอร์ทฝาง เป็นต้น ส่วนอุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ โรงกลั่นน้ำมันดิบฝาง และโรงงานอุตสาหกรรมกิ่งภาคเกษตรกรรมอีกหลายแห่ง ดังนั้น อำเภอฝางจึงถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญในตอนบนของจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเหตุผลดังกล่าว โดยในปี พ.ศ. 2558 ในอำเภอฝางมีจำนวนธุรกิจให้บริการห้องพักที่มีการจัดเก็บภาษีรายได้แล้วทั้งสิ้น 55 แห่ง (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ฝ่ายเร่งรัดการจัดเก็บรายได้ กองคลัง, ม.ป.ป.: ออนไลน์) ซึ่งทำให้ธุรกิจบริการห้องพักเติบโตขึ้นตามไปด้วยเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวและเศรษฐกิจที่กำลังจะขยายตัวขึ้น

โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ เป็นธุรกิจบริการห้องพักขนาดเล็ก ตั้งอยู่ใจกลางอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นอาคารที่พักอาศัย เปิดให้บริการทั้งรายวันและรายเดือน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จำนวน 18 ห้อง อัตราค่าบริการตั้งแต่ห้องละ 350 บาทไปจนถึง 500 บาทต่อคืน สำหรับบริการห้องพักรายเดือน มีการให้บริการในอัตราเดือนละ 5,000 บาท ไม่รวมค่าน้ำและค่าไฟฟ้า และภายในรัศมี 1 กิโลเมตร จะพบบ้านธนาคาร ร้านอาหาร เทสโก้ โลตัส (สาขาฝาง) ตลาดสด โรงพยาบาลฝาง ชนส่งฝาง และศูนย์ราชการ ทำให้สะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ ยังตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัดเจดีย์งาม อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก และสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง พบว่า ในปี พ.ศ.2557 มีสถิติการเข้าใช้บริการห้องพักโดยเฉลี่ยจำนวน 232 ห้องต่อเดือน แต่อย่างไรก็ตาม การเติบโตของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ เป็นไปค่อนข้างช้า ซึ่งเป็นผลมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน อาทิ ธุรกิจลักษณะเดียวกันอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันหลายแห่ง รวมทั้งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายมากขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่นิยมใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลให้อัตราค่าบริการห้องพักในอำเภอฝางมีราคาต่ำลงอย่างมาก (ฐิตารีย์ เมืองชื่นชานน, 2558)

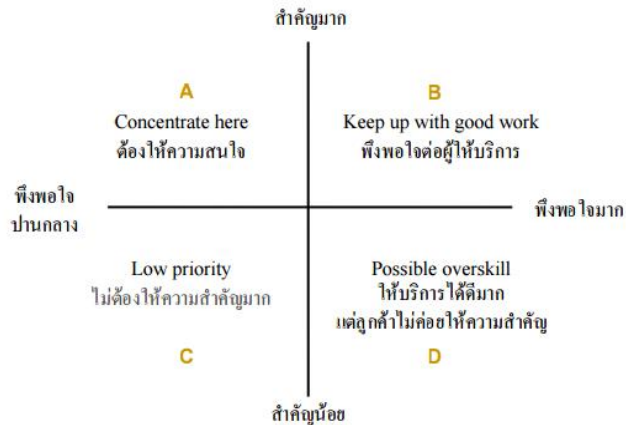
ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ อพาร์ทเมนต์ เนื่องจากคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นองค์ประกอบสำคัญ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการแก้ไข พัฒนา และปรับปรุงการบริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถส่งมอบคุณค่าของบริการที่ลูกค้าคาดหวังหรือเหนือกว่าให้แก่ลูกค้าได้ (Beyond expectation) (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555: 431) รวมทั้งการรักษาระดับการให้บริการ จนเกิดการได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแข่งขันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างเหมาะสมต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดคุณภาพการบริการ คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) เกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expected Service) และบริการที่รับรู้ (Perceived Service) กล่าวคือการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการและประสบการณ์ภายหลังจากที่ได้รับบริการ โดยการประเมินคุณภาพของการบริการประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการเอาใจผู้รับบริการ (Empathy) และด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

แนวคิดความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังกับคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ จากการอธิบายแนวคิด Expectancy Disconfirmation Model พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ Confirmation, Negative Disconfirmation และ Positive Disconfirmation (พรพิชญ์ พรหมศิริวะพัลลภ และคณะ (2548: 10-11) ได้อ้างถึง Bowen (2001) และ Zeithaml and Bitner (2003))

แนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยใช้เทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของสินค้าและบริการและสิ่งทีกิจการส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยจะนำเสนอผลการประเมินในรูปแบบกราฟจากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดให้แกน Y แสดงความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ แกน X แสดง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณลักษณะนั้น โดยผลลัพธ์ที่ได้สามารถอธิบายความหมายได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ Quadrant A, Quadrant B, Quadrant C และ Quadrant D



รูปที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และบริการ (IPA)

แนวทางแก้ไขปัญหาบริการด้วยคุณภาพ ระบุว่า สาเหตุที่ทำให้บริการด้วยคุณภาพที่เกิดจากช่องว่าง (gap) ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ช่องว่างระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ได้แก่ ช่องว่างที่ 1 ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังกับการรับรู้ของผู้ให้บริการในสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง ช่องว่างที่ 2 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการในสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังกับข้อกำหนดคุณภาพบริการที่ส่งมอบ ช่องว่างที่ 3 ความแตกต่างระหว่างข้อกำหนดคุณภาพบริการที่จะส่งมอบกับคุณภาพที่เกิดขึ้นจริง และช่องว่างที่ 4 ความแตกต่างระหว่างคุณภาพที่เกิดขึ้นจริงกับคุณภาพที่สื่อสารให้บุคคลทั่วไปทราบ โดยวิธีการแก้ไขปัญหาคือคุณภาพบริการนั้นสามารถทำได้โดยการลดหรือปิดช่องว่างดังกล่าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 260 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการของโฮมสเตย์ ด้วยเทคนิค IPA ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับปานกลาง จึงควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงมากที่สุด เนื่องจากเกิดช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด

พรณวดี พัฒนชัย (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ของโรงแรมเชียงใหม่ ภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าองค์กร จำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจหลังใช้บริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และจะกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน โดยระดับความพึงพอใจหลังเข้ารับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาทและสุภาพอ่อนโยน และพนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีต่อแขกที่มาพักโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ได้แก่

โรงแรมสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด ด้านการเข้าใจรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ได้แก่ ทางโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการในโรงแรม ด้านการตอบสนองความต้องการ ได้แก่ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาพักและผู้ใช้บริการเสมอ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ได้แก่ โรงแรมตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก

ธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ ลูกค้ำชาวต่างชาติ จำนวน 400 ราย ที่เข้ามาพักที่โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์การเข้าพักต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของลูกค้ำที่เข้าพักที่โรงแรม เวสทิน แกรนด์

วิลาวัลย์ จันทราวดี (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ำชาวญี่ปุ่นที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมคิงรอยัลการ์เด้นท์อินน์ ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ลูกค้ำชาวญี่ปุ่น จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่า ความพึงพอใจหลังจกใช้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และจะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตแน่นอน ส่วนความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านความเชื่อถือ ได้แก่ โดยทั่วไปพนักงานของโรงแรมสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก และการจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้ำทันที ได้แก่ พนักงานเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านการทำให้ลูกค้ำมั่นใจ ได้แก่ พนักงานของโรงแรมมีกิจกรรมมาทสุภาพให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้ำที่มาพักโรงแรม ด้านการเข้าใจลูกค้ำ ได้แก่ พนักงานของโรงแรมมีอัธยาศัย สุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้ำ และด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมอย่างพอเพียง ได้แก่ โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย และมีอุปกรณ์ดับเพลิงอย่างพอเพียง

คันสนีย์ สิมขัต (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ โรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยไม่จำกัดประเทศ ที่ใช้บริการโรงแรมที่พักที่อยู่ในเครือของต่างชาติระดับ 4-5 ดาว ย่านถนนสุขุมวิท สีลม และรัชดาภิเษก จำนวน 150 ราย โดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 ทดสอบสมมุติฐานด้วยค่าสถิติ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรับรู้เข้าใจความต้องการของลูกค้ำ รองลงมาคือด้านความกระตือรือร้นและการตอบสนอง และด้านการให้ความมั่นใจที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการเดินทางต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

ณภาพ ภัทรกษิต (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมคชสิทธิ์ธานี เชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค IPA พบว่า ลูกค้าให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปทุกปัจจัยย่อย และปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมคชสิทธิ์ธานี เชียงใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมคชสิทธิ์ธานี เชียงใหม่สามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก โดยปัจจัยที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

จากทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ไม่เพียงแต่คำนึงถึงบริการที่ลูกค้าคาดหวังและบริการที่ลูกค้ารับรู้แล้ว หากยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 5 ด้านในการวัดคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองลูกค้า โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการในการเลือกจัดการและปรับปรุงคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยทฤษฎีคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) และด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

2. ขั้นตอนการศึกษา

ประกอบด้วย 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างแบบสอบถาม 3) เก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล 5) จัดทำรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ โดยมีอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 80% และจำนวนวันที่ลูกค้าเข้าใช้บริการ (Turnover) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 วัน (ฐิตารีย์ เมืองชื่นชานน, **สัมภาษณ์**, 20 สิงหาคม 2558) คำนวณจำนวนประชากรทั้งหมดได้ 1,752 ราย จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนอยู่ที่ 333 ราย โดยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538: 232) วิธีการคัดเลือกตัวอย่างใช้แบบโควตาตามสัดส่วน (Proportional Quota Sampling) กำหนดสัดส่วนจากสภาพจริงของธุรกิจ แยกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำงานหรือติดต่อธุรกิจ ซึ่งรวมไปถึงผู้เดินทางมาเข้าร่วมการประชุมสัมมนา และทำงานวิจัย จำนวน 233 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 100 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ

30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการเก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเข้าพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ เป็นต้น เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open Form)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) จากนั้นใช้ เทคนิค IPA (Importance-Performance analysis) ในการเปรียบเทียบความสำคัญและความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเข้าพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 3 และ **ส่วนที่ 4** ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ใช้เกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert ในการวัด โดยจะแบ่งระดับความสำคัญและความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงคะแนนของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย (Best, 1970 อ้างถึงใน คันสนีย์ สิมขันธ์, 2556: 47) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50–5.00	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50–4.49	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจมาก
2.50–3.49	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50–2.49	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00–1.49	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) และ **ส่วนที่ 6** การเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการใช้บริการ และการกลับมาใช้บริการในอนาคต ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจโดยใช้ Importance-Performance Analysis (IPA) กำหนดจุดตัดบนแกน Y และแกน X ได้จากการหาค่าเฉลี่ยความสำคัญและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยหลัก กล่าวคือ นำค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลักมาหาค่าเฉลี่ย พบว่า ได้ค่าเฉลี่ยความสำคัญที่ 4.14 และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ 4.24 สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

Quadrant	ลักษณะ	การแปลความหมาย
A	ความสำคัญสูง ความพึงพอใจต่ำ (ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.14 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ น้อยกว่า 4.24)	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ
B	ความสำคัญสูง ความพึงพอใจสูง (ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.14 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.24)	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก
C	ความสำคัญต่ำ ความพึงพอใจต่ำ (ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ น้อยกว่า 4.14 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ น้อยกว่า 4.24)	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไป
D	ความสำคัญต่ำ ความพึงพอใจสูง (ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ น้อยกว่า 4.14 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.24)	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเป็นการตัดสิ้นใจของลูกค้า

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเข้าพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการห้องพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ แบ่งเป็น ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ (รวมไปถึงการเข้าร่วมประชุม อบรมสัมมนา และทำงานวิจัย) คิดเป็นร้อยละ 70 และพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30 ตามสัดส่วนของลูกค้า โดยลูกค้าส่วนใหญ่มักเดินทางมาร่วมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และเคยใช้บริการห้องพักที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์มาก่อน ระยะเวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2-3 คืนต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์จากเพื่อนหรือคนรู้จัก โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการห้องพักที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเดินทางสะดวก ความเหมาะสมของราคา และการให้บริการที่มีคุณภาพ และลูกค้าส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการและแนะนำโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ให้กับบุคคลอื่นต่อไป นอกจากนี้ ปัญหาที่พบในการใช้บริการมากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ และข้อเสนอแนะอื่นๆในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ที่พบมากที่สุด คือสัญญาอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรและที่จอดรถน้อยไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ระดับความสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีหลักฐานการรับชำระเงินที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ตามลำดับ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ หลักฐานการรับชำระเงินที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.41) สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.39) ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

ระดับความสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีความไว้วางใจได้ และรู้สึกปลอดภัยในการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานมีความสุภาพและให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) และให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด

ที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีความไว้วางใจได้ และรู้สึกปลอดภัยในการเข้าพัก (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานมีความสุภาพและให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.37) และให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

ระดับความสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ห้องพักสะอาดและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.48) เครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทันสมัย อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.36) และบริการอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ห้องพักสะอาดและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.50) เครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทันสมัย อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.37) และการออกแบบตกแต่งอาคารมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)

ระดับความสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.32) เปิดให้บริการในช่วงเวลาที่ลูกค้าสะดวกจะใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้องในความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.36) เปิดให้บริการในช่วงเวลาที่ลูกค้าสะดวกจะใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้องในความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

ระดับความสำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก พนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานให้การบริการอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานให้การบริการอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของไปีซี่เชียน อพาร์ทเมนต์ ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

องค์ประกอบคุณภาพบริการที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำ การปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้า แต่ลูกค้ายังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูง แต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นคือ องค์ประกอบด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการที่ตกอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้ เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูง ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการที่ตกอยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อน การปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากมีการให้บริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจต่ำ คือ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)

โดยไม่มีองค์ประกอบคุณภาพการบริการใดที่ตกอยู่ใน Quadrant D ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ มากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่ำและ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูง

ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดขององค์ประกอบคุณภาพการบริการแต่ละด้านว่ามีปัจจัยย่อยใดที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำ การปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัย ย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้ ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ไม่พบปัจจัยย่อยใด

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ไม่พบปัจจัยย่อยใด

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยย่อย เรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) ไม่พบปัจจัยย่อยใด

ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ไม่พบปัจจัยย่อยใด

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของปั๊มน้ำมัน อพาร์ทเมนต์ สามารถสรุป ประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการห้องพักรักที่ปั๊มน้ำมัน อพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาท โดยวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการห้องพักรักที่ปั๊มน้ำมัน อพาร์ทเมนต์ แบ่งเป็น ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ (รวมไปถึงการเข้าร่วมประชุม อบรมสัมมนา และทำงานวิจัย) คิดเป็นร้อยละ 70 และพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30 ตามสัดส่วนของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่มักเดินทางมาร่วมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และเคยใช้บริการห้องพักรักที่ปั๊มน้ำมัน

อพาร์ทเมนต์มาก่อน ระยะเวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2-3 คืนต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์จากเพื่อนหรือคนรู้จัก โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเดินทางสะดวก ความเหมาะสมของราคา และการให้บริการดี มีคุณภาพ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตและจะแนะนำโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ให้กับบุคคลอื่นต่อไป

ภาพรวมระดับความสำคัญของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) (ค่าเฉลี่ย 4.16) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) (ค่าเฉลี่ย 4.15) และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ ในขณะที่ภาพรวมระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) (ค่าเฉลี่ย 4.31) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) (ค่าเฉลี่ย 4.25) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) (ค่าเฉลี่ย 4.19) และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

จากการศึกษา พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ และระดับความสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจากการเข้าใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของปัจจัยหลักด้านคุณภาพ การให้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญของทุกปัจจัยหลักด้านคุณภาพ การให้บริการ ซึ่งอธิบายผลโดยใช้แนวคิด Expectancy Disconfirmation Model (Bowen, 2002; Zeithaml, 1994 อ้างถึงใน พรพิชญ พรหมศิริวะพัลลภ และคณะ, 2548) ที่เปรียบเทียบคุณค่าที่ลูกค้าได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ อยู่ในระดับ Positive Disconfirmation คือระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความคาดหวัง อีกนัยหนึ่งคือ การให้บริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ เหนือกว่าความคาดหวังจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจตามแนวคิดดังกล่าว

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของ โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ที่ตกอยู่ใน Quadrant A คือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้า แต่ลูกค้ายังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอนัก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงแต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น และมีปัจจัยที่ตกอยู่ใน Quadrant C คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากมีการให้บริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจต่ำ

เมื่อพิจารณาในระดับปัจจัยย่อย พบว่า ลูกค้าให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นในองค์ประกอบด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และบริเวณที่จอดรถเพียงพอที่ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ด้วยเทคนิค IPA พบว่า โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ มีปัจจัยคุณภาพการบริการที่ตกอยู่ใน Quadrant A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีปัญหา/สัญญาณขัดข้อง และไม่มีอาหารบริการที่ห้องพัก

ข้อค้นพบ

1. ลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ต่อเดือน และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำงาน/ติดต่อธุรกิจ (รวมไปถึงการเข้าร่วมประชุม อบรมสัมมนา และทำงานวิจัย) มักเดินทางมาร่วมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ระยะเวลาที่ใช้บริการโดยเฉลี่ย 2-3 คืนต่อครั้ง และมีความถี่เฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน

2. ปัจจัยย่อยของคุณภาพการบริการด้านต่างๆ ส่วนใหญ่แล้ว โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก (Quadrant B) นอกจากนี้บางปัจจัยก็สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า (Quadrant C) โดยองค์ประกอบคุณภาพการบริการที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน (Quadrant A) ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ปัจจัยย่อยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยย่อยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญกับลูกค้า แต่กลับไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

3. ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าเพศชายยังไม่พึงพอใจปัจจัยเรื่องการให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว อีกด้วย

4. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องพนักงานแสดงความใส่ใจในการแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา ปัจจัยเรื่องให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยเรื่องเครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย และปัจจัยเรื่องระบบอินเทอร์เน็ต

5. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ โดยทุกปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ และปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ ตกอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญและกิจการสามารถตอบสนองลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงควรรักษาไว้ ยกเว้น ปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน (ด้านการให้ความมั่นใจ) และปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานให้ข้อมูลได้ตามความต้องการของลูกค้า (ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ) ที่ตกอยู่ใน Quadrant D ซึ่งหมายถึงกิจการให้ความสำคัญมากเกินไปและเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่ำ

6. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องระบบการชำระเงินค่าห้องพักมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ปัจจัยเรื่องสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา ปัจจัยเรื่องให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยเรื่องเครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทันสมัย อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย และปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต

7. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำงาน/ติดต่อธุรกิจ (รวมไปถึงการเข้าร่วมประชุม อบรมสัมมนา และทำงานวิจัย) ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ ในขณะที่ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องเครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทันสมัย อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยเรื่องพนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ และปัจจัยเรื่องพนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้องในความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า ปัจจัยเรื่องพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และปัจจัยเรื่องพนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า โดยปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจ ทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็นปัจจัยที่กิจการควรรักษาไว้เนื่องจากทำได้ดีอยู่แล้วในปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

9. ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการห้องพักโดยเฉลี่ย ครั้งละ 2 – 3 คืนต่อครั้ง ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องระบบการชำระเงินค่าห้องพักมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ และปัจจัยเรื่องพนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ

10. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่จะกลับมาใช้บริการที่โป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ อีกในอนาคต ปัจจัยที่ควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการอินเทอร์เน็ต และปัจจัยเรื่องบริเวณที่จอดรถเพียงพอ ในขณะที่ลูกค้าที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่ พบว่าทุกปัจจัยย่อยของคุณภาพบริการตกอยู่ใน Quadrant C ซึ่งหมายถึงทุกปัจจัยสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผล อภิปรายผลและข้อค้นพบข้างต้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและสามารถกำหนดแผนการตลาดหรือแผนกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยอ้างอิงตามกรอบคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นปัจจัยที่ลูกค้าของโป๊ยเซียน อพาร์ทเมนต์ ให้ความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเป็นปัจจัยที่ในภาพรวมกิจการสามารถดำเนินงานได้ดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ดังนั้น ผู้บริหารควรรักษาการมอบบริการที่ดีตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้า ให้มี

ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ โดยไม่ควรละเลยหรือแสดงความไม่ใส่ใจในการปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจาก หากขาดความระมัดระวังในขั้นตอนการดำเนินงาน และ/หรือ ไม่ใส่ใจในการปฏิบัติหน้าที่แล้ว อาจเกิดความผิดพลาดได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรับรู้ของลูกค้า และอาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจต่อไป

2. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) จากผลการศึกษาข้างต้น แม้ไपေးเซียน อพาร์ทเมนต์สามารถดำเนินงานด้านการให้ความมั่นใจได้ดีอยู่แล้ว แต่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการให้บริการของกิจการร่วมกับลูกค้า เนื่องจาก ความต้องการของลูกค้านั้นอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ ยิ่งลูกค้ามีประสบการณ์มาก ลูกค้ายิ่งมีความคาดหวังต่อระดับการบริการที่มากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ผู้บริหารควรจัดการความคาดหวังของลูกค้า ผ่านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อ โดยแสดงให้เห็นถึงความคาดหวังที่อาจเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้ พร้อมเหตุผลประกอบ ตลอดจนสามารถหาสาเหตุและอธิบายปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริการ และหากลูกค้ามีความคาดหวังที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กิจการย่อมสามารถรักษาความพึงพอใจของลูกค้าได้

3. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) เป็นปัจจัยหนึ่งในการวัดคุณภาพบริการที่ไปေးเซียน อพาร์ทเมนต์ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ทั้งนี้ ลักษณะทางกายภาพจะสะท้อนภาพลักษณ์การบริการของกิจการที่ลูกค้ารับรู้และตั้งความคาดหวัง ดังนั้น ผู้บริหารควรสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง โดยการนำเสนอบริการที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและพฤติกรรมการใช้บริการ โดยลักษณะทางกายภาพบางประการเป็นความต้องการที่แฝงเร้นของลูกค้า ดังนั้น เมื่อลูกค้าได้รับประสบการณ์นั้น ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่กิจการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

4. ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่ในภาพรวมแล้ว ลูกค้าของไปေးเซียน อพาร์ทเมนต์ให้ความสำคัญน้อยและมีความพึงพอใจน้อย จึงสามารถเลื่อนการแก้ไขออกไปได้ก่อน แต่เนื่องจากไปေးเซียน อพาร์ทเมนต์มีพนักงานจำนวนน้อย จึงเป็นเรื่องยากในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละรายได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ผู้บริหารควรพิจารณานำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายไว้ในฐานข้อมูลระบบ เช่น ชื่อ-สกุล ชื่อเล่น ชื่อองค์กรหรือหน่วยงาน ประเภทของรถที่ใช้ ทะเบียนรถ ตลอดจนข้อมูลเชิงลึกของลูกค้ารายนั้นๆ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการสังเกตพฤติกรรมและพูดคุยกับลูกค้า เช่น นายสมชาย มักต้องการใช้บริการห้องพักชั้น 2 ห้องติดบันได เป็นต้น โดยเมื่อมีการสำรองห้องพักและเข้าใช้บริการ กิจการจะสามารถนำข้อมูลที่ได้นั้นมาใช้ในฐานข้อมูลดังกล่าวมาปรับใช้ในการให้บริการได้ตรงตามความต้องการ ซึ่งสามารถแสดงถึงความเอาใจใส่ผู้รับบริการได้อีกด้วย ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

5. ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงความเต็มใจและความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า โดยผลการศึกษา พบว่าไปေးเซียน อพาร์ทเมนต์ สามารถดำเนินการได้ดีอยู่แล้วในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญดังกล่าว นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับไปေးเซียน อพาร์ทเมนต์จากเพื่อนหรือคนรู้จัก กล่าวคือ ลูกค้ามักได้รับการบอกต่อปากต่อปาก การรักษาลูกค้าไว้จึงเป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ กิจการควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่เสมอทั้งกับลูกค้าที่เคยใช้บริการมาก่อนและลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อน เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

นอกจากนี้ จากการศึกษา พบว่า มีปัจจัยย่อยของคุณภาพการบริการที่ผู้บริหารของปิยะเชียน อพาร์ทเมนต์ ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และเมื่อพิจารณาลูกค้าจำแนกตามกลุ่มแล้วยังพบว่าปัจจัยย่อยที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนดังกล่าวมีความซ้ำซ้อนกันในบางกลุ่ม ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอวิธีการจัดการปัจจัยย่อยเหล่านั้นในประเด็นเชิงลึก ดังนี้

1. บริการอินเทอร์เน็ต ผู้บริหารควรพิจารณาเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ต และเพิ่มจุดปล่อยสัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ภายในโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งาน ตลอดจนหมั่นตรวจสอบอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ผู้บริหารควรพิจารณาถึงการป้องกันการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากบุคคลภายนอกหรือบ้านเรือนและชุมชนใกล้เคียง เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สำคัญอีกประการในการทำให้สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรและมีความล่าช้า ซึ่งอาจแก้ไขโดยการนำเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการกำหนด username และ password แบบรายวันให้แก่ลูกค้าเมื่อลูกค้า Check-in โดยให้มีระยะเวลาครอบคลุมตามกำหนดที่จองใช้บริการห้องพัก แต่หากลูกค้ายังต้องการใช้บริการห้องพักต่อ พนักงานจะกำหนด username และ password ชุดใหม่แก่ลูกค้า

2. บริเวณที่จอดรถ ผู้บริหารควรเพิ่มพื้นที่ในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น เช่าพื้นที่ว่างในบริเวณใกล้เคียงเพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับจอดรถ หรืออาจสร้างแนวปฏิบัติสำหรับลูกค้าที่จอดรถในบางจุดให้ต้องปลดเบรกมือหรือฝากกุญแจรถไว้เพื่อที่พนักงานจะสามารถทำการเคลื่อนหรือเคลื่อนย้ายรถได้โดยสะดวก แต่อย่างไรก็ตามอาจมีลูกค้าบางรายที่ไม่สะดวกใจในการฝากกุญแจรถ หรือไม่ต้องการจอดรถบริเวณพื้นที่อื่น เนื่องจากรถอาจจะอยู่ไกลสายตาและอาจสร้างความไม่สะดวกในการใช้งานรถ ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรทำความเข้าใจกับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนของการสื่อสารทางการตลาดถึงประเด็นดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า เพราะเมื่อเกิดความเข้าใจตรงกันแล้วระดับความสำคัญหรือระดับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อคุณภาพการบริการในประเด็นดังกล่าวจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ผู้บริหารสื่อสารออกไปด้วย ทำให้เกิดความพึงพอใจ

3. พนักงานหรือผู้ให้บริการ เช่น ปัจจัยย่อยการให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว การแสดงความใส่ใจในการแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา การให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา พนักงานให้บริการโดยเน้นผลประโยชน์สูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ พนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ พนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้องในความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า โดยจะเห็นได้ว่า ประเด็นดังกล่าวล้วนเกี่ยวข้องกับพนักงาน กระบวนการทำงาน และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรอบรมและพูดคุยกับพนักงานในฐานะที่เป็นตัวแปรสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรม เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงความสำคัญ บทบาทหน้าที่ที่ต้องเข้าใจแนวปฏิบัติ และเรียนรู้วิธีการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าประสบปัญหา ตลอดจนคุณลักษณะสำคัญของพนักงานที่ต้องมีจิตบริการและมีความเป็นมิตรกับลูกค้า โดยผู้บริหารควรตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อป้องกันการล้มเหลวหน้าที่ อันเนื่องมาจากความรีบเร่งหรือความไม่ใส่ใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน และสร้างเครื่องมืออย่างง่ายเพื่อใช้ในการควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น จัดทำ check-list ระบุรายการที่ต้องทำทุกครั้งให้แก่พนักงานทำความเข้าใจ เพื่อป้องกันการหลงลืมในการปฏิบัติหน้าที่ เพราะหากมีการตรวจสอบการทำงาน แล้วพบว่าพนักงานยังทำความเข้าใจไม่ได้ ต้องทำความเข้าใจเพิ่มเติม ทำให้เสียเวลาและเสียแรงงานในการทำความเข้าใจพนักงานให้เข้าใจอย่างถูกต้อง อาจส่งผล

ให้ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการห้องพักแก่ลูกค้าได้ทันระยะเวลาบริการ check-in ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ นอกจากนี้ ผู้บริหารควรสร้างแรงจูงใจหรือระบบการให้รางวัล เช่น ให้โบนัสพิเศษแก่พนักงานที่มีส่วนในการปรับปรุงและแก้ไขบริการให้มีคุณภาพ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานของพนักงานให้มีความมุ่งมั่น ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส และเต็มใจให้บริการ

นอกจากการปรับปรุงแก้ไขภายในองค์กรแล้ว ผู้บริหารควรพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้า เพื่อสอบถามถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากการให้บริการ ความต้องการของลูกค้า ผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการที่นอกเหนือไปจากการพักอาศัยชั่วคราว บริการเสริมอื่นๆ โดยอาจพิจารณาร่างระบบรับฟังเสียงลูกค้าช่องทางอื่นๆ เช่น จัดทำกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า เนื่องจากลูกค้าอาจไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนในการให้ข้อมูล และพิจารณาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขปัญหาในขอบเขตที่เห็นควรเหมาะสมโดยปราศจากอคติ นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นยังเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการและลูกค้า ผู้บริหารสามารถแก้ไขความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารทางการตลาดที่ผิดพลาดหรือไม่ชัดเจน และสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันกับลูกค้า

4. เครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก หรือลักษณะทางกายภาพอื่น (Tangibles) ผู้บริหารควรหมั่นตรวจสอบเครื่องใช้และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเป็นประจำ เพื่อให้มีสภาพพร้อมต่อการใช้งาน ตลอดจนต้องมีความทันสมัยสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกิจการ ทั้งนี้อาจรวมไปถึงลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ (Tangibles) ของกิจการที่ควรออกแบบตกแต่งให้มีบรรยากาศสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ให้บริการสามารถทำได้จริง เช่น การออกแบบอาคาร การวางผังอุปกรณ์และเครื่องใช้ในการตกแต่ง การใช้แสงและสี การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยการติดป้ายรางวัลต่างๆ ที่ได้รับรวมถึงการใช้สินค้าหรือวัสดุต่าง ๆ โดยผู้บริหารควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการใช้บริการ และเสนอบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น หมวกคลุมอาบน้ำ อาจสร้างความแตกต่างให้กับกิจการ กลายเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ความกว้างของห้องพักและช่องทางเดิน ก็มีผลช่วยในการสร้างความรู้สึกสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการ สีอาคาร สีแสงไฟ และความสว่างที่ใช้ควรเป็นสีที่สะท้อนให้เห็นถึงความอบอุ่น เป็นมิตร และเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการจะได้พักผ่อนอย่างแท้จริงเหมือนบ้าน พนักงานให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นและเป็นกันเอง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้งานควรมีความทันสมัย ให้สะท้อนภาพลักษณ์และสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการยุคใหม่ แม้กระทั่งกลิ่นหอมอ่อน ๆ ของน้ำยาปรับผ้านุ่ม ก็สามารถช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสงบและผ่อนคลาย เป็นต้น

5. ระบบการชำระเงินค่าห้องพักมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้บริหารควรนำระบบซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มาใช้ในการบันทึกการขายบริการ ตลอดจนการคำนวณและการออกหลักฐานการชำระเงิน ซึ่งจะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการในการเก็บข้อมูลไว้บนฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการทำวิจัยตลาดหรือประโยชน์อื่นๆต่อไป เช่น นำข้อมูลดังกล่าวไปสร้างฐานข้อมูลสำหรับระบบสมาชิก Privilege Member Card สะสมแต้มแลกของรางวัล ซึ่งรางวัล รับส่วนลด หรือบริการพิเศษอื่น ๆ เป็นต้น เพื่อจูงใจให้ผู้เป็นสมาชิกกลับมาใช้บริการ ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ ทั้งยังเป็นการสร้างความรักภักดีและกระบวนกรบอกต่ออีกด้วย

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. สำนักบริหารการทะเบียน. (ม.ป.ป.). *รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ. 2557*. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. ค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showZoneData.php?rcode=5009&statType=1&year=5>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. (2558). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ (แยกตามภูมิภาค)*. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/23044>
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิตตารีย์ เมืองชื่นชานน. (2558). เจ้าของกิจการ ไปเยเชียน อพาร์ทเมนต์. (2558, 20 สิงหาคม). สัมภาษณ์.
- ธัญญารัตน์ บุญต่อ. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสทินแกรนด์ สุขุมวิท*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2552). *การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณภพ ภัทรกษิตศ. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมคชสิทธิ์ธานี เชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พรพิชญ์ พรหมดิวงษ์พัลลภ และคณะ. (2548). *โครงการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิจัยเพื่อวาระ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรรณวดี พัฒนชัย. (2551). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ยุพาวรรณ วรณนาณิชย์. (2548). *การจัดการการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ยุพาวรรณ วรณนาณิชย์. (2554). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วินัสยา สุริยาธานินทร์. (2558). *ภาคบริการ แรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย*. ค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib/_article28_04_58.pdf
- วิลาวัลย์ จันทร์วาทิต. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมดิเกรย์การ์เด็นท์ อินน์ ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ต้นสนีย์ สิทิมขัต. (2556). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาติระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).
- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). *ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 1/2558*. ค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก
http://www.nesdb.go.th/Portals/0/eco_datas/account/qgdp/data1_15/BookQGDP1-2015-Thai.pdf
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. (ม.ป.ป.). *ฝ่ายเร่งรัดการจัดเก็บรายได้ กองคลัง*. ค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก
http://chiangmaipao.info/all_hotel.asp
- Silva J. H. & Fernandes P. O. (2010). Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (IPB). *Creating Global Competitive Economies: A 360-Degree Approach*. Retrieved August 26, 2015, from
https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/7120/1/IBIMA_2.pdf