

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

นพวรรณพ ดวงแก้วกุล และ ชวลีย์ ณ ถลาง

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกับแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการกับแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ และ 4) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษที่ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 400 ราย ที่ใช้บริการโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในอเมริกา สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ยังไม่ประกอบอาชีพเพราะโดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติคเพื่อการพักผ่อน เหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติคจากการเดินทางที่สะดวก โดยระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติคอยู่ที่ 3 คืน ช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติค ผ่านทางเว็บไซต์โรงแรม และค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืนอยู่ที่ 501 – 1,000 บาท ทั้งนี้ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ สถานภาพ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติค ด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติค และด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติคของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ในแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ นั้น แผนกต้อนรับส่วนหน้าควรได้รับการพัฒนาด้านทักษะภาษาต่างประเทศ การสร้างหัวใจรักบริการเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าพนักงานมีความพร้อม ความตั้งใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้มาติดต่อไม่ต้องรอนาน นอกจากนี้ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นสัมผัสรับรู้ได้ ต้องมีความทันสมัย สามารถใช้งานได้ รวมไปถึงบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องเรียบร้อยสวยงาม พร้อมสำหรับการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้

คำสำคัญ: พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ โรงแรมบูติค

GUIDELINES FOR SERVICE QUALITY DEVELOPMENT OF BOUTIQUE HOTEL'S FRONT OFFICE DEPARTMENT A STUDY OF CHIANG MAI PROVINCE

Naphannop Doungkaewkool and Chawalee Na Thalang

Faculty College of Management University of Phayao

Abstract

The objective of this study was to study 1) the personal characteristics of tourists using boutique hotel's front office department in Chiang Mai Province, 2) the behaviors of tourists using boutique hotel's front office department in Chiang Mai Province, 3) satisfaction of tourists with the service quality in using boutique hotel's front office department in Chiang Mai Province, and 4) guidelines for service quality development of boutique hotel's front office department a study of Chiang Mai Province. The content validity of English Survey questionnaire was reviewed by experts and implemented to collect data from 400 customers of a boutique hotel in Chiang Mai Province. In addition, the data were statistically analyzed using percentage, mean, and standard deviation, inferential statistics methods on chi-square test.

The results were found that majority of the tourists were single female aged 21-25 living in Asia. Their average employee salary was 15,001-20,000 THB and most of them got the bachelor degree. They selected the easy access Boutique Hotel for relaxing in the average of 3 nights stay. They mostly got the hotel information on the press and focused on the room rate of THB 501-1,000 per night. The satisfaction of tourists toward the service quality in using boutique hotel's front office department in Chiang Mai Province was found at the significant level of 0.05. In addition, customer's different behaviors in using the hotel's service in terms of the trip purposes, result of stay and duration of stay affected the tourist satisfaction toward the service quality in using boutique hotel's front office department in Chiang Mai Province differently at the significant level of .05.

In the development of service quality of the front desk, Boutique Hotel Chiang Mai, receptionist should be developed for foreign language skills. The heart of the service should demonstrate visitors that the staff is ready, willing, enthusiastic to service. In addition, physical appearance must be visible, tangible and modern usable. Moreover the personality of the service staff must be neat and graceful, always ready for service as well as satisfy the tourist's needs.

Keywords: Behaviors of Tourists, Satisfaction, Service Quality, Boutique Hotel

Corresponding Author: Miss Naphannop Doungkaewkool Faculty College of Management University of Phayao E-mail: ms.naphannop293@gmail.com

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่ ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในเมืองแห่งการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยพบจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่รวมถึงผู้มาเยือน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2559 ถึงร้อยละ 2.74 ประกอบกับการเพิ่มจำนวนอัตราการเข้าพักสถานที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2559 ถึงร้อยละ 4.08 (Ministry of Tourism and Sports, 2017) จากแนวโน้มดังกล่าวประกอบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งโรงแรมหรือที่พักทั่วไป ไม่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ จึงเอื้อให้เกิดช่องว่างทางการตลาดของธุรกิจที่พักที่มีขนาดพื้นที่และจำนวนห้องพักจำกัด อาศัยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นพิเศษ มีการจัดการใช้งานพื้นที่ภายในห้องพักได้อย่างลงตัว การบริหารจัดการอาจอยู่ในรูปแบบเจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหาร (Business owners) หรือบริหารด้วยมืออาชีพ (Outsourcing) แต่จะเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ถ่ายทอดผ่านการออกแบบ และตกแต่งให้มีความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวที่ไม่เหมือนใคร และมุ่งให้บริการเฉพาะกลุ่ม ธุรกิจโรงแรม และที่พักประเภทนี้ จึงนิยมเรียกกันว่า “โรงแรมบูติก Boutique Hotel” (Kasikorn Research Center, 2013)

ธุรกิจที่พักแบบบูติกโฮเทล Boutique Hotel ที่เกิดขึ้นใหม่อย่างรวดเร็ว ทำให้โรงแรมมาตรฐาน 4-6 ดาว ต้องเร่งปรับกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ เพื่อธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยแนวคิดของ Kotler and Keller (2006) ได้กล่าวว่า การขายสินค้าให้นักท่องเที่ยวใหม่มีต้นทุนสูงกว่าการขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวเก่า ถึง 5 เท่า ดังนั้นการรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเป็นการรักษานักท่องเที่ยวในระยะยาวให้กับธุรกิจได้อีกด้วย เมื่อนักท่องเที่ยวเก่ามีความพึงพอใจ ความจงรักภักดีต่อองค์กรจะตามมา โดยจะมีการบอกเล่าประสบการณ์การเข้าพัก และใช้บริการให้คนใกล้ชิดรับรู้ ประกอบด้วยปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีในการบอกเล่าประสบการณ์หลังจากการได้ใช้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือบนสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ผู้สนใจในสินค้าหรือบริการนั้นสามารถตัดสินใจผ่านการบอกเล่าประสบการณ์ดังกล่าวได้ (Seri Wong Monta, 2011) โดยการสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ความพึงพอใจ และการถือครองจำนวนนักท่องเที่ยวเก่าที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการใช้จ่ายสูงในการเข้าพักแล้ว ก็จะเป็นหนทางหนึ่งในการรักษารายได้เดิม และเพิ่มหนทางการหารายได้ใหม่จากนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีการบอกต่อ (Word to mouth)

จากปัจจัยข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า จึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ รวมไปถึงการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพักโรงแรมบูติก กรณีศึกษา โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทางวิชาชีพการโรงแรมและการบริการ สามารถนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการใช้จ่ายสูงในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการกับแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้บริการกับแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่
2. ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้บริการแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มประชากรจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างมาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จากการแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ และการสุ่มต่อเป็นลำดับขั้นมากกว่า 1 ระดับ

2. พื้นที่ในการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้ทำการศึกษา โรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง และมีเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม ครอบคลุมด้วย 5 อำเภอ ได้แก่ โรงแรมบูติคในอำเภอเมือง โรงแรมบูติคในอำเภอหางดง โรงแรมบูติคในอำเภอสะเมิง โรงแรมบูติคในอำเภอแมริม และโรงแรมบูติคในอำเภอสันกำแพง

3. ตัวแปรในการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งศึกษาคุณภาพการบริการ SERVQUAL ทั้ง 5 ด้าน และศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นในการถามคำถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเข้าใช้บริการโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในด้านคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยครอบคลุมเนื้อหาคุณลักษณะคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการให้ความเห็นอกเห็นใจแก่ผู้รับบริการ ในการให้บริการตั้งแต่แรกพบจนกระทั่งออกจากโรงแรม จำนวน 25 ข้อ สำหรับลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ แบบลิเคิร์ทสเกล Likert Rating Scale (Wichian Ketasingh, 2002, p.69)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open End)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกทำการเก็บข้อมูลโดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาวิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ที่ใช้บริการในโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth. Interview) ซึ่งเป็นคำถามแบบมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น จำนวน 4 กลุ่ม คือ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน ภาคเอกชน จำนวน 5 คน ตัวแทนชุมชน จำนวน 4 คน และนักวิชาการ จำนวน 2 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) การคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ค่าความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการ จะใช้ Paired Sample t-test ในการคำนวณ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation S.D.) ซึ่งค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยจะถูกคำนวณจากการรวมค่าทั้งหมด และหารด้วยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง

ผลการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์ Chi-square

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ	เพศ		Chi-Square	P-Value
	ผู้ชาย (n = 151)	ผู้หญิง (n = 249)		
	Mean Rank			
Y1	138.39	126.03	2.041	0.153
Y2	139.39	125.16	2.839	0.092
Y3	149.14	119.95	11.004	0.001*
Y4	143.22	123.30	4.819	0.028*
Y5	213.32	192.72	3.786	0.052
Ytot	114.64	122.49	5.306	0.021*

*นัยสำคัญทางสถิติที่.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านอายุ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ	อายุ								Chi-Square	P-Value
	18-20 ปี n = 56	21-25 ปี n = 111	26-30 ปี n = 93	31-35 ปี n = 46	36-40 ปี n = 60	41-45 ปี n = 14	46-50 ปี n = 14	< 51 ปี n = 6		
	Mean Rank									
Y1	134.28	125.80	127.59	132.17	120.00	165.6	167.3	145.2	7.610	0.368
Y2	137.02	128.84	129.45	125.68	124.71	146.7	127.5	192.3	4.671	0.700
Y3	142.44	121.49	130.89	130.70	120.55	191.17	119.9	184.5	13.01	0.072
Y4	130.89	124.63	126.36	125.18	128.05	176.61	146.4	212.6	10.81	0.147
Y5	219.69	188.13	203.78	193.27	199.23	233.2	185.8	223.6	5.972	0.543
Ytot	133.31	124.20	128.52	126.48	123.94	177.8	144.8	203.0	8.846	0.264

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านภูมิสำเนา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
ในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อ คุณภาพการบริการ	ภูมิสำเนา							Chi-Square	P-Value
	Europe n = 52	USA n = 139	East Asia n = 72	South Asia n = 62	South East Asia n = 27	Australia n = 42	Middle East n = 6		
	Mean Rank								
Y1	150.61	135.94	108.02	131.07	116.83	136.50	115.50	9.902	0.129
Y2	151.52	130.56	119.82	133.49	106.06	138.00	104.88	7.631	0.266
Y3	151.41	136.86	115.20	127.07	111.94	135.21	79.00	10.052	0.122
Y4	153.08	124.82	119.68	138.01	124.14	140.25	76.50	8.592	0.198
Y5	202.9	207.28	192.64	197.10	203.3	195.64	172.75	1.679	0.947
Ytot	155.86	132.00	111.30	132.45	113.92	140.88	90.12	9.561	0.144

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านภูมิสำเนา ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
ในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการ บริการ	สถานภาพ			Chi-Square	P-Value
	โสด n = 273	สมรส n = 105	หย่าร้าง n = 22		
	Mean Rank				
Y1	126.41	144.80	111.53	25.038	0.008*
Y2	129.14	137.48	113.77	1.721	0.423
Y3	129.54	135.39	118.90	0.828	0.661
Y4	127.86	141.44	110.27	3.184	0.204
Y5	197.46	207.23	206.07	0.755	0.686
Ytot	127.03	114.90	103.83	24.921	0.009*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อ คุณภาพการบริการ	ระดับการศึกษา						Chi-Square	P-Value
	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ประกาศนียบ ัตรวิชาชีพ	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก		
	n = 21	n = 93	n = 85	n = 99	n = 69	n = 33		
	Mean Rank							
Y1	132.50	133.34	122.68	116.54	150.64	140.64	8.190	0.146
Y2	134.00	133.41	126.33	119.88	144.64	132.75	3.880	0.567
Y3	137.64	133.99	122.11	120.18	142.01	144.32	4.800	0.441
Y4	148.57	140.02	131.29	114.51	135.46	127.09	5.545	0.353
Y5	223.69	213.83	179.70	199.44	201.28	203.30	6.168	0.290
Ytot	141.79	138.19	124.53	114.57	145.72	132.64	6.098	0.297

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 6 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อ คุณภาพการบริการ	อาชีพ					Chi-Square	P-Value
	นักเรียน	พนักงานของรัฐ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	รัฐวิสาหกิจ		
	n = 106	n = 77	n = 100	n = 49	n = 68		
	Mean Rank						
Y1	129.64	135.14	132.15	121.27	131.86	1.005	0.909
Y2	135.27	131.35	128.68	119.11	134.93	1.600	0.809
Y3	134.06	130.09	127.05	123.85	136.55	1.044	0.903
Y4	128.52	130.03	130.73	138.39	126.91	0.634	0.959
Y5	21.238	201.73	171.78	206.71	218.34	11.488	0.022*
Ytot	131.43	130.73	126.89	130.08	134.65	10.303	0.032*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 7 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

		รายได้ต่อเดือน						
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อ คุณภาพการบริการ	ไม่เกิน 10,000 n = 30	10,001- 15,000 n = 93	15,001- 20,000 n = 118	20,001- 25,000 n = 45	25,001- 30,000 n = 56	มากกว่า 30,000 n = 53	Chi- Square	P-Value
Mean Rank								
Y1	130.81	141.03	114.91	135.19	141.51	131.90	6.998	0.221
Y2	147.67	139.57	119.19	131.31	143.26	113.02	7.890	0.162
Y3	123.26	136.30	124.20	135.31	143.58	118.91	3.721	0.590
Y4	120.98	133.16	124.46	134.02	139.89	132.60	1.828	0.872
Y5	195.13	214.48	192.52	188.37	194.28	212.37	4.150	0.528
Ytot	129.90	138.66	120.04	133.27	142.08	124.81	3.420	0.636

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์ Chi-square

ตารางที่ 8 แสดงลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติค ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการ บริการ	วัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติก				Chi-Square	P-Value
	เพื่อการพักผ่อน	เพื่อติดต่อธุรกิจ	เพื่อเยี่ยมญาติ	เพื่อการศึกษา		
	n = 241	n = 76	n = 69	n = 14		
	Mean Rank					
Y1	128.97	140.00	122.72	143.89	12.064	0.045*
Y2	129.46	138.00	130.52	106.67	21.757	0.024*
Y3	127.60	135.34	141.50	97.39	3.853	0.278
Y4	134.65	126.54	126.21	102.94	2.252	0.522
Y5	195.35	211.36	207.73	194.57	1.845	0.605
Ytot	129.07	135.95	132.53	144.28	26.789	0.008*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติค ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 9 แสดงลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติก ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพ การบริการ	เหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติก								Chi-Square	P-Value	
	การบริการ ที่ดี	การเดินทาง สะดวก	ความคิดเห็น ในเว็บไซต์	ห้องพักมี การตกแต่ง สวยงาม	โรงแรมมี เอกลักษณ์ เฉพาะตัว	สิ่งอำนวยความสะดวก ครบครัน	บรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม	ราคาคู่แข่ง เหมาะสม กับการบริการที่ ส่งมอบ			
	n = 49	n = 123	n = 55	n = 65	n = 11	n = 45	n = 22	n = 30			
	Mean Rank										
	Y1	130.4	134.20	135.6	123.1.	124.00	116.6	116.6			154.9
	Y2	151.3	129.54	121.16	134.9	82.43	125.6	126.1			135.9
Y3	143.6	137.0	115.9	121.7	94.50	138.7	124.2	135.5	26.788	0.014*	
Y4	141.13	135.12	126.7	130.0	91.71	123.4	121.3	135.1	3.897	0.792	
Y5	197.0	199.0	180.7	202.0	203.27	219.2	183.8	227.7	6.331	0.502	
Ytot	138.6	134.42	122.4	128.8	94.71	130.0	114.5	143.0	53.699	0.001*	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติก ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 10 แสดงลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติก ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการ	ระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติก					Chi-Square	P-Value
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	> 4 คืน		
	n = 241	n = 76	n = 69	n = 14			
	Mean Rank						
Y1	68.00	131.68	118.96	153.24	151.61	26.751	0.000*
Y2	97.00	125.63	129.02	141.35	142.06	15.245	0.036*
Y3	109.59	123.94	131.52	122.61	152.84	6.649	0.156
Y4	111.77	130.21	129.43	120.27	147.79	4.065	0.397
Y5	188.00	189.78	204.80	193.53	218.81	3.956	0.412
Ytot	91.32	126.67	128.51	131.19	152.06	20.752	0.015*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติก ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 11 แสดงลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติค ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการ บริการ	ช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติก										Chi-Square	P-Value		
	หนังสือพิมพ์	การบอกเล่า	เว็บไซต์โรงแรม	สื่อสังคมออนไลน์	นิตยสารเพื่อท่องเที่ยว	แผ่นพับประชาสัมพันธ์	คู่มือแนะนำการท่องเที่ยว	ผ่านตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว	บริษัทผู้ให้บริการสำรองห้องพัก					
	n = 15	n = 38	n = 72	n = 39	n = 71	n = 42	n = 21	n = 67	n = 35					
	Mean Rank													
	Y1	166.60	108.88	120.79	133.78	129.48	113.61	135.19	146.28	147.64			12.016	0.151
	Y2	126.70	114.32	123.26	124.85	121.36	131.36	144.91	142.12	144.41			4.994	0.758
Y3	130.30	101.14	114.22	121.02	129.59	147.43	126.75	150.50	151.59	14.186	0.077			
Y4	137.80	101.28	132.98	138.19	121.54	124.38	141.78	140.38	146.45	8.078	0.426			
Y5	187.00	184.5.1	195.66	190.35	182.40	218.93	185.86	231.34	208.56	11.901	0.156			
Ytot	139.50	102.52	122.07	128.44	125.05	130.45	137.78	149.87	150.55	8.929	0.348			

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติค ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 12 ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืน ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพการบริการ	ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืน						Chi-Square	P-Value
	ไม่เกิน 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท	2,500 บาท ขึ้นไป		
	n = 37	n = 164	n = 98	n = 32	n = 45	n = 24		
	Mean Rank							
Y1	126.50	133.40	129.38	118.33	132.52	135.1	1.099	0.954
Y2	120.00	136.55	126.29	122.21	133.93	130.2	2.070	0.839
Y3	122.42	142.62	125.95	103.18	125.60	128.8	7.442	0.190
Y4	134.98	139.77	130.82	103.00	113.43	129.2	6.822	0.234
Y5	198.34	212.80	168.56	153.11	198.57	205.8	9.486	0.091
Ytot	124.90	141.50	127.28	106.45	122.71	127.5	5.050	0.410

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืน ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี ภูมิลำเนาส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาในสหรัฐอเมริกา สถานภาพมีโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้าน เพศ สถานภาพ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับ ส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวเพศหญิง อาจจะมีความต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการต่างๆ รวมไปถึงการใช้บริการโรงแรม ซึ่งแผนกต้อนรับ ส่วนหน้าเป็นส่วนแรกที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้เมื่อมาถึงโรงแรม นักท่องเที่ยวหญิงจึงอาจจะคาดหวังถึงคุณภาพ การให้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเพศชาย รวมทั้งในเรื่องของสถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกันอาจเนื่องด้วยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด อาจไม่ได้ต้องการการต้อนรับที่ เป็นขั้นตอนมากเท่านักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือสมรสแล้ว รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละอาชีพย่อมต้องการมีความต้องการในการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ตามความเคยชินในชีวิตประจำวัน ด้วยเช่นกัน ดังนั้นแล้วจึงทำให้ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ สถานภาพ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของเมทินี วงศ์ธรรวัฒน์ (Maytini Wongtharawat, 2007) ได้ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า โรงแรมระดับ 5 ดาวในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่มีเพศ และประเภทของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการต่อการ ให้บริการด้านการสำรองห้องพักโดยรวมแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ให้บริการชาวต่างชาติที่มีเพศ และประเภท ของผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการต่อการให้บริการด้านการเข้าพักโดยรวมแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติก เพื่อการ พักผ่อน เหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติก เนื่องจากการเดินทางสะดวก โดยระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติก 3 คืน ช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติก ผ่านทางเว็บไซต์โรงแรม และค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืน 501 – 1,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการ เข้าพักโรงแรมบูติก ด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติก และด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติก ของ นักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรม บูติกจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้าน ช่องทางการค้นหาข้อมูลของโรงแรมบูติก และด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่อคืนของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติก จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติก ด้านเหตุผลในการ

เลือกโรงแรมบูติค และด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติค เป็นสิ่งสำคัญในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติค เนื่องจากโรงแรมบูติคอาจมีข้อจำกัดในหลายๆ ด้านที่ไม่เหมือนโรงแรมระดับ 4-6 ดาว ซึ่งแม้โรงแรมบูติคจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่พักขนาดเล็ก-ขนาดกลาง (แบ่งตามจำนวนห้องพัก) แต่ยังมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ แยกออกเป็นแผนกตามหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเห็นได้ชัด โดยแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเป็นแผนกที่จัดอยู่ในส่วนการสร้างรายได้ (revenue center) ของโรงแรม เพราะเกี่ยวข้องกับการขายห้องพัก ซึ่งเป็นบริการหลักของธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้แผนกบริการส่วนหน้ายังเป็นแผนกแรกสุดที่แขกที่พักอยู่ในโรงแรมและบุคคลภายนอกโรงแรมต้องเข้ามาติดต่อประสานข้อมูล เป็นแผนกที่ให้บริการครอบคลุมตั้งแต่การเปิดประตูรถ ขนกระเป๋า เปิดประตูโรงแรม ต้อนรับ รับลงทะเบียน ออกกุญแจห้องพัก ให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการรับชำระเงินและรับคืนห้องพัก (Tharithip Taki, 2006) ดังนั้นแล้วหากนักท่องเที่ยวบางท่านคาดหวังถึงการบริการบางอย่างที่เหมือนโรงแรม 4-6 ดาว โรงแรมบูติคจึงอาจจะไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในส่วนนั้นๆ ของนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมบูติคจึงเป็นนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หรือเหตุผล รวมไปถึงระยะเวลาในการเข้าพักที่ชัดเจน และเหมาะสมกับการให้บริการของโรงแรมบูติค จึงทำให้ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติค ด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติค และด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติค ของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของธนกฤต สังข์เฉย (Thanakrit Sangchao, 2011) ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพักโรงแรมบูติค ด้านเหตุผลในการเลือกโรงแรมบูติค และด้านระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมบูติคของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความภักดีและความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก โดยเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเห็นอกเห็นใจแก่แขกมากที่สุด รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ ถัดมาด้านการตอบสนองความต้องการแขก ถัดมาด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่แขก ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่า พนักงานผู้ให้บริการแผนกต้อนรับส่วนหน้าควรมีการดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจและให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละคนที่มีความต้องการแตกต่างกัน โดยต้องมีความสามารถในการให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ได้ให้ไว้กับลูกค้า โดยให้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าพนักงานมีความพร้อม ความตั้งใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการได้อย่างทันท่วงทีรวมทั้งต้องมีการกระจายการบริการให้มีความทั่วถึงรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เข้าถึงง่ายและสะดวกสบาย นอกจากนี้ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นสัมผัสได้และรับรู้ ต้องมีความทันสมัยสามารถใช้งานได้ รวมไปถึงลักษณะภายนอกของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องเรียบร้อยสวยงาม พร้อมสำหรับการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของสมวงศ์ พงศ์สถาพร (Somwong Pongathaporn, 2007) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการบริการ ซึ่งหากอยู่

ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของสันสนีย์ สิปิมขัต (Sansanee Siphimpol, 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาตระดับ 4-5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเครือต่างชาตนั้นอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงทุกด้าน และสอดคล้องกับการศึกษาของศุภลักษณ์ สุริยะ (Supaluck Suriya, 2013) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติค กรุงเทพมหานคร ผลของงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวอาเซียน ยังมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการสูงสุด และมีการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจสูงสุด แต่เมื่อมีการคำนวณค่าความแตกต่างหรือช่องว่างของทั้ง 5 คุณลักษณะตามหลักคุณภาพการบริการแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าการรับรู้ในทุกด้าน โดยช่องว่างที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรก คือ คุณลักษณะด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอาเซียน

ในปัจจุบันพบว่า อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในระดับประเทศและนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นองค์ประกอบหลัก ประกอบกับความมีมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เป็นมิตร ยิ้มง่ายและมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันทรงคุณค่าของชาวล้านนาที่ยังคงสืบทอดต่อกันมาอย่างเหนียวแน่น ทำให้แนวโน้มในอนาคต คาดว่าธุรกิจที่พักโรงแรมแบบบูติคจะมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เนื่องด้วยโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาสะท้อนผ่านตัวต่นที่ชัดเจนจากการออกแบบโครงสร้างอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการบริการของพนักงาน ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ โดยพนักงานที่ได้รับการพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่องทั้งด้านทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทักษะการเข้าใจเข้าถึงผู้ใช้บริการ รวมไปถึงบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องเรียบร้อยสวยงาม พร้อมสำหรับการให้บริการอยู่เสมอ จะทำให้การบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติคจังหวัดเชียงใหม่ สามารถพัฒนาศักยภาพพร้อมที่จะสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงการสร้างหัวใจรักบริการ เพื่อแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความพร้อม ความตั้งใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้มาติดต่อไม่ต้องรอนาน นอกจากนี้ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของโรงแรมบูติค จังหวัดเชียงใหม่ ต้องยังคงสามารถแสดงให้เห็น สัมผัสรับรู้ได้ความทันสมัยสามารถใช้งานได้จริง นอกเหนือจากนั้นควรมีการร่วมกันของฝ่ายบริหารโรงแรมในการกำหนดสร้างมาตรฐานตรวจสอบการปฏิบัติของแผนกต้อนรับส่วนหน้า ที่เรียกว่า SOP (Standard Operation Procedure) และทางผู้ใช้บริการ ในการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค ผ่านการตอบแบบสอบถาม การแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อออนไลน์ ตัวแทนรับจองห้องพัก เว็บไซต์โรงแรม หรือการประเมินจากเครื่องมือแบบสอบถามของทางโรงแรมบูติค เพื่อพัฒนาการให้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า ให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ

นักท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ภาครัฐมีการให้การสนับสนุนส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ภาคประชาชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและประชาชน ชุมชนในพื้นที่โรงแรมบูติคและในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความร่วมมือช่วยเหลือดูแลให้นักท่องเที่ยวในการบอกทาง แนะนำแหล่งท่องเที่ยวแหล่งที่พัก การจำหน่ายซื้อของท้องถิ่นจนนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นมิตร

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรของพนักงาน โดยควรให้พนักงานแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อย นอกจากนี้แล้วบริเวณรับรองส่วนหน้า (Lobby) ต้องมีความสะอาด มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัยในการรองรับการลงทะเบียนห้องพัก และมีการตกแต่งสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมบูติค รวมทั้งควรมีการเพิ่มช่องทางในการติดต่อใช้บริการ เช่น Website, Line office, Facebook
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในบริการ ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ การดำเนินการด้านเอกสารของแขกต้องไม่ผิดพลาด พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้กับผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้แก่พนักงาน
3. ด้านการตอบสนองความต้องการแขก ควรให้ความสำคัญกับการมีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการแขก เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของแขกได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหน้าที่หนักของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าคือ ระบบการลงทะเบียนห้องพัก (Check in, Check out) ที่ต้องทำได้รวดเร็ว ซึ่งหากเกิดปัญหาก็พนักงานต้องให้ความใส่ใจ กระตือรือร้นในการแก้ปัญหา
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่แขก ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานที่ต้องมีไมตรีจิตที่ดี สุภาพอ่อนโยน มีข้อมูลเพียงพอในการตอบคำถามผู้ให้บริการ สามารถให้คำชี้แจงค่าบริการอย่างถูกต้อง ภายใต้งานปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการ รวมทั้งพนักงานต้องรักษาความเป็นส่วนตัวของแขกได้เป็นอย่างดี
5. ด้านการให้ความเห็นอกเห็นใจ ควรให้ความสำคัญกับการแสดงความใส่ใจผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถให้บริการได้ทันที เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการ โดยสิ่งสำคัญคือพนักงานต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นกับแขกได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้จะมีข้อจำกัดในด้านกรณีตัวอย่างที่ใช้ที่เป็นแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติคจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้เรื่องการให้บริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติคที่กว้างขวางขึ้นต่อไป
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะจิตของลูกค้า หรือแรงจูงใจที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมบูติค เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อที่พักในรูปแบบอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว คนในชุมชน การให้บริการของหน่วยงานภาคเอกชนและการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ

References

- Kasikorn Research Center. (2013). *Boutique hotel: A new type of accommodation that is currently*. Retrieved from URL:<http://www.ksmecare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>.
- Kotler, P. and Keller, K. (2006). *Marketing management*. (12th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Maydini Wongtharawat. (2007). *Guidelines for enhancing service quality of front desk staff, 5-Star Hotels in Bangkok*. (Master's thesis), Suan Dusit Rajabhat University.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). *Analysis and summary of tourism situation in Chiang Mai Province*. Retrieved from http://164.115.25.139/mischm2018/analysis/5.2_Travel_analyze.pdf.
- Sansanee Siphimpol. (2013). *Tourist satisfaction with quality providing services for 4-5 star hotels in Bangkok*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Seri Wongmonta. (2011). *Consumer behavior analysis*. Bangkok: Thira Film and Cytex.
- Somwong Pongsathaporn. (2007). *Non-secret service marketing tips*. (2nd ed.). Bangkok: UBCL Books.
- Supaluck Suriya. (2013). *Guidelines for improving the service quality of the hotel front desk to support asean tourists case study: Boutique hotel Bangkok*. (Master's thesis), National Institute of Development Administration.
- Thanakrit Sangchao. (2011). Service quality analysis of the guesthouse industry in Thailand. *Srinakharinwirot Business Administration Journal*, 3(2), 1-21.
- Tharithip Taki. (2006). *Hotel front office management*. Bangkok: SE-EDUCATION.
- Wichian Ketasingh. (2002). *Statistical Analysis for Research*. (5th ed). Bangkok: Chulalongkorn University.

Received : 19 July, 2018

Revised : 21 September, 2018

Accepted : 4 October, 2018