

ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย  
HOTEL SERVICE SATISFACTION OF PARK INN, CHIANGRAI

นางสาวนัทฐ์กมล หาญพาณิชย์

อีเมลล์: harnphanich78@gmail.com

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ตำแหน่งวิชาการ ชื่อ ผศ. ดร. บุษบา สัทธการ

อีเมลล์: bussaba@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คนโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า (Access) ด้านความมีน้ำใจ (Courtesy) ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ด้านความปลอดภัย (Security) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ/ปัจจัยคุณภาพการบริการ

**Abstract**

This study is a study of Satisfaction of Hotel Service in Park Inn Chiang Rai Province. The objective of this study is to investigate service satisfaction of Park Inn Chiang Rai Province from the customers to be able to improve service quality in the future and also maintain the standard quality of the hotel. The researcher also aims to help the management team to be able to reflect truly high satisfaction level to the customers and assist the management team to improve future standard quality for Park Inn Chiang Rai Province. This research study was conducted using quantitative research approach and adopted questionnaire as a the research instrument. The samples were 400 Thai customers in Park Inn Chiang Rai by convenience sampling. Then all questionnaires were gathered and evaluated.

The result found that the customers had the highest levels satisfaction in Accessibility, Courtesy, Reliability, Security, and Responsiveness.

**Keywords:** Satisfaction/Service Quality

## บทนำ

ปี 2558 การท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยหน่วยงานภาครัฐทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งการจัดกิจกรรมภายในประเทศ และการทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย ประกอบกับในปีนี้ ทางรัฐบาลพยายามดำเนินการเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ยังมั่นใจว่าปีนี้จะ มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตามเป้าหมาย 28.8 ล้านคน ทำรายได้กว่า 2.2 ล้านล้านบาท

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการ เติบโตเนื่องจากเป็นฤดูกาลของภาคธุรกิจในการ กระตุ้นตลาดคนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีแรงหนุนมาจากการที่เป็นช่วงปิดเทอมภาค ฤดูร้อน และมีวันหยุดยาวหลายช่วง ประกอบกับในปีี้ บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้าน ท่องเที่ยวต่างจัดกลยุทธ์ทำการตลาดอย่างเข้มข้น เพื่อดึงดูดตลาดไทยเที่ยวไทยชัดเจนนักท่องเที่ยว ต่างชาติบางตลาดที่จะลดตัวตามฤดูกาลท่องเที่ยวในระยะนี้ นอกจากนี้ ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็มาตรการด้านภาษี หรือการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวทุกเดือน

จากการเปรียบเทียบสถิติในการเข้าพักของผู้มาใช้บริการโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย ตั้งแต่เปิดให้บริการ ตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 ถึงเดือนธันวาคม 2557 พบว่า มีอัตราการเข้าพักลดลง ประกอบกับธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดเชียงราย มีผู้เข้ามาลงทุนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงต้องการ ที่จะสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย เพื่อทราบถึงปัญหาหรือ ความต้องการของผู้ใช้บริการ และนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงต่อไป

## วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยคุณภาพการบริการ

### 2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ (Parasuraman และคณะ . 1985) คุณภาพการบริการ (Service Quality) สามารถมองได้หลาย ๆ แง่ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) เศรษฐศาสตร์ (Economics) การตลาด (Marketing) การจัดการด้านปฏิบัติการและในแง่มูลค่า (Value Base) โดย Parasuraman และคณะ . 1985 ได้กำหนดคุณภาพของการบริการ (Determinants of Service Quality) ประกอบด้วย 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงผู้รับบริการ (Access) เป็นความสามารถในการเข้าใช้บริการและง่ายต่อการติดต่อ เวลาที่ใช้รอคอยการรับบริการต้องไม่นานเกินไป เวลาเปิดดำเนินการต้องสะดวก สถานที่ที่ใช้ให้บริการต้องอำนวยความสะดวก

2. การสื่อสาร (Communication) การอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจง่าย

3. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีประสบการณ์ ความรู้ และความสามารถในงาน

4. ความอภัยยศัยไมตรี (Courtesy) ผู้ให้บริการต้องมีความสุภาพ อ่อนโยน ให้เกียรติ มีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ ในการบริการ รวมทั้งการเสนอการบริการที่ดีที่สุดแก่ผู้รับบริการและเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงขององค์กรและคุณสมบัติของบุคลากร

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ผู้รับบริการ ต้องมีความถูกต้อง แม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก มีความสม่ำเสมอ

7. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความเต็มใจหรือความพร้อมที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ของผู้รับบริการได้ทันเวลาที่

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายต่าง

9. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ผู้รับบริการสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของการบริการได้ ได้แก่ สถานที่ให้บริการ ลักษณะบุคลิกของบุคลากร หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ราคาของการบริการ

10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/Knowing the Customers) ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้เรื่องที่ต้องการโดยเฉพาะ ให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ ให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ

ความพึงพอใจในงานบริการของลูกค้า คือ ความยึดมั่น และเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำส่งสินค้า และบริการ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า (ชลกาญจน์ รัตนานต์, 2551)

#### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**พรรณวดี พัฒนชัย (2551)** ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าองค์กร จำนวน 150 ราย ผลการศึกษา พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังการรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ โรงแรมตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงได้สะดวก พนักงานของโรงแรมแต่งกายประณีตเรียบร้อย และโรงแรมมีเวลาที่ให้บริการได้สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ

**ปริณดา เลิศทองไทย (2552)** (อ้างอิงวันทนีย์ สิทธิอ่วม, 2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าจุดประสงค์ในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการและด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ สมรรถนะของผู้ให้บริการ ส่วนนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศนั้น ให้ความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ

**สมศิริ นิสิตศิริ (2548)** ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ โรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนรับบริการและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรก ดังต่อไปนี้ 1) ด้านการเข้าถึงลูกค้า คือ การเช็คอิน เซ็คเอาท์ ลูกค้าไม่ต้องคอยนาน ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ การมีห้องอาหารไว้บริการแก่ลูกค้า 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการใช้คำพูดที่ไพเราะ ในขณะที่ความพึงพอใจหลังการรับบริการ คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ เช่นเดียวกัน 3) ความสามารถ คือ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการมีความชำนาญ ปฏิบัติงานได้ถูกต้องรวดเร็ว ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความรู้ความสามารถในการรับชำระเงินได้ถูกต้อง 4) ด้านความมีน้ำใจ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้มท่าที่อ่อนโยนและเป็นมิตร เช่นเดียวกัน 5) ด้านความน่าเชื่อถือ คือ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการมีความซื่อสัตย์ อดทนและรับผิดชอบ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้า ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมกับหน้าที่ 6) ด้านความไว้วางใจ คือ มีหลักฐานการรับที่ถูกต้องชัดเจนให้กับลูกค้า เช่น ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น ขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความซื่อสัตย์ ตรวจสอบ นับ-ทอนเงิน ได้ถูกต้องไว้วางใจได้ 7) ด้านการตอบสนองลูกค้า คือ ด้านพนักงานโรงแรมที่ให้บริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันทีทันใด

ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ สามารถชำระค่าที่พักด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตได้ตาม  
 ต้องการ 8) ด้านความปลอดภัย คือ ด้านโรงแรมมีความมั่นคง ปลอดภัย ในขณะที่ระดับความพึงพอใจ  
 หลังรับบริการ คือ พนักงานที่ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตไม่มีการเรียกร้อ  
 ค่าใช้จ่าย 9) ด้านการให้บริการให้ลูกค้ารู้จัก คือ การใช้บริการที่พักได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพ  
 สะดวก สะอาด ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้ ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ พนักงาน  
 ห้องอาหารที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และ 10) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า คือ โรงแรม  
 พร้อมที่จะรับฟังข้อซักถาม ท้วงติง/ร้องเรียนจากลูกค้า ในขณะที่ความพึงพอใจหลังรับบริการ คือ  
 โรงแรมมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงการบริการ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรม  
 พาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก ( Convenience  
 Sampling) จากผู้ที่ใช้บริการโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม  
 พาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ

ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ และคำถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) มี  
 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย  
 และความพึงพอใจน้อยที่สุด เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน  
 เบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถแปลความหมายตามเกณฑ์ 5 ระดับ มีความพึงพอใจมากที่สุด มีความ  
 พึงพอใจมาก มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจน้อย และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ บทความ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## สรุปผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.72 และเพศชาย ร้อยละ 27.27 สถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 57.5 และโสด คิดเป็นร้อยละ 38.2 มีอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา คือ อายุ 31 - 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.3 และอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.1

อาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นร้อยละ 40.9 พนักงานบริษัทเอกชน เป็นร้อยละ 31.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นร้อยละ 22.7

รายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท เป็นร้อยละ 31.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาท เป็นร้อยละ 22.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท เป็นร้อยละ 18.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท เป็นร้อยละ 13.6

วัตถุประสงค์การเดินทางมาจังหวัดเชียงราย เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน เป็นร้อยละ 51.4 เพื่อการประชุมสัมมนา เป็นร้อยละ 25.7 เพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นร้อยละ 11.4 และเพื่อปฏิบัติงานราชการ เป็นร้อยละ 8.6

มีผู้ร่วมเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-8 คน เป็นร้อยละ 45.5 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 15 คนขึ้นไป เป็นร้อยละ 36.4 และเดินทางมาคนเดียว เป็นร้อยละ 18.1 โดยมีระยะเวลาในการเข้าพัก จำนวน 3 - 5 คืน เป็นร้อยละ 54.5 จำนวน 1 - 2 คืน เป็นจำนวน 27.3 และจำนวน 6 - 8 คืน เป็นร้อยละ 18.2 และจองห้องพักก่อนเข้าพัก เป็นร้อยละ 63.6 ไม่จองห้องพักก่อนเข้าพัก เป็นร้อยละ 36.4



ผู้ใช้บริการทราบข้อมูลหรือรู้จักโรงแรม จากอินเทอร์เน็ต เป็นร้อยละ 39.5 จากญาติหรือเพื่อน แนะนำ เป็นร้อยละ 26.3 และใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ เป็นร้อยละ 18.5 การตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง เป็นร้อยละ 45.5 บริษัท/ ที่ทำงานเป็นผู้จัดหาให้ เป็นร้อยละ 31.8 และผู้ร่วมเดินทางเป็นผู้ตัดสินใจ เป็นร้อยละ 22.7

## 2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการบริการโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าถึงลูกค้า สถานที่จอดรถ กว้างขวาง สะดวกและปลอดภัย ด้านความมีน้ำใจ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้า ด้วยรอยยิ้ม ทำที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินค่าห้องพักของโรงแรม มีความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการให้ข้อมูลที่ถูกต้องทำให้ลูกค้าเชื่อมั่น ในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ ด้านการตอบสนอง พนักงานโรงแรมที่ให้บริการเต็มใจ ที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันทีทันใด ด้านความปลอดภัย (Security) โรงแรม สิ่งก่อสร้าง ทั่วไปอยู่ในสภาพดี สะอาด ปลอดภัย พร้อมไฟส่องสว่างในเวลากลางคืน ด้านการสร้างบริการให้เป็น ที่รู้จัก มีภูมิทัศน์ หรือตกแต่งบริเวณด้านหน้าที่พักพอสมควร สะอาด พร้อมไฟส่องสว่าง ในเวลา กลางคืน

ความพึงพอใจมาก ด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการ มีบุคลิก มารยาท อารมณ์ดี และเป็นมิตร ด้านความสามารถ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการ มีความ ชำนาญ ปฏิบัติงานได้ถูกต้องรวดเร็ว ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โรงแรมมีบริการรับชำระเงินค่าที่พัก หลายวิธี เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น

ผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจด้าน การตอบสนองลูกค้า และการสร้างบริการให้เป็นที่ยอมรับ อยู่ใน ระดับมากที่สุด

## 3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ

จากการศึกษาพบข้อเสนอแนะจากผู้มาใช้บริการ โรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

3.1 ควร มีพนักงานช่วยยกกระเป๋าสัมภาระเวลาเข้าและออก

3.2 ควร มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

## อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการที่เข้าพัก โรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส อายุ 51-60 ปี ประกอบ อาชีพเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาจังหวัดเชียงราย เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน และมีผู้ร่วมเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-8 คน โดยมีระยะเวลาในการเข้าพัก จำนวน 3 – 5 คืน จองห้องพักก่อนเข้าพัก ผู้ใช้บริการทราบข้อมูลหรือรู้จักโรงแรม จากอินเทอร์เน็ต และตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พัก ผู้ใช้บริการเป็นผู้ตัดสินใจเอง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า (Access) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จอดรถ กว้างขวาง สะดวกและปลอดภัย ด้านความมีน้ำใจ (Courtesy) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) โดยให้ความสำคัญ กับระบบการชำระเงินค่าห้องพักของโรงแรมมีความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ (Reliability) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานโรงแรมที่ให้บริการให้ข้อมูลที่ถูกต้องทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานโรงแรมที่ให้บริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันทีทันใด ด้านความปลอดภัย (Security) โดยให้ความสำคัญกับโรงแรมสิ่งก่อสร้างทั่วไปอยู่ในสภาพดี สะอาด ปลอดภัย พร้อมไฟส่องสว่างในเวลากลางคืน และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) โดยให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์ หรือตกแต่งบริเวณด้านหน้าที่พักผ่อนสมควร สะอาด พร้อมไฟส่องสว่าง ในเวลากลางคืน

ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการมีบุคลิก มารยาท อธยาศัยที่ดี และเป็นมิตร ด้านความสามารถ (Competence) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการ มีความชำนาญ ปฏิบัติงานได้ถูกต้องรวดเร็ว และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) โดยให้ความสำคัญกับการบริการรับชำระเงินค่าที่พักหลายวิธี เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น

ในภาพรวมผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) และการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible)

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าโรงแรมพาร์คอินน์ มีการให้บริการเป็นอย่างดี แต่สาเหตุของอัตราการเข้าพักที่ลดลงนั้น อาจเป็นเนื่องมาจากสถานการณ์ทางการเมือง หรือสภาวะทางเศรษฐกิจที่ซบเซา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษารoundต่อไปควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการ ของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในพื้นที่เทศบาลนครเชียงราย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

### รายการอ้างอิง

พรรณวดี พัฒนชัย (2551) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ ภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่

วันทนีย์ สิทธิอ่วม (2555) ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกตามมุมมองของผู้ใช้บริการ คาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2549. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

สมศิริ นิสิตศิริ, 2548, ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่

Shahin, A. (2006). SERVQUAL and model of service quality gaps: A framework for Determining and prioritizing critical factors in delivering quality services. In: Service quality – An introduction. Partha Sarathy V. (Ed.). Andhra Pradesh: ICFAI University Press, 117-131.

Parasuraman A., Zeithaml; Valarie A. and Berry, Leonard L. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." Journal of Marketing. 49, 4(Autum): 41-50.