

ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ
เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Thai Customers Satisfaction Towards The Y Residence's Services
Quality in Maung District, Chiang Mai

ทัตดาว ถาวรวงษ์*

Thatdoa Taworawong

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์การเข้าพักคือ ท่องเที่ยวและติดต่อธุรกิจ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแยกเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือท่องเที่ยว 200 รายและติดต่อธุรกิจ 200 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบ t-test

ผลการศึกษาพบว่า มีจำนวนเป็นเพศชายเท่ากับเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงของวัยรุ่นและวัยทำงานนั้นคือช่วงอายุ 21 - 40 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนและรายได้ประจำต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่เข้าพักที่เดอะ วาย เรสซิเดนซ์เป็นระยะเวลา 2 - 3 คืน มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง ทราบข้อมูลของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์จากการแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก มีช่องทางการติดต่อจองห้องพักทาง Call Center/ทางโทรศัพท์เป็นหลัก เลือกใช้บริการห้องพักประเภท Deluxe และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การเข้าพักคือท่องเที่ยวและติดต่อธุรกิจมีจำนวนเท่ากัน

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีระดับความพึง

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ, Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Payap University

พอใจมากที่สุดในระดับของห้องพักและอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องพักมีความสะอาด ด้านความไว้วางใจได้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดในระดับของมาตรฐานในเรื่องความสะอาดทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วโดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในระดับของการให้บริการที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง ด้านการให้ความมั่นใจมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นของภายในอาคารที่พักรมอุปกรณ์ป้องกันภัยที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจเมื่อมาใช้บริการ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นของพนักงานสามารถตอบข้อซักถามด้วยถ้อยคำที่สุภาพและรับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ คุณภาพการบริการ

Abstract

The objective of this research was to study Thai customers' satisfaction towards services provided by The Y Residents Chiangmai and to analyze Thai customers' satisfaction on service quality of The Y Residents, Chiangmai base on different staying purposes which were business and traveling. The study of Thai customer satisfaction based on Quantitative Research. The population that has been studied were the Thai customers who have stayed in The Y Residents Chiangmai and the sample data were random picked specifically on some groups which made 400 persons. The research methodology was done using questionnaire papers, the group was broken down into the following mentioned criteria which were 200 persons for traveling purpose and the other 200 persons for business purpose. The statistics were analyzed from frequency, percentage, rating scale, mean and S.D. Hypothesis testing using inferential statistics on the 2 groups was done by t-testing.

The results of this research study showed the equal number of male and female customers. Mainly were working-class young adults in their 21-40 years old, mostly were married with the highest education level of a bachelor degree. They were working for corporate companies, earning a monthly income of 10,001-20,000 baht. Most of the customers stayed in The Y Residents Chiangmai with a duration of 2-3

nights. They were from the central region and find out about The Y Residents Chiangmai from word of mouth of friends/relatives/acquaintances. Booking and enquiries were mainly done through Call Center and over the phone, the most selected room option was Deluxe . The result of visiting purposes were are for business and traveling also shown equivalent.

The research results of Thai customers satisfaction on service quality provided by The Y Residents Chiangmai showed that the tangible service aspect was rated most satisfied in terms of room accommodated and cleanliness such as towels, bedsheets, pillow cases and toiletries to name a few. The customers were highly satisfied and trusted in hygiene provided. The services were rated highly satisfied as they were prompt and efficient for example the check in/check out process. The safety wise was also rated highly satisfied as the buildings are equipped with trustable safety equipments Staffs and personnels were polite, mindful and knowledgeable; rated as highly satisfied.

Key words: Satisfaction, The Y Residence, Services Quality

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมายและเป็นจังหวัดที่คนในประเทศไทยและคนต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยว คนไทยจากภูมิภาคอื่นๆ นิยมมาสัมผัสอากาศหนาวและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อีกทั้งเทศกาลต่างๆ เช่น งานประเพณีลอยกระทง งานประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น สามารถทำให้ได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มากมาย การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2557 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 7.52 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่คิดเป็นมูลค่าประมาณ 62,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557: ระบบออนไลน์) ซึ่งจากการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวนี้จึงทำให้นักลงทุนเล็งเห็นถึงความต้องการใช้บริการห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านที่พักและการบริการต่างๆได้มากขึ้น

จากความต้องการใช้บริการห้องพักของนักท่องเที่ยวหรือคนที่มาติดต่อธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวกับที่พักอาศัยมากมาย เช่น โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ รีสอร์ท หอพัก เกสเฮ้าส์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เช่นการแข่งขันทางด้านราคา รูปแบบ การตกแต่ง การสร้างความประทับใจในเรื่องการให้บริการ ทำเลที่ตั้งที่สะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ (เชียงใหม่นิวส์, 2558: ระบบออนไลน์)

เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการรายเดือนและรายวัน มีห้องพักทั้งหมด 56 ห้อง ห้องพักรายวัน 31 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 55 และห้องพักรายเดือน 25 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 45 โดยรายได้หลักของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์มาจากกลุ่มลูกค้ารายวันคิดเป็นร้อยละ 65 และรายได้รองจะมาจากกลุ่มลูกค้ารายเดือนคิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนราคาจะขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลา Low season และ High Season แต่ราคาจะสูงกว่าคู่แข่งในพื้นที่เล็กน้อยเนื่องจากความใหม่ทั้งตัวอาคาร และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ อีกทั้งการออกแบบที่สวยงามสไตล์โมเดิร์นที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง มีการออกแบบห้องพักที่มีความทันสมัยและเป็นสัดส่วน เช่น มีที่สำหรับนั่งทำงาน อ่านหนังสือ มุมพักผ่อนชมวิว เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เพื่อเพิ่มทางเลือกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ จึงเห็นถึงความสำคัญของการรักษาลูกค้าเดิม ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของลูกค้ารายใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจที่มาใช้บริการ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ ดังนั้นการวัดคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าและจะทำให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม เดอะ วาย เรสซิเดนซ์จึงจำเป็นที่จะต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อสามารถที่จะก้าวทันความเปลี่ยนแปลงและสามารถที่จะพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาตามที่เสนอข้างต้น จึงนำไปสู่ความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ช่วยให้มองเห็นถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้นและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. สมมติฐานการวิจัย

H_0 : ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่มีต่อการใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ ไม่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก

H_1 : ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่มีต่อการใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการห้องพักของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณแบบทราบจำนวนประชากร Taro Yamane อ้างถึงใน ณภัทร ธีรสิริกุล (2556:14) กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะและคำแนะนำต่างๆที่พบจากการใช้บริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์

4.3 การทดสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรง (Content Validity) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการและสาระสำคัญที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการสร้างแบบวัดความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิ

เดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยรวมทั้งนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากที่สุดและนำเสนอแบบสอบถามความพึงพอใจให้กรรมการและที่ปรึกษาพิจารณาเพื่อให้ข้อเสนอแนะและแก้ตามคำแนะนำ

2. การทดสอบล่วงหน้า (Pretest) นำแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มาทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 40 รายเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อความเพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะใช้สำรวจข้อมูลจริง

3. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามและใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อให้ได้ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทดสอบแบบ Cronbach's Alpha ซึ่งต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าน่าจะเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค อยู่ที่ 0.789 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อมั่นสูง

4.4 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน-สิงหาคม พ.ศ. 2558

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี โดยการค้นคว้าเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำราทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสถิติรายงานต่างๆ จากระบบออนไลน์ของเอกชน

4.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้เครื่องมือทางสถิติคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามคือ ความถี่ (Frequency) และ ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ข้อมูลของความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นระดับความคิดเห็นโดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ 5 พึงพอใจมากที่สุดลงไปถึง 1 ซึ่งน้อยที่สุด ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่พบจากการใช้บริการคือ ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิง

อนุมานจำแนกตัวแปร 2 กลุ่มโดยการทดสอบโดยใช้ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และนำผลการวิเคราะห์เสนอในรูปแบบพรรณนา

5. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามในส่วนของคุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ประจำเดือน ซึ่งผลการวิจัย เพศ มีจำนวนเป็นเพศชายเท่ากับจำนวนเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสเป็นจำนวนมากที่สุด มีการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด อาชีพเป็นพนักงานเอกชนเป็นจำนวนมากที่สุด และมีรายได้ในช่วง 10,000 - 20,000 บาท จำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามในส่วนของคุณลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ระยะเวลาในการเข้าพักเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ ภูมิลำเนา การทราบข้อมูลของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ ช่องทางการติดต่อจองห้องพัก ประเภทห้องพักที่เลือกใช้บริการและวัตถุประสงค์การเข้าพัก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาในการเข้าพักเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ จำนวน 2 – 3 คืน มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยผู้มาใช้บริการมีภูมิลำเนาภาคกลางมีจำนวนมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 37.50 และรองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ การทราบข้อมูลของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์จากการแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 39.25 ประเภทห้องพักที่เลือกใช้บริการมีการเลือกใช้บริการห้องประเภท Deluxe มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 49.75 และรองลงมาห้องแบบ Studio และห้องแบบ Grand Deluxe ตามลำดับ วัตถุประสงค์การเข้าพักคือท่องเที่ยวและ ติดต่อธุรกิจมีจำนวนเท่ากัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้บริการ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว การให้ความมั่นใจ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibles) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ห้องพักและอุปกรณ์มีความใหม่พร้อมใช้งาน ห้องพักรับสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนเช่น ทีวี ตู้เย็น แอร์ เครื่องทำน้ำอุ่น และห้องพักและอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องพักรับความสะดวกเช่น

ผ้าเช็ดตัว ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน สุขาภัณฑ์ เป็นต้น และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องห้องพักและบรรยากาศโดยรวมมีการตกแต่งอย่างสวยงามตามสไตล์โมเดิร์น

ความไว้วางใจ (Reliability) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือเรื่องมาตรฐานในเรื่องความสะอาดทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจ และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ พนักงานสามารถอธิบายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับห้องพักได้อย่างถูกต้อง ลูกค้าได้รับบริการตรงตามที่บริษัทเสนอขายเช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพัก ที่จอดรถ อาหารเช้า เป็นต้น พนักงานให้บริการอย่างเอาใจใส่และให้บริการด้วยความเต็มใจ และราคาของห้องพักตรงตามที่โฆษณาไว้ตามสื่อต่างๆ

การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งได้แก่ การให้บริการมีความรวดเร็วและถูกต้องเช่น การCheck in และ Check out เป็นต้น พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอด24ชั่วโมง พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ในทันทีเช่น การซ่อมแซมอุปกรณ์ในห้องพัก ลิฟต์ พนักงานยกกระเป๋า เป็นต้น และมีพนักงานเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การให้ความมั่นใจ (Assurance) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การเก็บค่าใช้จ่ายมีความถูกต้องและเที่ยงตรง ระบบรักษาความปลอดภัยทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเช่น ที่จอดรถ ทางเดินภายในอาคารที่พัก เป็นต้น และภายในอาคารที่พักมีอุปกรณ์ป้องกันภัยที่ช่วยให้ท่านรู้สึกมั่นใจเมื่อมาใช้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด ถังดับเพลิง สัญญาณเตือนอัคคีภัย เป็นต้น และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือเรื่อง การให้บริการของพนักงานทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจ เช่น การรักษาความลับของลูกค้า ความซื่อสัตย์ของพนักงาน เป็นต้น

การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีความตั้งใจต่อการบริการเป็นอย่างดี และ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามด้วยถ้อยคำที่สุภาพและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อหรือการเข้าถึงการบริการ การบริการมีความตรงต่อความต้องการของลูกค้า และพนักงานสามารถจำลูกค้าที่มาใช้บริการได้

การศึกษาครั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ และรองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ และการให้ความมั่นใจ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานหลักว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ ที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักซึ่งได้แก่ ห้องเที่ยวและทำธุรกิจแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งจากสมมติฐานหลักดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่แตกต่างกัน

Ho: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่แตกต่างกัน

พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 : ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจที่แตกต่างกัน

Ho: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจที่แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 3 : ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วที่แตกต่างกัน

Ho: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วที่แตกต่างกัน

พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 4 : ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจที่แตกต่างกัน

Ho: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจที่แตกต่างกัน

พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 5 : ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

Ho: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักต่างกัันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibles) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่งได้ทำงานศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สนับสนุนการศึกษาของณภัทร ถิรสิริกุล (2556) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดิทาวน ลักกี้ ในเขตอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเรื่องโรงแรมมีการตกแต่งภายใน ภายในนอกอย่างสวยงาม

ความไว้วางใจ (Reliability) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่ง

ได้ทำงานศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สนับสนุนกับการศึกษาของณภัทร ธีรสิริกุล (2556) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดิทาวน์ ลักกี้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความประทับใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ

การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่งได้ทำงานศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน สนับสนุนกับการศึกษาของณภัทร ธีรสิริกุล (2556) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดิทาวน์ ลักกี้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอยู่ในระดับมาก และด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องพนักงาน สามารถมอบสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็ว ด้านสมรรถภาพในการให้บริการ ความพึงพอใจในลำดับท้ายสุดในเรื่องพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ในทันที

การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่งได้ทำงานศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน สนับสนุนการศึกษาของณภัทร ธีรสิริกุล (2556) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดิทาวน์ ลักกี้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเรื่องโรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน สนับสนุนการศึกษาของณภัทร ธีรสิริกุล (2556) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดิทาวน์ ลักกี้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจในระดับมากลำดับท้ายสุดในเรื่องพนักงานจดจำชื่อและความต้องการของท่านได้

สรุประดับความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวม จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจคุณภาพบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว การให้ความมั่นใจ การเข้าใจ

และรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาคะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านจะพบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีคะแนนมากที่สุดจากทั้งหมด รองลงมาคือด้านการให้ความมั่นใจ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ และการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสนับสนุนกับการศึกษาของ กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์ (2554) ซึ่งได้ทำงานศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์ เมื่อพิจารณาคะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านจะพบว่าคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจมีคะแนนมากที่สุดจากทั้งหมด รองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ การให้ความมั่นใจ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ตามลำดับ

7. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่าสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้หลายประการ เช่น

1. ผู้ใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ส่วนใหญ่มีการทราบข้อมูลของโรงแรมจากการแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก และจากป้ายโฆษณาเป็นหลัก และติดต่อจองห้องพักผ่านช่องทางโทรศัพท์เป็นหลัก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยได้ให้ความสนใจในเรื่องการทราบข้อมูลหรือจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ตหรือทาง Social Network มากนัก ข้อมูลดังกล่าวนี้จะมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการตลาดในการสื่อสารกับผู้ให้บริการเป็นอย่างมาก องค์กรสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้เช่น ใช้โปรโมชั่นส่วนลดสำหรับผู้ที่มาพักรายวันนำมาใช้ได้ครั้งหนึ่ง ซึ่งถ้าผู้ที่มาพักดังกล่าวไม่ได้ใช้เองก็จะไปแนะนำและมอบส่วนลดนี้ให้เพื่อมาพักซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มาจากการแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก

2. ผู้ใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วในเรื่องพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ในทันที เช่น การซ่อมแซมอุปกรณ์ในห้องพัก ลิฟต์ พนักงานยกกระเป๋า เป็นต้น ได้คะแนนที่น้อยกว่าข้ออื่น ประเด็นนี้ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก องค์กรควรมีการจัดอบรมพนักงานในองค์กรทุกคนซึ่งรวมถึงตั้งแต่พนักงานต้อนรับ พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำโรงแรม พนักงานทำความสะอาด ช่างบำรุงรักษา ฯลฯ เพื่อให้สามารถเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆที่มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น

3. จากผลการศึกษาซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและพนักงานของรัฐหรือข้าราชการ และลูกค้าของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ก็มีวัตถุประสงค์ในการ

พักคือมาทำธุระอยู่จำนวนมาก ดังนั้นหากองค์กรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดกลุ่มดังกล่าวก็จะเพิ่มยอดขายห้องพักวันได้ดียิ่งขึ้น

4. ผู้ใช้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการในด้านความสะอาดของห้องพักมากที่สุด แสดงว่ากิจการได้ดำเนินการเรื่องนี้เป็นอย่างดี ในขณะที่เรื่องการตกแต่งโดยรอบสไตล์โมเดิร์นนั้นได้คะแนนที่น้อยกว่าข้ออื่น ประเด็นนี้อาจมีผลต่อการตัดสินใจในการออกแบบห้องสำหรับโรงแรมหลังต่อไปหรือตอนออกแบบห้องเพื่อเตรียมปรับปรุงภายในอาคารให้มีความทันสมัย สไตล์โมเดิร์นมากขึ้น จัดหาสถาปนิกที่มีความเชี่ยวชาญในสไตล์การตกแต่งดังกล่าวมาช่วยพัฒนาให้ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้ามากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรที่จะเลือกศึกษาผู้ให้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์และศึกษาโดยแบ่งตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว High Season และ Low Season เพราะผู้ให้บริการเดอะ วาย เรสซิเดนซ์ในช่วงเวลาที่ต่างกัน อาจจะมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่แตกต่างกันไปได้

2. งานวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยเพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ควรทำงานวิจัยอย่างต่อเนื่องหรือหลากหลายช่วงเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันซึ่งส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเชิงคุณภาพด้วย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ และนำไปสู่การทำวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ ชุ่มภิรมย์. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสาคร เรสซิเดนซ์. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). การให้บริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- จิตินันท์ เดชะคุปต์. (2555). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ. ในเอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยา การบริการหน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ณภัทร อธิสิริกุล. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมดีทาวน์ ลักกี้ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- ณัฐกฤตา ชิดนอก. (2551). ความพึงพอใจการใช้บริการของผู้พักอาศัยอพาร์ทเมนต์บริษัท ณรงค์แมนชั่น จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- เดอะ วาย เรสซิเดนซ์. (2556). แผนผังองค์กร เดอะ วาย เรสซิเดนซ์. เอกสารการประชุม เดอะ วาย เรสซิเดนซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- นงนุช กันระชัย. (2554). การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management). เชียงราย: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- รัฐดา รุ่งสะอาด. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านพักนานาชาติมิตรภาพ มหาวิทยาลัยพายัพ. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ
- วีรวัฒน์ ปันนิตามัย. (2555). การประเมินคุณภาพการบริการ. ในเอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยา การบริการหน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- วันชนะ มุสิกไชย. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศูนย์วิจัยกิจการไทย.ธุรกิจท่องเที่ยวภาคเหนือ.(ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2558. แหล่งที่มา
<http://www.ksmecare.com/Article/82/31905>

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับการตลาดบริการ (The Secret of Service Marketing)*.
กรุงเทพฯ:บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ห้องพักแบบ Grand Deluxe ของเดอะ วาย เรสซิเดนซ์. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 23 มิถุนายน 2558.
แหล่งที่มา <http://www.theyresidence.com/gallery/grand-deluxe>

Gronroos. (1990). *Quality and selection definitions, model and method in usa, The Nature of Service and Quality*. (ออนไลน์).เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2558.
แหล่งที่มา <http://www.ukoln.ac.uk/>