



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 19 ฉบับที่ 3 เดือนมกราคม ถึง มีนาคม 2566

การวิเคราะห์คำวิจารณ์ของลูกค้าสู่การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมสีเขียว

THE ANALYSIS OF CUSTOMER COMMENTS FOR THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY OF GREEN HOTELS

อนันต์ เชื้อชาณุกิจการ, อัศวิน แสงพิกุล*

Anan Chieochankitkan, Aswin Sangpikul*

อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, e-Mail: anan.chn@dpu.ac.th (Corresponding Author)

Lecturer, Graduate Program in Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality,

Dhurakij Pundit University, e-Mail: anan.chn@dpu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, December 7; Revised: 2023, February 1; Accepted: 2023, February 4)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์คำวิจารณ์ของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมสีเขียวในประเทศไทย และจัดหมวดหมู่คำวิจารณ์ดังกล่าวให้สอดคล้องกับมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของ SERVQUAL เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการของโรงแรมสีเขียว การวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์คำวิจารณ์เชิงร้องเรียน (Customer Complaints) หรือคำวิจารณ์เชิงลบ (Negative Reviews) จากแหล่งข้อมูล Trip Advisor โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อนำเสนอข้อมูลในลักษณะของค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คำวิจารณ์เชิงร้องเรียนหรือเชิงลบจำนวนมากที่สุดเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ แผนกต้อนรับส่วนหน้า และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ 2) หากจัดหมวดหมู่คำวิจารณ์ดังกล่าวให้สอดคล้องกับมิติคุณภาพบริการ พบว่าคำวิจารณ์เกี่ยวกับด้านความเป็นรูปธรรม (Tangible) มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาด้านความเชื่อมั่น (Assurance) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจนำความรู้จากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิด

*ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย

ธุรกิจบัณฑิต, e-Mail: aswin.sal@dpu.ac.th

Program Director, Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University,

e-Mail: aswin.sal@dpu.ac.th



ประโยชน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมสีเขียวให้มีความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: โรงแรมสีเขียว, คุณภาพการบริการ, คำวิจารณ์ของลูกค้า

ABSTRACT

This study aimed to analyze customer comments in regard to the service quality of green hotels in Thailand and to categorize customer comments in relation to hotel service quality (SERVQUAL) for the benefit of hotel service improvement. This study used the data from Trip Advisor to analyze customer comments regarding the service quality of green hotels as well as employed content analysis and descriptive analysis to present the findings in terms of frequency and percentage.

It was found that 1) the highest number of negative reviews/comments was related to guestrooms, followed by front office and food & beverage, respectively. 2) In terms of service quality dimensions, tangible dimension received the highest number of negative reviews/comments, followed by assurance and responsiveness, respectively. Hotel practitioners may apply the knowledge from this research to further improve their hotel service quality together with the environmental concern.

Keywords: Green Hotels, Service Quality, Customer Comments

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนกันมากขึ้น เนื่องจากเป็นรูปแบบการพัฒนาที่สร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาของสังคม และการคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (อัศวิน แสงพิกุล, 2558, หน้า 279) ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างก็เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายด้านการประหยัดพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม (โสภณชิน เวชกิจวานิชย์, วรวรรณ ประชาเกษม, และอาภาพร รุจิระเศรษฐ, 2561, หน้า 62)

ที่ผ่านมามีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของโรงแรมสีเขียว (Green Hotels) ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีแนวทางการบริหารจัดการและการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly Hotels) โดยมีแนวทางการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า การลดใช้พลังงาน การ



ดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นต้น (โสภาชิน เวชกิจวานิชย์, วรวรรณ ประชาเกษม, และอาภาพร รุจิระเศรษฐ์, 2561, หน้า 62) อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจที่พักรวมให้มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้โรงแรมมีความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ (Economic Growth) ควบคู่กับการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Responsibility to the Environment) ไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคสังคมปัจจุบัน หรือ Sustainable Development Goals or SDGs (Abdou, Hassan, & El Dief, 2020, p. 4) เพราะหากโรงแรมได้ดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว แต่การให้บริการของโรงแรมยังไม่ได้มาตรฐาน ไม่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า หรือไม่สามารถสร้างความพึงพอใจและทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ หากเป็นเช่นนี้โรงแรมสีเขียวอาจไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทำให้มีรายได้ลดลง และอาจปิดการให้บริการในที่สุด ดังนั้น โรงแรมสีเขียวจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมมีความยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์วรรณกรรมเบื้องต้นเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวในประเทศไทย พบว่างานวิจัยเกือบทั้งหมดจะมุ่งศึกษาในประเด็นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเพียงประเด็นเดียว เช่น การลดใช้พลังงาน การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม หรือการศึกษามุมมอง/ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินงานของโรงแรมสีเขียว เป็นต้น (จุฑามาศ พรหมมา และณัฏฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง, 2564, หน้า 11; ธาตานิเบศร์ ภูทอง, 2563, หน้า 38; ทศพร กาญจนภรพัฒน์, 2563, หน้า 165) แต่ทั้งนี้ดังที่กล่าวข้างต้นว่า การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมสีเขียวให้มีความยั่งยืนและสมดุลในมิติต่าง ๆ ผู้ประกอบการนอกจากจะมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของโรงแรมก็มีความสำคัญมากเช่นกัน เพราะธุรกิจโรงแรมจะยั่งยืนได้ในระยะยาว จำเป็นต้องให้บริการที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ หรือแนะนำบอกต่อแบบปากต่อปาก อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจต่อไป (Khoo-Lattimore & Yunus, 2016, p. 90; Sangpikul, 2022, p. 148)

จากเหตุผลและปัญหาการวิจัยข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความคิดเห็นหรือคำวิจารณ์ของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมสีเขียวในประเทศไทย โดยปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลออนไลน์อย่างเช่น Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมความคิดเห็นหรือคำวิจารณ์ของลูกค้าเกี่ยวกับประสบการณ์ต่าง ๆ ในการใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการไว้เป็นจำนวนมาก รวมถึงธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อร้องเรียน (Customer Complaints) หรือคำวิจารณ์เชิงลบ (Negative Reviews) ที่สะท้อนให้เห็นถึงการให้บริการที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ไม่ได้คุณภาพ หรือยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้หากนำมาวิเคราะห์ในภาพรวม ทำให้เป็นระบบ จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและชัดเจนขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ ในวงกว้าง ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) วิเคราะห์คำวิจารณ์ออนไลน์ (เชิงลบ) ของ



ลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมสี่เขียวในประเทศไทย และ 2) จัดหมวดหมู่คำวิจารณ์ดังกล่าวให้สอดคล้องกับมิติคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมทั้ง 5 ด้าน (SERVQUAL) เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรม ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมสี่เขียวในวงกว้าง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์คำวิจารณ์ออนไลน์ (เชิงลบ) ของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมสี่เขียวในประเทศไทย โดยแบ่งคำวิจารณ์ออกเป็นหมวดหมู่ตามแผนกของโรงแรม (Hotel Functions)
2. เพื่อจัดกลุ่มคำวิจารณ์ออนไลน์ดังกล่าว โดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของธุรกิจโรงแรม (SERVQUAL Dimensions)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาคำวิจารณ์ออนไลน์ของลูกค้าที่เคยใช้บริการของโรงแรมสี่เขียวในประเทศไทย โดยเป็นการสำรวจข้อร้องเรียน (Customer Complaints) หรือคำวิจารณ์เชิงลบ (Negative Reviews) ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการของโรงแรม โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. คัดเลือกโรงแรมสี่เขียวที่ได้รับการรับรองจากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยปีล่าสุดปี 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 42 แห่ง (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, ออนไลน์, 2565)
2. ค้นหาชื่อโรงแรม 42 แห่ง ที่ปรากฏในเว็บไซต์ Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์สากลที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจโรงแรม มีโอกาสแสดงความเห็นคิดหรือแบ่งปันประสบการณ์ในการใช้บริการด้านต่าง ๆ
3. สืบค้นคำวิจารณ์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประเภทข้อร้องเรียน (Customer Complaints) หรือคำวิจารณ์เชิงลบ (Negative Reviews) เกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมสี่เขียว โดยสำรวจย้อนหลัง 1 ปีจากข้อมูลที่ปรากฏในปัจจุบัน และบันทึกข้อมูลลงในแบบเก็บข้อมูลที่สร้างขึ้น (Record Form) จากการทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล, 2565, หน้า 77; Shobeiri, 2014, p. 890) โดยได้ปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ แบบเก็บข้อมูลนี้จะบันทึกข้อมูลสำคัญ 2 ส่วน คือส่วนแรกจะบันทึกข้อมูลคำวิจารณ์เกี่ยวกับแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น แผนกต้อนรับ ห้องพักและแม่บ้าน ห้องอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ส่วนที่สองจะบันทึกข้อมูลคำวิจารณ์ของลูกค้า โดยจัดกลุ่มข้อมูลให้ตรงกับมิติคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของธุรกิจโรงแรม ได้แก่



ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และความเข้าใจลูกค้า (Empathy)

4. ทดลองใช้แบบเก็บข้อมูลนี้กับคำวิจารณ์ จำนวน 30 คำวิจารณ์ พบว่าแบบสำรวจนี้สามารถเก็บข้อมูลที่เป็นในการวิจัยได้ค่อนข้างเหมาะสม โดยสามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ

5. ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่และแบ่งหัวข้อคำวิจารณ์ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปของค่าความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของคำวิจารณ์ แบ่งตามแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรม

แผนการบริการ	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างคำวิจารณ์
1. ห้องพัก	147 (32.00%)	<u>สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก</u> “Sofa in the living room was full of brown stains” “Inside the room, the pillows are old, mattress too soft, aircon is old” “Bathroom has leakage and shower door is not properly closed, water everywhere” “Air conditioning doesn't work properly it just keeps blowing cold air without temperature control” <u>การให้บริการของพนักงานแม่บ้าน</u> “Minibar was not filled on a daily basis” “I call housekeeping 3 times during lunch time to request toilet papers but no one answer the phone until 1.30 pm the staff were on duty” “I stay at 4-star hotel but the housekeepers cannot understand my English” “I left the room at 9 am with a sign of cleaning my room. I came back again at 4 pm, the sign was still at the door and my room was never cleansed. The staff said today the rooms were fully booked and they were too busy” “The housekeeping staff does a poor job of cleaning the room and restocking the soap and other toiletries”



ตารางที่ 1 (ต่อ)

แผนการบริการ	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างคำวิจารณ์
2. แผนกต้อนรับส่วนหน้า	129 (28.00%)	“Poor front desk service. They must hate the demanding customers, no greetings no smile” “Staff doesn’t speak English in a good manner and therefore often difficult to communicate” “Unfriendly staff, not helpful staff to help for room change”
3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	109 (24.00%)	<u>การให้บริการที่เกี่ยวกับพนักงาน</u> “I did not enjoy my breakfast during my stay because of omelet with rice was not filled even requested” “The ala-crate breakfast took more than 30 minutes to come and 15 mins later a second portion came. They also ran out of glasses at the juice and water station” “There was a person at the breakfast (blond hair) who was very rude, she needs to be taught how to provide service” Staffs at the breakfast session need training desperately! They spent too much time on chit chat with each other rather than proactively clean up the table and collect the used plate” “Breakfast in the morning made me disappointed as the staff there mess up my order with other guests which is only 2 table in that time” <u>ลักษณะของอาหาร</u> “The breakfast has too little to choose from” “There are not a variety of breakfast menu, mainly Thai dishes” “Breakfast was very poor. Cheese was dry like it was out of the fridge for the whole day. Meat was the cheapest, most dry and worst” <u>ความสะอาดของห้องอาหาร</u> “Found a number of plates that were not cleaned properly. Ants found on the table of the food area” “I found an unclean coffee cup, I saw the stain in the cup” “Food was really not clean enough (no covers with fly)”



แผนการบริการ	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างคำวิจารณ์
4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม	73 (16.00%)	“The pool was dirty” The water in the pool appears somewhat murky. “Wifi was bad signal during night time, not good enough to watch streaming” Internet connection keeps disconnecting “Booked for spa but the staff said she forgot to call back for confirmation”
458 (100.00%)		

จากตารางที่ 1 นำเสนอผลการสำรวจคำวิจารณ์ของลูกค้า พบว่าคำวิจารณ์เชิงลบจำนวนมากที่สุดเกี่ยวข้องกับห้องพัก (32.00%) รองลงมาแผนกต้อนรับส่วนหน้า (28.00%) และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (24.00%) ตามลำดับ สำหรับคำวิจารณ์เกี่ยวกับห้องพัก ผู้วิจัยแบ่งวิเคราะห์ออกเป็น 2 หัวข้อย่อย เพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นภาพได้อย่างชัดเจน คือ 1) เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ขาดการบำรุงรักษา และ 2) เรื่องการให้บริการของพนักงานแม่บ้านที่อาจมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ส่วนคำวิจารณ์เกี่ยวกับแผนกต้อนรับมีหลายประเด็น เช่น พนักงานอาจขาดเรื่องอัธยาศัยไมตรีในการต้อนรับลูกค้าที่มาจากหลากหลายวัฒนธรรม การให้ลงทะเบียนเข้าพักที่ล่าช้า หรือทักษะภาษาอังกฤษที่ยังไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น

ในขณะที่แผนกอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าคำวิจารณ์ในหัวข้อนี้เกือบทั้งหมดจะเป็นเรื่องการให้บริการอาหารเข้า โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มคำวิจารณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อความชัดเจนของผลการวิจัย ได้แก่ 1) การให้บริการของพนักงานที่อาจบกพร่องในการจัดเตรียมความพร้อมของอาหาร 2) ลักษณะของอาหารที่อาจไม่ถูกใจลูกค้าซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และ 3) ความสะอาดของห้องอาหารที่อาจมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ส่วนคำวิจารณ์อีกหมวดหมู่ที่สำคัญ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมที่อาจไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง เช่น ความสะอาดของสระว่ายน้ำ ความเสถียรของสัญญาณ WiFi และการให้บริการสปา เป็นต้น ทั้งนี้ ผลการวิจัยข้างต้นอาจให้ข้อมูลได้ว่าโรงแรมสี่ดาวจำนวนมาก ยังมีข้อบกพร่องในเรื่องการให้บริการที่อาจยังไม่ได้มาตรฐานสากล หรือไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในลำดับต่อไป



ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของคำวิจารณ์ แบ่งตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้านของธุรกิจโรงแรม

มิติคุณภาพการบริการ	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างคำวิจารณ์
1. ความเป็นรูปธรรม (Tangible) - สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภายในโรงแรม	146 (32.00%)	“Sofa in the living room was full of brown stains” “Inside the room, the pillows are old, mattress too soft, aircon is old” “Bathroom has leakage and shower door is not properly closed” “Room not so nice, in need of improvement and updating” “The room is pretty outdated and the shower does not work well for water pressure”
2. ความเชื่อมั่น (Assurance) - ความรู้ ความสามารถ และ อัธยาศัยไมตรีของพนักงาน ความสะอาด การปฏิสัมพันธ์ กับค้า	114 (25.00%)	“Unfriendly staff, not helpful staff to help for room change” “Poor front desk service. They must hate the demanding customers, no greetings no smile” “Staff doesn’t speak English in a good manner and therefore often difficult to communicate” “Rooms were not cleaned. I found a dead fly on our first night near the living room’s window” “The room had mold on the ceiling and in the shower”
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) - ความเต็มใจช่วยเหลือลูกค้า และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	87 (19.00%)	“We checked in at 4.15PM and the room was not ready until the next 30 minutes despite our request for earlier check-in” “Lack of enthusiasm to treat a loyal member, I found that response very unprofessional to help me for room upgrade” “I waited 45 minutes for my luggage, it was bad situations during my stay” “Slow room service, it’s quicker to walk to buy food outside the hotel than ordering it through the room service. We wait at least 40 mins for all dishes for our dinner”



มิติคุณภาพการบริการ	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างคำวิจารณ์
4. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) - ความสามารถของพนักงาน ในการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง การให้บริการอย่างสม่ำเสมอ การปฏิบัติตามคำมั่นสัญญากับ ลูกค้า	74 (16.00%)	“The staff were sweet but not well trained. One meal was forgotten from our order” “Booked for spa but the staff said she forgot to call back for confirmation” “I called and requested a small plate from housekeeping around 20.30 pm. She said “yes”, but nothing is coming” “The housekeeping staff does a poor job of cleaning the room and restocking the soap and other toiletries” “Breakfast in the morning made me disappointed as the staff there mess up my order with other guests which is only 2 table in that time”
5. ความเข้าใจลูกค้า (Empathy) - การให้บริการด้วยความเห็น อกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า	37 (8.00%)	“No record of preferred room type for returning guest” “Booked a double bed but got two single beds” “Asked for replacement of towel which got blood stained, hotel staff refused without reason”
458 (100.00%)		

จากตารางที่ 2 เป็นการจัดกลุ่มคำวิจารณ์โดยแบ่งกลุ่มตามมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้านของธุรกิจโรงแรม ผลการวิจัยพบว่าคำวิจารณ์เกี่ยวกับกับมิติคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangible) มีจำนวนมากที่สุด 32.00% รองลงมาด้านความเชื่อมั่น (Assurance) 25.00% การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 19.00% ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 16.00% และความเข้าใจลูกค้า (Empathy) 8.00% ตามลำดับ

หากพิจารณาในรายด้าน พบว่าความเป็นรูปธรรม (Tangible) ส่วนใหญ่เป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับสภาพของห้องพัก เช่น การขาดการดูแลรักษาสภาพห้องพัก อุปกรณ์ และเฟอร์นิเจอร์ ส่วนคำวิจารณ์เกี่ยวกับด้านความเชื่อมั่น (Assurance) อาจมีได้หลายประเด็นที่ไม่ได้สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในระหว่างการใช้บริการ เช่น พนักงานต้อนรับอาจขาดอัธยาศัยไมตรีในการต้อนรับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย การขาดปฏิสัมพันธ์ที่เพียงพอกับลูกค้า ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และความสะอาดของห้องพัก/สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ในขณะที่ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คำวิจารณ์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความล่าช้าในการลงทะเบียนเข้าพัก และพนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นต้น



สำหรับความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่าคำวิจารณ์ส่วนใหญ่ในด้านนี้เกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานให้มีความน่าเชื่อถือในแผนกต่าง ๆ เช่น แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น โดยลูกค้าระบุว่าพนักงานหลายแผนกยังให้บริการไม่เต็มศักยภาพหรือเต็มความสามารถของตนเองเท่าไรนัก ทำให้งานบริการมีข้อบกพร่องในหลายประเด็นตามที่กล่าวข้างต้น ส่วนมิติคุณภาพการบริการด้านสุดท้าย คือความเข้าใจลูกค้า (Empathy) พบว่าคำวิจารณ์ส่วนใหญ่เป็นประเด็นเกี่ยวกับการที่พนักงานไม่ได้ให้บริการตามที่ลูกค้าร้องขอ เช่น การร้องขอเกี่ยวกับประเภทห้องพักหรือเตียง รวมทั้งเกี่ยวกับแผนกแม่บ้าน เป็นต้น ทั้งนี้ผลการวิจัยในตารางที่ 2 จะเป็นตัวสะท้อนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมสี่เขียวได้ค่อนข้างชัดเจนในมิติการบริการแต่ละด้านเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในตารางที่ 1 ที่พบว่าคำวิจารณ์เชิงลบเกี่ยวกับห้องพักมีสัดส่วนจำนวนมากที่สุด รองลงมาแผนกต้อนรับส่วนหน้า และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับนั้น อาจอธิบายผลการวิจัยได้ว่า ห้องพักรวมอาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนบริการที่สำคัญมากที่สุดของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่พักแรม ลูกค้าจึงมุ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพของห้องพักมากที่สุดเช่นกัน โดยทั่วไปลูกค้าจะใช้เวลาอยู่ในห้องพักนานมากกว่าการใช้บริการด้านอื่น ๆ ภายในโรงแรม ดังนั้น หากลูกค้าพบว่าสิ่งที่ตนเองคาดหวังไม่เป็นตามมาตรฐานโรงแรมทั่วไปหรือไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ก็อาจทำให้รู้สึกผิดหวังหรือไม่พึงพอใจกับคุณภาพของห้องพัก เช่น การตกแต่ง บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก หรือความสะอาดของห้องพัก เป็นต้น ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่ระบุว่าห้องพักเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญและรับรู้ถึงคุณภาพของห้องพักได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญในอันดับต้น ๆ ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Memarzadeh & Chang, 2015, p. 91 Sangpikul, 2022, p. 145)

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่าลูกค้าจำนวนมากยังได้ให้คำวิจารณ์เกี่ยวกับแผนกต้อนรับส่วนหน้า และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ผลการวิจัยนี้อาจอธิบายได้ว่าทั้งสองแผนกเป็นแผนกสำคัญของธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนกต้อนรับ เนื่องจากลูกค้าทุกคนจะมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานต้อนรับในขณะลงทะเบียนเข้าพัก หรือการสอบถามข้อมูลต่างๆระหว่างการเข้าพัก ดังนั้น อาจเป็นไปได้ว่า หากการบริการในส่วนของแผนกต้อนรับไม่ได้มาตรฐาน มีข้อบกพร่องหรือการให้บริการที่ล่าช้า อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจ และแชร์ข้อมูลเหล่านั้นในแหล่งข้อมูลออนไลน์ ส่วนการบริการอาหารและเครื่องดื่มพบว่า คำวิจารณ์ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการให้บริการอาหารเข้าของโรงแรม สาเหตุที่มีคำวิจารณ์จำนวนมากเกี่ยวกับการให้บริการอาหารเข้า อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าของโรงแรมจำนวนมากหรือส่วนใหญ่มักจะจองห้องพักพร้อมกับรวมอาหารเช้าด้วย ดังนั้น ลูกค้าจำนวนมากจึงมีประสบการณ์โดยตรงกับการให้บริการอาหารเข้าของโรงแรม ทั้งนี้การให้คำวิจารณ์ที่หลากหลายเกี่ยวกับการให้บริการอาหารเข้าที่อาจมีข้อบกพร่อง เช่น ตัวพนักงาน ความเพียงพอของอาหาร



รสชาติอาหาร และความสะดวกของห้องอาหาร อาจมาจากความคาดหวังและความแตกต่างทางวัฒนธรรมของลูกค้าที่มีหลายลักษณะ ทั้งชาวไทย ชาวต่างประเทศ ระดับอายุ และระดับการศึกษาหรือรายได้ จึงอาจทำให้การรับรู้และความคาดหวังในเรื่องอาหารเข้ามีความแตกต่างและหลากหลายเช่นกัน (Khoo-Lattimore & Yunus, 2016, p. 90; Sangpikul, 2022, p. 149) เป็นประเด็นที่ผู้บริหารโรงแรมควรเอาใจใส่เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการต่อไป

สำหรับผลการวิจัยในตารางที่ 2 ที่พบว่าคำวิจารณ์เกี่ยวกับมิติคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangible) มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาด้านความเชื่อมั่น (Assurance) และการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ตามลำดับนั้น ผลการวิจัยดังกล่าวคล้ายคลึงกับผลการวิจัยที่ผ่านมา ที่พบว่าความเป็นรูปธรรม เป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกค่าให้ความสำคัญในธุรกิจโรงแรม (Khoo-Lattimore & Yunus, 2016, p. 89; Memarzadeh & Chang, 2015, p. 96; Sangpikul, 2022, p. 148) เนื่องจากมิตินี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับสภาพแวดล้อมและคุณภาพของห้องพัก ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นส่วนบริการที่ถูกค่าใช้เวลายาวนานที่สุดตามที่กล่าวไป ส่วนความเชื่อมั่น (Assurance) และการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ก็เป็นมิติที่สำคัญเช่นกันของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นมิติคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องความรู้ความสามารถของพนักงาน อธิยาศัยไมตรีในการต้อนรับ ความสะดวก และความรวดเร็วในการให้บริการในแผนกต่าง ๆ ซึ่งทั้งสองมิตินี้ต่างมีผลการวิจัยระบุว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของในการใช้บริการของธุรกิจโรงแรมเช่นกัน (Khoo-Lattimore & Yunus, 2016, p. 91; Sangpikul, 2022, p. 153) เพราะนอกจากห้องพักแขกแล้ว ลูกค้ายังมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานในส่วนบริการอื่น ๆ เช่นกัน ซึ่งโดยทั่วไปลูกค้ามักจะรับรู้และประเมินคุณภาพการบริการของโรงแรมในแผนกอื่น ๆ ด้วยในระหว่างเข้าพัก ซึ่งผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญในประเด็นเหล่านี้ด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ประการแรก ผลการวิจัยพบว่าสัดส่วนจำนวนคำวิจารณ์เชิงลบเกี่ยวกับห้องพักมีจำนวนมากที่สุด ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้ผู้บริหารโรงแรมได้ตระหนักว่า ลูกค้าให้ความสำคัญและความคาดหวังกับสภาพแวดล้อมและคุณภาพของห้องพักมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในด้านห้องพักในลำดับต้นๆ (Priority Concern) เนื่องจากลูกค้าสามารถรับรู้ถึงคุณภาพของห้องพักได้โดยตรงจากการเข้าพัก และประสบการณ์ส่วนนี้อาจมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต (Khoo-Lattimore & Yunus, 2016, p. 80; Sangpikul, 2022, p. 145) ทั้งนี้มี 2 ประเด็นที่ถูกค่าให้ความสำคัญเกี่ยวกับห้องพัก คือ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก โดยฝ่ายแม่บ้านควรกำกับดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ภายในห้องพักอย่างสม่ำเสมอ และควรตรวจสอบความพร้อมในการใช้งานก่อนลูกค้าเข้าพัก และ 2) เรื่องการให้บริการของพนักงานแม่บ้านที่อาจมีข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานอยู่บ้าง ดังนั้น



แผนกแม่บ้านควรมีระบบการตรวจทานงานและการกำกับการทำงานของพนักงานแม่บ้านอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานแม่บ้านปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรม สำหรับแผนกต้อนรับส่วนหน้า ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญในเรื่องอัธยาศัยไมตรีในการต้อนรับของพนักงาน การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการให้บริการลงทะเบียนเข้าพักได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยควรจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการจัดให้มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากและการพัฒนาฝึกอบรมการให้บริการด้วยจิตบริการ (Service Mind) ส่วนการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ผู้บริหารโรงแรมควรตระหนักว่า ลูกค้าให้ความคาดหวังสูงในเรื่องการให้บริการอาหารเข้าจากทางโรงแรม เนื่องจากการบริการพื้นฐานของโรงแรมสากลทั่วไป ที่ทางโรงแรมจะจัดบริการอาหารเข้าตามระดับของโรงแรมและความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นผู้จัดการห้องอาหารควรฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มศักยภาพ รวมทั้งการจัดให้มีพนักงานเพียงพอในช่วงที่มีลูกค้าใช้บริการจำนวนมาก และการพัฒนาฝึกอบรมด้านการให้บริการด้วยจิตบริการ (Service Mind) เช่นกัน

ประการที่สอง ผลการวิจัยพบว่าคำวิจารณ์เกี่ยวกับกับมิติคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangible) มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยในข้อนี้ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของห้องพักตามที่ปรากฏในตารางที่ 2 ดังนั้นข้อเสนอแนะส่วนนี้จะคล้ายคลึงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยผู้บริหารโรงแรมควรเน้นให้แผนกแม่บ้านกำกับดูแล บำรุงรักษา และจัดเตรียมพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักให้พร้อมใช้งานก่อนลูกค้าเข้าพัก ส่วนด้านความเชื่อมั่น (Assurance) ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของตัวพนักงาน เช่น อัธยาศัยไมตรี การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานในแผนกต่าง ๆ โดยเฉพาะแผนกที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง เช่น แผนกต้อนรับ และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม โดยอาจฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอในหลายบริบท หรือหลายสถานการณ์ เพื่อให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า สำหรับการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ผู้บริหารโรงแรมควรกำกับดูแลการทำงานของพนักงานในแผนกต่าง ๆ ให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วแก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การลงทะเบียนเข้าพัก การให้บริการของแผนกแม่บ้าน และการให้บริการอาหารเข้า เป็นต้น โดยควรวางแผนงานไว้ล่วงหน้า ประชุมสรุปงานระหว่างพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และจัดเตรียมพนักงานให้เพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าพักเป็นจำนวนมากเพื่อไม่ให้เกิดการบริการที่ล่าช้าจนทำให้ลูกค้าต้องมาร้องเรียนในช่องทางออนไลน์ ในส่วนของความน่าเชื่อถือ (Reliability) พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสมเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง และควรมีระบบการตรวจทานงานของพนักงานเพื่อให้มีโอกาสผิดพลาดน้อยที่สุด รวมทั้งความเข้าใจลูกค้า (Empathy) เป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพในธุรกิจโรงแรม งานวิจัยหลายเรื่องเน้นย้ำความสำคัญของมิติการบริการด้านนี้ (Lo, Wu, & Tsai, 2015, p. 177; Sangpikul, 2022, p. 154) ดังคำกล่าวที่ว่า ‘Put Yourself in Someone Else’s Shoe’ ที่แปลเป็นภาษาไทยได้ว่า ‘เข้าใจเขามาใส่ใจเรา’ กล่าวคือพนักงาน



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 19 ฉบับที่ 3 เดือนมกราคม ถึง มีนาคม 2566

โรงแรมควรมีความเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าในแผนกต่าง ๆ โดยควรให้บริการตามความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าตามความเหมาะสมตามมาตรฐานของโรงแรมหรือตามธรรมเนียมปฏิบัติของโรงแรมสากล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้สนใจเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียว อาจศึกษาเพิ่มเกี่ยวกับการวิจัยเชิงปริมาณในเรื่องคุณภาพการบริการของโรงแรมสีเขียวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการในบริบทของโรงแรมสีเขียวให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อจะได้นำความรู้มาพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2565). *โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.greenhotel.deqp.go.th/public/mainfile/introgreenhotel> [2565, 10 พฤศจิกายน].
- จุฑามาศ พรหมมา และณัฏฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง. (2564). แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในอำเภอขอนแก่นจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารนาคนุตรปริทรรศน์*, 13(2) หน้า 10-19.
- ทศพร กาญจนภรณ์. (2563). การจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 6(2) หน้า 164-182.
- ธาดานิเบศร์ ภูทอง. (2563). ผลกระทบของภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวต่อความตั้งใจในการบอกต่อออนไลน์ของผู้บริโภค. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 40(6), หน้า 37-55.
- ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์งานวิจัยและคำวิจารณ์ของลูกค้าในธุรกิจเชิงสุขภาพประเภทเดย์สปา. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(3) หน้า 75-87.
- โสภณชิน เวชกิจวานิชย์, วรวรรณ ประชาเกษม, และอาภาพร รุจิระเศรษฐ. (2561). โรงแรมสีเขียว: การริเริ่มของภาครัฐเพื่อโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิศวกรรมสิ่งแวดล้อมไทย*, 32(2), หน้า 61-70.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2558). การเปรียบเทียบการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีคุณภาพ : กรณีศึกษาผู้ประกอบการในเกาะภูเก็ตและเกาะบาลี. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(93), หน้า 275-294.
- Abdou, A.H., Hassan, T.H., & El Dief, M.M. (2020). A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability*, 12(22), pp. 1-20.



- Khoo-Lattimore, C., & Yunus, M. (2016). Can budget hotels provide quality service? An analysis of e-complaints on low-cost accommodation in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Research*, Special issue, pp. 78-93.
- Lo, A., Wu, C., & Tsai, H. (2015). The impact of service quality on positive consumption emotion in resort and hotel spa experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24, pp. 155-179.
- Memarzadeh, F., & Chang, H.J. (2015). Online consumer complaints about Southeast Asian luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24, pp. 76-98.
- Sangpikul, A. (2022). Understanding resort service quality through customer complaints, *Anatolia: An International Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(1), pp. 143-156.
- Shobeiri, S. (2014). Improving customer website involvement through experiential marketing. *Service Industries Journal*, 34(11), pp. 885-900.