



การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น

FRONT OFFICE STAFF SERVICE QUALITY ASSESSMENT OF BOUTIQUE HOTEL A CASE STUDY OF SHANGHAI MANSION

วสันต์ กานต์วรรัตน์
วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นและประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก กรณีศึกษา โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน ประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า และผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเรียงลำดับ คือ (1) ด้านความเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) การตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ สะอาดตา (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีการให้ข้อมูลด้านการบริการที่ชัดเจน แม่นยำ และมีเอกสาร (3) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness) พนักงานให้บริการทันทีเมื่อมีการร้องขอและติดตามการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง (4) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) พนักงานให้บริการด้วยความอหฺยาศัยดี สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้ม และมั่นใจในความปลอดภัยของโรงแรม และ (5) ด้านความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) พนักงานมีความตั้งใจที่ให้บริการและเอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวผู้พิการ เด็ก และชรา อย่างไม่เลือกปฏิบัติ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า การประเมินคุณภาพ SERVQUAL โรงแรมบูติก

ABSTRACT

The objective of this research was to examine perceptions and assess service quality of Front Office Staff of Boutique Hotel A Case Study of Shanghai Mansion. There were 25 representatives of this study such as Thai tourists, foreign tourists, Front Office Staff and Front Office Manager. Data were collected via face-to-face interviews. The findings showed that respondents gave high ratings to Front Office Staff of Shanghai Mansion on five dimensions (SERVQUAL) respectively: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy respectively. As for Reliability, the tourists were very satisfied with the reputation and well-recognized image of Boutique Hotel. The hotel staffs were able to provide detailed information on hotel services, room reservation, and tourist attractions. They offer accurate service to the customers. Moreover, tourists were highly satisfied with Assurance dimension of the hotel. The staffs were equipped with their friendly nature, courtesy and smile on faces. The customers were fairly satisfied with the hotel security. Tangible received the highest level of satisfaction as the Guests were very much impressed from the hotel, lobby such as furniture, staff's uniform, as well as the hotel's ambiance. Not only the tourists were very pleased with the uniqueness of the hotel, but also the staffs are extremely proud of it.

In terms of Empathy, the tourists gave moderate rate of satisfaction. The hotel staffs were willing to provide the best service to the guests by taking good care of them, particularly in the area of catering, to the disabled, children, and the elder people. Meanwhile, the tourists gave high rate of satisfaction on Responsiveness as the staffs are always ready to help the guests whenever they needed.

Keywords: Quality Service, Front Office Staff, Quality Assessment, SERVQUAL, Boutique Hotel

บทนำ

หลังจากเหตุการณ์ทางการเมืองได้สิ้นสุดลง ธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครได้กลับมาฟื้นตัว โดยแต่ละโรงแรมต่างใช้กลยุทธ์วิธีในการเรียกนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีกครั้ง แต่คุณภาพบริการของโรงแรมจึงถือเป็นสิ่งสำคัญควบคู่กับความปลอดภัยของ โรงแรมที่สามารถให้กับนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้หลักของการบริการที่มีคุณภาพ 5 มิติ ของพาราสุรามาน เซทแฮล์มและแบร์รี่ (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเชื่อมั่น (Assurance) เป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness) ซึ่งพาราสุรามาน (Parasuraman) เน้นว่าคุณภาพการบริการ คือ ผลของการเปรียบเทียบความคาดหวังของคุณภาพการบริการจากกิจกรรมและความรู้สึกที่รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรม ที่ได้รับนั้นคือ คุณภาพการบริการจึงไม่ใช่แค่การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่บริการแต่ยังรวมถึงกระบวนการ ของบริการอีกด้วย นอกจากนี้พนักงานโรงแรมเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการให้บริการและเป็นปัจจัยหลักในการ ดำเนินธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะพนักงานระดับปฏิบัติการเป็นกระบวนการที่สำคัญในการให้บริการรวมถึง เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้บริการของโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพ คือ การเพิ่ม ศักยภาพของพนักงานให้เป็นบุคคลที่มีความเข้าใจในธรรมชาติของงานบริการ มีความรู้และใจรักในงานบริการ อย่างแท้จริง มีทักษะในการบริหารการจัดการ เทคนิคและจิตสำนึกในการบริการ สิ่งสำคัญของการให้บริการคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการและเพื่อนร่วมงานด้วยตนเอง การพัฒนาพนักงานให้มีใจรักในงานบริการ

และมีประสิทธิภาพสูงในการทำงาน ช่วยช่วยให้โรงแรมสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างยาวนานกว่าคู่แข่ง

โรงแรมบูติก (Boutique Hotel) เป็นโรงแรมหรูขนาดเล็กที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นการให้บริการ และความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งมีแนวโน้มการเจริญเติบโตสูงในอุตสาหกรรมโรงแรมระดับโลก รวมทั้งประเทศไทย ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงแรมบูติก (Boutique Hotel) หลายแห่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสวยงาม และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนประเทศไทยได้ปีละจำนวนมาก ถึงแม้โรงแรมบูติกส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาดเล็ก เน้นการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่การบริการไม่ได้ยิ่งหย่อนไปกว่าโรงแรมใหญ่ๆ เลย เพราะว่าการบริการคือความพิเศษของโรงแรมบูติก โรงแรมส่วนใหญ่มีหลักการแบ่งงานแบบง่าย ๆ คือ พนักงานเบื้องหน้าและพนักงานเบื้องหลัง พนักงานเบื้องหลังส่วนสำคัญอยู่ที่การจัดตารางการทำงานให้ไปติดตามตารางตามระบบ ส่วนงานเบื้องหน้ามีส่วนสำคัญอยู่ที่ “ทัศนคติในการบริการ” โดยทัศนคติแรกที่สำคัญคือ หัวใจบริการ (Service Mind) ทัศนคติที่สอง คือ ใจเขาใจเรา เขาชอบ ไม่ชอบอะไร เขากลับ ไม่กลัวอะไร เขาอยากได้ ไม่อยากได้อะไรก็จัดให้ตามนั้น และทัศนคติที่สาม คือ บรรยากาศสำคัญกว่าทัศนคติ คือ พนักงานหลายคนคิดว่าทัศนคติของตนดีแล้วจึงให้ความสำคัญกับการแสดงออกทำที่เป็นเรื่องจริงเป็นเรื่องที่ผิด เพราะงานเบื้องหน้า สิ่งที่เราเห็นสำคัญกว่าทัศนคติซึ่งมองไม่เห็นการแสดงออก ไม่เฉพาะเรื่องท่าทางและท่าทีเท่านั้น แต่ยังรวมถึง การแต่งตัว ทรงผม กลิ่นปาก บุคลิก การพูดจาอีกด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เยาวภรณ์ เลิศกุลาทามนท์, วนิตา เลิศพิพัฒนานนท์ และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานในสถานประกอบการประเภทโรงแรม รีสอร์ท และ โฮมสเตย์ ในอำเภอ อัมพวา และพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ (2) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Work Art, Program Outlook และ Microsoft PowerPoint (3) ความรู้ด้านวิชาชีพการโรงแรม ได้แก่ งานแม่บ้าน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการแผนกส่วนหน้า นอกจากนี้พนักงานส่วนใหญ่ยังต้องการพัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องจิตวิทยาการบริการ

รัตนภรณ์ ชาติวงศ์, เยาวภรณ์ เลิศกุลาทามนท์ และวนิตา เลิศพิพัฒนานนท์ (2555) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรตามมุมมองของผู้บริหารในสถานประกอบการประเภทรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการบุคลากรที่มีคุณสมบัติและคุณลักษณะ ดังนี้ (1) มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เนื่องจากลูกค้าส่วนหนึ่งที่เข้ามาพักในรีสอร์ทหรือโฮมสเตย์เป็นชาวยุโรปและอเมริกา (2) มีความสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft Word และ Microsoft Excel ซึ่งมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานในปัจจุบัน (3) มีความสามารถด้านทักษะความรู้ด้านวิชาชีพ การโรงแรม ได้แก่ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะการเสิร์ฟอาหารและรูปแบบการบริการ การจัดการภัตตาคารและการจัดเลี้ยง ทักษะการปูเตียงและการเขียนรายงานสถานะห้องพัก นอกจากนี้ผู้บริหารยังต้องการบุคลากรที่มีใจรักการบริการ ขยัน ซื่อสัตย์ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ สามารถให้บริการหรือตอบสนองความต้องการและรับมือข้อร้องเรียนของลูกค้าได้

พัชรภรณ์ ฟองเงิน (2553) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 45 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มาจังหวัดเชียงใหม่และพักที่โรงแรม

อิมพีเรียลแม่ปิง ด้วยเหตุผลเพื่อมาประชุมสัมมนา โดยเดินทางด้วยเครื่องบินและเดินทางมา 7-9 คน ส่วนใหญ่เคยมาพักที่โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1-2 ครั้ง และส่วนมากรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และหน่วยงานต้นสังกัดเป็นผู้ทำการตัดสินใจเลือกโรงแรม โดยจะดำเนินการจองห้องพักล่วงหน้าก่อน และพักระยะเวลา 2 คืน ส่วนมากผู้ให้ข้อมูลจะเข้าพักห้องซูพรีเรีย (Superior Room) สำหรับระดับคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับอยู่ในระดับมากที่สุด และคุณภาพมาตรฐานการให้บริการของพนักงานต้อนรับอยู่ในระดับมาก ข้อเสนอแนะแนวทางในการให้บริการของพนักงานต้อนรับโรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้องมีการปรับปรุง คือ ควรมีการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก (Check in) และการแจ้งออกห้องพัก (Check out) ที่รวดเร็ว โดยจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าได้ พนักงานควรจะให้บริการที่ดีกับผู้ใช้บริการทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติและควรเอาใจใส่รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ และพนักงานของโรงแรมควรพร้อมที่จะให้บริการแก่แขก ผู้มาใช้บริการหรือจะให้บริการและช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอในที่

นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยท่านอื่นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เช่น เขาวรรณ เลิศกุลาทามนท์, วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของรีสอร์ทในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หรือ ประภาส ดันดิพันธุ์พิพัฒน์ (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อการบริการที่พักรายเดือนในเครือโซคซัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือ เจริญพร เพ็ชรกิจ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า กรณีศึกษา KU Home

คุณภาพการบริการ

Zeithaml & Bitner (2000) ได้กล่าวถึง คุณภาพของการบริการว่าลูกค้าประเมินคุณภาพบริการโดยใช้ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถในการบริการตามที่สัญญาไว้อย่างน่าเชื่อถือ ใ่วางใจได้และถูกต้อง การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) พนักงานมีความรู้ มีอริยาสัยและมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) สิ่งนำเสนอทางกายภาพของการบริการ การเข้าใจลูกค้า (Empathy) การเอาใจใส่และให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล และการตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยทันที ปัจจัยนี้เน้นที่ความสนใจและความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้กล่าวถึง คุณภาพบริการ (Service Quality) ว่าเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอน ในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐานทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการ ดังนั้นขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ ปัญหาข้อหนึ่งในการดำเนินธุรกิจบริการ คือ ด้านคุณภาพบริการและแนวทางสร้างคุณภาพในทุกกระบวนการของธุรกิจ ความผิดพลาดไม่สามารถแก้ไขได้ ดังนั้นต้องป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนและเนื่องจาก ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของขบวนการและมีส่วนในการกำหนดคุณภาพของบริการ การเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าจะเป็นพื้นฐานที่จะเข้าใจขบวนการสร้างคุณภาพ นอกจากนั้นคุณภาพของบริการยังเป็นการรวมตัวของหลายหน้าที่ในหลายแผนก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจทุกแผนกขององค์กรด้วย

พาราสุรามาน เซทแฮล์มและเบอร์รี่ (Parasuraman Zeithaml and Berry, 1988) กล่าวว่าไว้ว่าคุณภาพบริการ คือ การรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยการเปรียบเทียบความต้องการความคาดหวัง

กับการบริการที่รับจริงและองค์กรที่ได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการจะต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าซึ่งพาราสุมานและคณะ (Parasuraman, et al, 1994) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า”

งานบริการส่วนหน้าเป็นงานที่ต้องพบปะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักและนักท่องเที่ยวที่แวะสอบถามข้อมูลของโรงแรมตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งพนักงานต้อนรับต้องการทำงานอย่างหนักในการให้บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพราะเป็นแผนกที่ทำรายได้ให้กับโรงแรมเป็นอันดับ 1 ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาใช้บริการนั้นมากน้อยนั้นย่อมขึ้นอยู่กับให้บริการของผู้ให้บริการเช่นกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานและผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้าเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูธิก วิทยาลัย โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูธิก วิทยาลัย โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น
3. เพื่อเสนอแนะแนวการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูธิก วิทยาลัย โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น

กรอบแนวความคิดของการศึกษา

การศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูธิก วิทยาลัย โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น โดยใช้กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
2. ความเชื่อมั่น (Assurance)
3. เป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible)
4. ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy)
5. การตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

(1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ถนนเยาวราช

(2) ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูธิก วิทยาลัย โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ถนนเยาวราช เนื้อหาที่จะศึกษา คือ คุณภาพการให้บริการ มีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ (1) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (2) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) (3) ด้านความเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) (4) ด้านความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และ (5) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness)

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า และผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก วิทยาลัยศึกษา โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก วิทยาลัยศึกษา โรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

1. โรงแรมบูติก (Boutique Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดกะทัดรัดมักมีจำนวนไม่เกิน 100 ห้อง (หรือไม่เกิน 150 - 200 ห้อง) แต่ละห้องอาจมีขนาดไม่ใหญ่ เรียกว่าใช้พื้นที่แบบ “the best out of small spaces” เดิมโรงแรมประเภทนี้ไม่เน้นตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางแบบ Business Traveler หลายแห่งจึงไม่มีห้องประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ แต่เมื่อแนวโน้มของนักธุรกิจที่นิยมเข้าพักในโรงแรมบูติกมากขึ้น โรงแรมเหล่านี้จึงให้ความสำคัญกับบริการและความสะดวกจุดนี้มากขึ้น
2. คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง คุณภาพของการบริการของโรงแรมและมีรูปแบบของการบริการที่สามารถวัดได้โดยใช้มาตราวัดการประเมินคุณภาพของการบริการตามทฤษฎีของพาราสุรามาน, แซทเฮล์มและแบร์รี่ (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988) ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การเชื่อมั่น (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) และการตอบสนองที่รวดเร็วและทันทั่วถึง (Responsiveness)
3. การบริการ (Service) หมายถึง การปฏิบัติรับใช้และอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก
4. พนักงานต้อนรับส่วนหน้า หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ
5. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนในโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น ถนนเยาวราช

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานและผู้จัดการแผนก และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 ท่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแบ่งออกเป็นพนักงานต้อนรับส่วนหน้าจำนวน 9 คน ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า จำนวน 1 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 15 คน การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับพนักงานและผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า และวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยได้กำหนดการสัมภาษณ์ของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Face-to-Face Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เพียงคนเดียว โดยแบบสัมภาษณ์ได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 ข้อคำถามคุณภาพการบริการ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากคำถามปลายเปิดของส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จาก ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 นำมาสรุปวิเคราะห์และอภิปรายผลต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

แหล่งที่มาของข้อมูล	ข้อมูล
1.นักท่องเที่ยว	<p>1.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย</p> <p>เพศชาย 2 คน เพศหญิง 3 คน</p> <p>1.2 เพศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ</p> <p>เพศชาย 4 คน เพศหญิง 6 คน</p> <p>1.3 วัตถุประสงค์ของการมาพัก</p> <p>1.3.1 เพื่อพักผ่อน 1.3.2 เพื่อติดต่อค้าขาย ธุรกิจ 1.3.3 อื่นๆ เช่น ได้บัตรเข้าฟรีจากการชิงโชค เพื่อนให้มาพักแทน เป็นต้น</p> <p>1.4 ทศนคติต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า</p> <p>พนักงานมีความเอาใจใส่แก่ผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของข้อมูลทางท่องเที่ยว แนะนำร้านอาหาร รวมถึงการเอาใจใส่แก่ผู้พิการและเด็กตลอดที่พักอยู่ที่โรงแรมแห่งนี้</p>
2. พนักงานต้อนรับส่วนหน้า	<p>การบริการถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจบริการที่ต้องให้ความสำคัญใส่แก่ผู้มาใช้บริการอย่างเต็มที่ และซื่อสัตย์ ถูกต้องให้มากที่สุด</p>
3. ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า	<p>ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ ยิ่งการบริการมีคุณภาพมากเพียงใดยิ่งทำให้ผู้มาใช้บริการกลับมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น</p>

จากข้อมูลส่วนที่ 1 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน ซึ่งมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมอยู่ในเกณฑ์ดี พนักงานให้บริการอย่างสุภาพอ่อนโยน อธิบายดี ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เรื่องคุณภาพการบริการ

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความเชื่อมั่น (Assurance)	เป็นสิ่งที่จับ ต้องได้ (Tangibles)	ความเข้าใจ เข้าใจ (Empathy)	การตอบสนองที่ รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness)
นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	นักท่องเที่ยวทั้ง 2 ชาติได้เห็นตรงกันว่าความน่าเชื่อถือของโรงแรมอยู่ในระดับดีมากพร้อมกับชื่อเสียงและรางวัลที่โรงแรมได้รับมาทำให้เกิดความเชื่อถือน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น	การที่โรงแรมได้รับรางวัลและเข้าร่วมโครงการปลอดภัยทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของโรงแรมที่มีอุปกรณ์ต่างๆ ทั่วโรงแรม	เป็นที่ยอมรับกันดีว่าไม่เพียงแต่ชื่อเสียงและรางวัลที่ได้รับมา การตกแต่งภายในโรงแรมและห้องพัก รวมถึงเครื่องแบบพนักงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโรงแรม ที่ไม่มีโรงแรมใดเหมือน	เป็นสิ่งที่ยากเข้าใจและเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวได้ทุกคน แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าในระดับดี ซึ่งพนักงานทุกคนในแผนกต้อนรับส่วนหน้าสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมภาษาที่ไม่ใช่ภาษาของพนักงาน	พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีการตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงระบบการจองห้องพักที่มีพนักงานคอยดูแลระบบตลอด 24 ชั่วโมง

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เรื่องคุณภาพการบริการ (ต่อ)

	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความเชื่อมั่น (Assurance)	เป็นสิ่งที่จับ ต้องได้ (Tangibles)	ความเข้าใจ เข้าใจ (Empathy)	การตอบสนองที่ รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness)
พนักงาน ต้อนรับ ส่วนหน้า	โรงแรมได้ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ น่าเชื่อถือในตัว โรงแรม ด้วยชื่อเสียงและรางวัล ที่โรงแรมได้รับ มาขอมการันตริ ให้นักท่องเที่ยว เลือกที่จะพักกับ โรงแรมแห่งนี้ ต่อไป	ไม่เพียงแต่ชื่อเสียงและรางวัล ที่โรงแรมได้รับมานั้น ความ ปลอดภัยของ โรงแรมจัดอยู่ ในพื้นที่ที่มีผู้คน อาศัยเยอะทำให้นักท่องเที่ยว และพนักงานเอง เชื่อมั่นในความ ปลอดภัยได้อย่าง มาก	เห็นได้ว่าการ ตกแต่งของ โรงแรมจะ เน้นบรรยากาศ เหมือนพักอยู่ บ้านของนัก ท่องเที่ยวเพื่อ ให้นักท่องเที่ยวได้พัก ผ่อนอย่างเต็มที่ และมีกิจกรรม ให้ทำตลอด เวลา	ความเข้าใจ เข้าใจของ นักท่องเที่ยว แต่ละคนนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ ยาก ต้องอาศัย ประสบการณ์ การทำงานใน ด้านบริการเพื่อ ให้สามารถเข้าใจ ถึงจิตใจของนัก ท่องเที่ยวได้ว่า ต้องการอะไร	โรงแรมได้ให้ความสำคัญในเรื่องการให้ บริการที่อย่างรวดเร็ว และตอบสนองให้นักท่องเที่ยวได้รับ การบริการและข้อมูล ข่าวสารของโรงแรม อย่างรวดเร็วและทัน ท่วงที
ผู้จัดการ แผนก ต้อนรับ ส่วนหน้า	โรงแรมแห่งนี้ได้เปิดให้ บริการเป็นเวลา 7 ปี ทำให้ ได้รับความไว้วางใจจากนัก ท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งชื่อเสียงของโรงแรมที่ นักท่องเที่ยวได้ มีการบอกต่อกันไป รวมถึง รางวัลที่โรงแรมได้รับมา ขอม การันตริได้ว่า โรงแรมมีความ น่าเชื่อถือมาก	ทางโรงแรมได้ให้ความสำคัญอย่าง ยิ่งในการอบรม พนักงานทุกคน โดยเฉพาะ อย่างยิ่งแผนก ต้อนรับส่วน หน้าที่ต้องพบ นักท่องเที่ยวมาก ที่สุด โดยเฉพาะ ความปลอดภัยที่ พนักงานทุกคน ควรมีความรู้และ ความเข้าใจ เพื่อ ให้นักท่องเที่ยว เกิดความเชื่อมั่น ในความปลอดภัย ที่มาพักโรงแรมนี้	ต้องยอมรับ ว่าไม่เพียง แต่ชื่อเสียง และรางวัลที่ โรงแรมได้รับ มาเท่านั้น การ ตกแต่งโรงแรม ที่เน้นการ ออกแบบในยุค 1930 ทั้งภายใน ห้องพักและ ภายนอก รวมถึง เครื่องแบบ ของพนักงาน ที่ยังคอน เซ็ปต์เดียวกับ โรงแรม เป็น สิ่งที่นักท่องเที่ยว ชื่นชอบ และประทับใจ	การจะให้ พนักงานทุกคน เข้าใจนักท่องเที่ยว ทุกคนนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ ยาก ถ้าพนักงาน นั้นไม่มี ประสบการณ์ เพียงพอ ทำให้เกิด ความท้อ นักท่องเที่ยว แต่ละชาติมี วัฒนธรรม ภาษา ที่แตกต่างกันออกไป	โรงแรมมีนโยบายที่ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ที่รวดเร็วและทัน ท่วงที ไม่เลือกปฏิบัติ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับ นักท่องเที่ยวพนักงาน ต้องแก้ไขให้กับนัก ท่องเที่ยวทันที เพื่อให้ นักท่องเที่ยวพึงพอใจ และประทับใจกับสิ่งที่ พนักงานเอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวทุกเรื่อง

จากข้อมูลส่วนที่ 2 ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอประเด็นสำคัญต่างๆ ตามหลักคุณภาพการบริการ 5 มิติของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ดังนี้

มิติที่ 1 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการสังเกต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมมีความพึงพอใจในด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ไม่เพียงเท่านั้นชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรมยังเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มีนักท่องเที่ยวชาวไทยท่านหนึ่งกล่าวว่า “โรงแรมมีข้อมูลข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์จากสื่อในโรงแรม เป็นสิ่งที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรมและไม่ได้พักในโรงแรมได้ทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์ของโรงแรม” ในขณะที่พนักงานและผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศของนครหรือไม่ใช่ก็ตาม ย่อมอยากได้ข้อมูลที่ถูกต้อง จึงเป็นหน้าที่หลักของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลของโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณโรงแรม รวมถึงการออกเอกสารค่าใช้จ่ายต่างๆ ก็ต้องมีความถูกต้อง แม่นยำมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประภาส ดันติพันธุ์พิพัฒน์ (2549) ที่นักท่องเที่ยวจะมองไปที่โรงแรมจะมีหลักฐานการรับเงินที่ถูกต้องชัดเจน เช่น ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ที่พบว่าปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ พนักงานมีความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และพนักงานให้บริการที่มีความปลอดภัย

มิติที่ 2 ความเชื่อมั่น (Assurance) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการสังเกต ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพ อ่อนโยนตลอดเวลา ความซื่อสัตย์ของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว และความปลอดภัยของโรงแรมที่มีพนักงานต้อนรับส่วนหน้า และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้การดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประภาส ดันติพันธุ์พิพัฒน์ (2549) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากคือ พนักงานที่ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตไม่มีการเรียกร้อยค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และโรงแรมมีความปลอดภัย มั่นคง และซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมศิริ นิสิตศิริ (2548) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยที่มีพนักงานคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง

มิติที่ 3 เป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการสังเกต ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความประทับใจความสวยงามของโรงแรม ล็อบบี้ ที่มีการตกแต่งบรรยากาศให้สอดคล้องกับย่านค้าของนครจีน ได้อย่างลงตัว เช่น เพอร์นิเจอร์ของตกแต่ง เครื่องแบบพนักงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล (2551) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากคือ เครื่องแบบของพนักงาน การตกแต่งของโรงแรมที่มีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

มิติที่ 4 ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการสังเกต ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เนื่องจากการที่จะให้เข้าใจในวัฒนธรรมของแต่ละชาติและภาษาที่ไม่ใช่ภาษาเรานั้นย่อมทำได้ยาก สิ่งเหล่านี้ต้องใช้ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลในการให้บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ แต่มีสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับดีคือ การที่พนักงานพูดจาที่อ่อนโยน สุภาพ และการแสดงออกที่ดี เพื่อต้องการให้เกิดความเข้าใจที่นักท่องเที่ยวพยายามสื่อออกมา เช่น ภาษากาย การเขียนบนกระดาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประภาส ดันติพันธุ์พิพัฒน์ (2549) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่พนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานให้บริการมีการ

แสดงออกที่ดี และให้ข้อมูลที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้าที่เข้าพักและพนักงานที่ให้บริการ ใช้คำพูดที่สุภาพและสื่อสารเข้าใจง่าย

มิติที่ 5 การตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและจากการสังเกต ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับดีมาก พนักงานและผู้จัดการแผนกต้อนรับสามารถให้บริการ และติดตามข้อเรียกร้องได้อย่างรวดเร็ว พร้อมการให้ข้อเสนอแนะในสิ่งที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การตอบ E-mail ก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรรณวดี พัฒนชัย (2551) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก คือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการทันที และพนักงานของโรงแรมมีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอเสมอ และได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของประภาส ดันติพันธุ์พิพัฒน์ (2549) และสมศิริ นิสิตศิริ (2548) ที่พบว่าพนักงานเต็มใจที่ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา และการให้บริการที่รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ (Reliability) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมแห่งนี้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบางคนยังมีการให้ข้อมูลของโรงแรมไม่ชัดเจนหรือไม่มั่นใจในตัวข้อมูลที่ได้อีกกับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เสนอให้ทางโรงแรมมีการจัดอบรมแนะนำโรงแรมสำหรับพนักงานที่เข้าใหม่และพนักงานเก่าให้ทราบถึงสินค้าและบริการของโรงแรมที่มีอยู่ รวมถึงประวัติความเป็นมาของโรงแรม เพื่อให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าทุกคนให้ข้อมูลที่ตรงกัน เพราะเป็นแผนกที่สำคัญของโรงแรมในการขายสินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวต้องสอบถามข้อมูลต่างๆ

2. ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวยังมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัย เนื่องจากพนักงานต้อนรับส่วนหน้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานผู้หญิง อาจเกิดอันตรายได้ง่าย อีกทั้งพนักงานขนสัมภาระก็จะสิ้นสุดการทำงานตอนเที่ยงคืน ในโรงแรมจะเหลือพนักงานทั้งหมด 3 คนรวมพนักงานรักษาความปลอดภัย ผู้วิจัยได้เสนอให้ทางโรงแรมจัดหาพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้มีผู้ชายเข้ามาทำงานให้ส่วนนี้ เพื่อให้ดูแลนักท่องเที่ยวและพนักงานผู้หญิงไม่ให้เกิดอันตรายที่ขึ้น รวมถึงให้ฝ่ายบุคคลจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการป้องกันเกิดอัคคีภัย ศิลปะการป้องกันตัวเองในยามฉุกเฉิน รวมถึงการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวและพนักงานอย่างทั่วถึง

3. ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องของอุปกรณ์ต่างๆ ทั้งในห้องพักและบริเวณล็อบบี้ของโรงแรมได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยได้เสนอให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าช่วยกันดูแลความสะอาดของบริเวณล็อบบี้ ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพพร้อมการใช้งาน รวมถึงการจัดระเบียบของใช้ในพื้นที่ของล็อบบี้ให้เรียบร้อย และรวมถึงมีการจัดอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและอุปกรณ์ดับเพลิงอย่างเพียงพอ

4. ด้านความเข้าใจ (Empathy) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับการแสดงความใส่ใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น การจดจำชื่อของพนักงานที่มาใช้บริการ บ่อย ภาษาของพนักงานที่ใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว น้ำเสียงที่ใช้ในการพูดคุย รวมถึงความแตกต่างในเรื่องของวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นโรงแรมควรมีการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาอื่นอีก 1 ภาษา เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา โดยการสำรวจความต้องการของพนักงานที่จะใช้ภาษาเพิ่ม เช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส เป็นต้น นอกจากนี้ยังควรมีจัดอบรมหลักการให้บริการให้ตรงใจนักท่องเที่ยว เช่น จิตวิทยาการบริการของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค เป็นต้น

5. **ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness)** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวยังคงมีความพึงพอใจต่อจำนวนของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีพนักงานน้อย อาจทำให้เกิดการบริการที่ช้าและไม่สามารถให้บริการได้ทั่วถึงได้ ดังนั้น โรงแรมควรให้ความสำคัญกับจำนวนพนักงานให้มีเพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการที่มากเพิ่มขึ้น อาจจะมีการจัดจ้างพนักงานชั่วคราวแทนพนักงานประจำในช่วงฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักมาก นอกจากนี้พนักงานต้องมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องการดูแลและเอาใจใส่ต่อการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการอบรมพัฒนาพนักงานที่ให้บริการอย่างต่อเนื่องและให้เห็นความสำคัญของการบริการ โดยพนักงานต้องมีความรู้และความเข้าใจในวิธีการบริการที่ดี มีคุณภาพทั้งในด้านการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรี รวมถึงการให้คำแนะนำปรึกษาในด้านต่างๆ และการจัดอบรมเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโรงแรม เพื่อให้พนักงานสามารถนำปรับใช้ได้จริง

บรรณานุกรม

- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ขวัญหทัย สุขสมณะ. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตภา ใหญ่โสมมานัง. (2549). คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- ประภาส ดันติพันธุ์พิพัฒน์. (2549). ความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อการบริการที่พักออาศัยรายเดือนในเครือโซคชัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณวดี พัฒนชัย. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชราภรณ์ ฟองเงิน. (2553). คุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับโรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภาวิณี เต็มดี. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกลุ่ม Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. งานวิจัยและวิเทศสัมพันธ์วิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เยาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์, วนิตา เลิศพิพัฒนานนท์ และรัตนภรณ์ ชาตวงศ์. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของรีสอร์ทในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 พฤษภาคม 2554
- เยาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์, วนิตา เลิศพิพัฒนานนท์ และรัตนภรณ์ ชาตวงศ์. (2555). ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานในสถานประกอบการประเภทโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารการบริการและการท่องเที่ยว ปีที่ 7 ฉบับที่ 7 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2555). สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย) มหาวิทยาลัยสยาม

- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การตลาดการบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตนภรณ์ ชาติวงศ์ , เขาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์ และวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2555). **คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรตามมุมมองของผู้บริหารในสถานประกอบการประเภทรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม.** วารสารกระแสวัฒนธรรม ปีที่ 13ฉบับที่ 24 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2555). มหาวิทยาลัยสยาม
- วีรพงษ์ เถลิ้มจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ.** กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น.
- สมศิริ นิสิตศิริ. (2548). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ดิ อินเทอร์เน็ตชั้นแนวเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สุภัทธา สุขชู. _____. **Boutique Variety & Definition.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :<http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=25028>. (วันที่ค้นข้อมูล : 7 มกราคม 2556).
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. (2548). **จิตวิทยาบริการ.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- A.Parasuraman, Valaria A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. (2008). **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.** [Online]. Available : [http://www.farrellassociates.com.au/Papers/Conceptual%20Model%20of%20Service%20 Quality.pdf](http://www.farrellassociates.com.au/Papers/Conceptual%20Model%20of%20Service%20Quality.pdf). (Access date : March 10, 2013).
- Akan, Perran. (1995). “Dimensions of Service Quality : A Study in Istanbul.” **Managing Service Quality.** 5, 6: 39-43.
- Aldlaigan, Abdullah H. and Buttle, Francis A. (2002). “SYSTRA-SQ: A New Measure of Bank Service Quality.” **International Journal of Service Industry Management.** 13, 4: 362-381.
- Gabbie, Olive and O’Neill, Martin A. (1996). “SERVQUAL and the Northern Ireland Hotel Sector : A Comparative Analysis – part 1.” **Managing Service Quality.** 6, 6: 25–32.
- Juwaheer, Thanika Devi. (2004). “Exploring International Tourists’ Perceptions of Hotel Operations by Using a Modified SERVQUAL Approach – a Case Study of Mauritius.” **Managing Service Quality.** 14, 5: 350–364.
- Kang, Sung-sook ; Okamoto, Nobuyuki and Donovan, Herbert A. (2004). “Service Quality and Its Effect on Customer Satisfaction and Customer Behavioral Intentions: Hotel and Ryokan Guests in Japan.” **Asia Pacific Journal of Tourism Research.** 9, 2 (June): 190-202.
- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management.** 11th ed. New York: Prentice-Hall.