



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครตามความคิดเห็นของผู้บริหาร 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร การรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test F-test LSD ไคสแควร์ χ^2 และ Multiple Regression สรุปผลดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท สถานภาพสมรส ที่พักอาศัยปัจจุบัน คือ กรุงเทพมหานคร และประเภทของลูกค้าเป็นธุรกิจ/องค์กร
2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยเดินทางมาคนเดียว มีอัตราค่าห้องพักที่ใช้บริการ 1,501 – 2,000 บาท ใช้บริการห้องพักเตียงเดี่ยว มีการจองห้องก่อนเข้าพัก มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน มีความถี่ในการเข้า



พักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี เป็นผู้ตัดสินใจเข้าพักเอง และมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากราคาเหมาะสม

3. ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดองค์กร ด้านการควบคุมคุณภาพ ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการวางแผน ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

4. ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

5.1 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน

5.2 ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ที่พักอาศัยปัจจุบัน และประเภทของลูกค้าต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพไม่แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

6.1 ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพไม่แตกต่างกัน

6.2 ลูกค้าที่มีราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ และระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน

6.3 ห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ส่วนด้านการวางแผนและด้านการนำ/จูงใจลูกค้า ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

6.4 ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ส่วนด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร และ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

332

ด้านการนำ/สนใจลูกค้า ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

6.5 ลูกค้าที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรแตกต่างกัน ส่วนด้านการวางแผน ด้านการนำ/สนใจลูกค้าและด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

7.1 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

7.2 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

7.3 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

7.4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

7.5 ลูกค้าที่มีอาชีพและที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

7.6 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



7.7 ลูกค้ำที่มีประเภทของลูกค้ำต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากรและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ

8.1 ลูกค้ำที่มีราคาห้องพักที่ใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

8.2 ลูกค้ำที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

8.3 ลูกค้ำที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8.4 ลูกค้ำที่มีห้องพักที่ใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8.5 ลูกค้ำที่มีลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8.6 ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ส่วนด้านทำเลที่ตั้งลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8.7 ลูกค้ำที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพนักงาน/บุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

334

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

8.8 ลูกค้ำที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ส่วนด้านการบริการลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

9. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ

9.1 เพศมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการเข้าพัก และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

9.2 อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ลักษณะการจองห้องพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

9.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ลักษณะการจองห้องพัก และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

9.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

9.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

9.6 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

9.7 ที่พักอาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก

9.8 ประเภทของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการ ราคาห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพัก และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

335

10. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนเนื่องจากลูกค้าต้องการใช้เวลาช่วงวันหยุดในการพักผ่อน ซึ่งทางโรงแรมจะมีบริการต่างๆโดยเน้นกิจกรรมการบันเทิง เช่น เล่นกอล์ฟ เทนนิส สปา เป็นต้น โดยเดินทางมาคนเดียวเนื่องจากลูกค้าต้องการความเป็นส่วนตัวและสามารถทำกิจกรรมอย่างอิสระได้เต็มที่ มีอัตราค่าห้องพักที่ให้บริการ 1,501 – 2,000 บาท เนื่องจากเป็นอัตราไม่สูงมากนัก โดยเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับก็คุ้มค่ากับราคาห้องที่กำหนดไว้ โดยใช้บริการห้องพักเตียงเดี่ยว เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการจะเดินทางมาคนเดียว และต้องการความเป็นส่วนตัว มีการจองห้องก่อนเข้าพัก เนื่องจากเพื่อความสะดวกในการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถที่จะเลือกห้องพักได้ตามความต้องการ ซึ่งหากเป็นช่วงเทศกาลจำเป็นต้องจองห้องพักก่อนเพราะห้องพักที่ให้บริการอาจเต็มเพราะมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันก็มีบริการการจองห้องพักแบบออนไลน์ ซึ่งลูกค้าสามารถเห็นภาพบรรยากาศของห้องพัก ทำให้สามารถเลือกห้องพักได้ตรงตามความต้องการ มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืน เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการอาจใช้โรงแรมเป็นสถานที่พักผ่อนชั่วคราวจากการท่องเที่ยว และเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ จึงใช้ระยะเวลาเพียงสั้นๆในการเข้าพัก มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1 – 2 ครั้งต่อปี เนื่องจากลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้บริการที่โรงแรมบ่อยครั้งนัก เพราะลูกค้าอาจต้องการเปลี่ยนสถานที่พักไปเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและสถานที่ที่ใช้ในการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน โดยเป็นผู้ตัดสินใจเข้าพักเอง เนื่องจากลูกค้าต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเต็มที่และตรงใจ จึงต้องเป็นผู้ตัดสินใจเองทั้งหมด และมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากราคาเหมาะสม โดยราคาห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการนั้นเป็นราคาที่ไม่สูงมากนัก และเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสินินาถ ดันตราพล (2546 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาโรงแรมธาริน พบว่า ลูกค้าเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ มีการจองห้องพักทางโทรศัพท์ มีระยะเวลาพักประมาณ 1-2 คืนและมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการอีก และสอดคล้องกับ



ผลงานวิจัยของกรองทอง อัมวงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ พบว่า ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นหมู่คณะฯ ละ 2-4 คน มีการจองห้องพักล่วงหน้า ระยะเวลาเข้าพักต่อครั้งระหว่าง 1-2 คืน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรมระหว่าง 1-2 ครั้งต่อปี ผู้ใช้บริการตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกเข้าพักโรงแรม แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยะนุช กลิ่นจันทร์ (2542 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์ พบว่า ลูกค้าเคยใช้บริการกับโรงแรมแล้วเป็นจำนวน 3-5 ครั้ง ในการเข้าพักแต่ละครั้งจะใช้เวลาเป็นจำนวน 2 วันและ นิยมเข้าพักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์โดยเฉลี่ยใช้จ่ายเงินสำหรับบริการ แต่แต่ละครั้งจะอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาท โดยการตัดสินใจกลับมาใช้บริการของโรงแรมในโอกาสต่อไปคือ การบริการมากนิยมใช้ บริการร้านอาหารเช้า ร้านอาหารกลางวัน ร้านอาหาร เย็นรวมทั้งบาร์กลางน้ำ สระว่ายน้ำและห้องลอบบี้ ซึ่งไม่เป็นไปตามผลการวิจัยที่ได้ศึกษา เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีความต้องการในการใช้บริการของโรงแรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผลการวิจัยที่ได้ศึกษาไม่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของคุณปิยะนุช กลิ่นจันทร์

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมในด้านการวางแผน พบว่าจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่ผ่านมา รวมถึงปัญหาทางการเมือง ทำให้ปริมาณลูกค้าลดลง ผู้บริหารจึงต้องมีการปรับโครงสร้างขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ และควบคุมค่าใช้จ่ายของโรงแรม และทำการวางระบบการตลาดและการขายใหม่ โดยเน้นการให้บริการด้วยใจและทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจมากที่สุด ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาคำคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะทุกไตรมาสผู้บริหารโรงแรมจะทำการสำรวจปัญหาและความต้องการของลูกค้า เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้ารวมถึงรายงานผลการดำเนินงานทั้งหมด เพื่อนำมาวางแผนการบริหารจัดการทั้งระบบของโรงแรม และนำผลสรุปมาปรับปรุงการบริการในด้านต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งทุกขั้นตอนของการบริการ ลูกค้าจะต้องได้รับการบริการที่สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 : 19) กล่าวว่า การวางแผนเริ่มตั้งแต่การกำหนดสภาพปัจจุบัน สำรวจสภาพแวดล้อม กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดแนวทางปฏิบัติ ประเมินผลและทบทวนผลลัพธ์ เนื่องจาก ผลงานวิจัยที่ศึกษาพบว่า ผู้บริหารจะเริ่มต้นจากการสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้นและนำมาแก้ไข เพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และผลที่ได้รับคือลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ



2.2 จากผลการสัมภาษณ์ในด้านการจัดองค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการกำหนดจุดประสงค์ เป้าหมาย วางแผนนโยบายและหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกให้ชัดเจนพร้อมกับปรับปรุงการทำงานที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาคำคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะหลังจากที่ผู้บริหารทราบผลการดำเนินงาน ปัญหาและความต้องการของลูกค้าแล้วนำผลทั้งหมดมาปรับปรุงแก้ไขซึ่งปัจจัยหลักของการบริการภายในโรงแรม คือ การจัดองค์กร ซึ่งครอบคลุมการบริหารจัดการทุกส่วน ทั้งพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมในการให้บริการลูกค้าทำให้สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการโรงแรมเริ่มแรกพนักงานทำการต้อนรับซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงเอกสารที่ต้องลงทะเบียนในการเข้าพัก โดยที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่ายและมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก ในส่วนของห้องต่างๆที่ให้บริการ เช่น ห้องพัก ห้องประชุมสัมมนามีการจัดอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม รวมถึงสถานที่ในการให้บริการเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย เช่น ห้องคาราโอเกะ ห้องออกกำลังกาย สปา เป็นต้น โดยมีการจัดสัดส่วนของห้องต่างๆได้อย่างเหมาะสมรวมถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆที่ทันสมัย ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 : 19) กล่าวว่า การจัดองค์กรเป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้นหรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากรสำหรับงานเพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ

2.3 จากการศึกษาคำคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะการให้บริการของโรงแรมมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้หลายช่องทางซึ่งทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากลูกค้าเกิดข้อสงสัยก็สามารถซักถามพนักงาน/เจ้าหน้าที่ได้ทันที โดยพนักงาน/เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการลูกค้ามีการดูแลเอาใจใส่และคอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าตลอดช่วงเวลาที่เข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 : 19) กล่าวว่า การนำเป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กร ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้นการนำจะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและใจผู้ใต้บังคับบัญชา เนื่องจากผลงานวิจัยที่ศึกษา พบว่า การกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดแรงจูงใจที่จะมาใช้บริการ



รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.4 จากผลการสัมภาษณ์ในด้านการควบคุมคุณภาพ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการประเมินพนักงานจากผลงานในเชิงปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด รวมถึงการควบคุมคุณภาพการให้บริการในทุกๆด้าน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้ให้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการให้ของทางโรงแรม ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาค้นคว้าคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครของลูกค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะลูกค้าได้รับการบริการจากทางโรงแรมอย่างใกล้ชิดและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการแจ้งข่าวสารหรือโปรโมชั่นของทางโรงแรมให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ เพื่อให้ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเข้าใช้บริการของทางโรงแรมอีกครั้ง ซึ่งข้อมูลของลูกค้าที่ลงทะเบียนในการเข้าพักถือเป็นความลับ ส่งผลให้ลูกค้ามีความเชื่อถือในการให้บริการ และสิ่งสำคัญอีกประการคือการรักษาความปลอดภัยของทั้งตัวลูกค้าและสิ่งของเครื่องใช้ของลูกค้า ทางโรงแรมจะมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการตลอด 24 ชม. จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทางโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมยศ นาวิการ (2544 : 24) กล่าวว่า เป็นความพยายามอย่างมีระบบ เพื่อกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน การออกแบบระบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นหลักประกันว่าทรัพยากรทุกอย่างขององค์กร ได้ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์กร เนื่องจากผลงานวิจัยที่ศึกษา พบว่า เป็นการใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อติดตามและแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 ด้านการบริการ จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะทางโรงแรมมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น ห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา เป็นต้น ซึ่งเป็นการให้บริการที่ลูกค้าทุกท่านจะได้รับอย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงมีการแนะนำร้านอาหาร สปา หรือกิจกรรมอื่นๆที่ทางโรงแรมได้จัดไว้บริการสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสิทธิประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุดาพร สุวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงประสงค์ของ



ผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมรีสอร์ทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้มาใช้บริการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่มาก ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ และพนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าผู้เข้ามาพักและใช้บริการในด้านต่างๆของโรงแรมฯ ตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญมณี ชำกรม (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น พบว่า ด้านการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ได้แก่ ห้องพักสะอาด สะดวกสบาย ที่จอดรถสะดวก กิริยามารยาทของพนักงาน มีบริการด้านอื่น ๆ ครบครัน และความหรรษาความทันสมัย และไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกรรทอง อัมวงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในระดับมาก อาจเป็นเพราะการให้บริการลูกค้าในแต่ละโรงแรมจะให้ความสำคัญในแต่ละด้านแตกต่างกัน จึงทำให้ผลการวิจัยมีความแตกต่างกัน

3.2 ด้านราคา จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะอัตราค่าบริการที่ทางโรงแรมได้กำหนดไว้ เป็นอัตราราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ลูกค้าได้รับ เช่น ราคาห้องพักที่มีราคาเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักแต่ละประเภท ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบที่เลือกใช้ในการประกอบเป็นอาหาร หรือเครื่องดื่ม รวมถึงค่าบริการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ซึ่งทางโรงแรมยังมีส่วนลดพิเศษซึ่งขึ้นอยู่กับช่วงโปรโมชั่นของบริการแต่ละประเภทอีกด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ ด้านสถานที่มากกว่าด้านราคา โดยกล่าวว่าราคาห้องพัก การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และราคาอาหารในห้องอาหาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญมณี ชำกรม (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กล่าวว่าด้านราคามีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก และค่าบริการมีหลายระดับราคาก็มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นกัน อาจเป็นเพราะปัจจัยในด้านราคาดังนั้นแต่ละโรงแรมจะให้ความสำคัญแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางโรงแรมอาจจะใช้วิธีการลดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาแตกต่างกัน



3.3 ด้านทำเลที่ตั้ง จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะโรงแรมที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ในทำเลที่ลูกค้าสามารถเห็นได้ชัดเจน ซึ่งอาจอยู่ติดถนนสายหลัก มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก ลูกค้าสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง โดยโรงแรมอาจอยู่ในย่านของศูนย์การค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีป้ายหรือสัญลักษณ์ของโรงแรมบอกไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชไมพร สมปิตตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญในเรื่องของทำเล ที่ตั้งของห้องอาหารที่สะดวกสบาย หาได้ง่าย มีป้ายบอกทางและป้ายชื่อห้องอาหารที่ชัดเจน และสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญมณี ชำกรม (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น กล่าวว่าด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ได้แก่ โรงแรมตั้งอยู่ในเมือง โรงแรมอยู่ติดถนนสายหลักเข้าออกได้หลายทาง และโรงแรมตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า อาจเป็นเพราะโรงแรมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งลูกค้าสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากกว่า จึงทำให้ผลการวิจัยเกิดความแตกต่างกัน

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะทางโรงแรมมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการของลูกค้า เช่น การจองห้องพักล่วงหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยลูกค้าสามารถเห็นภาพบรรยากาศของโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเข้าพัก โดยทางโรงแรมอาจจัดรายการพิเศษ หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการได้อีกทางหนึ่ง และเมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้ว ข้อมูลที่ลูกค้าใช้ลงทะเบียนเข้าพัก ทางโรงแรมจะใช้เป็นข้อมูลเพื่อแจ้งกิจกรรมหรือโปรโมชั่นพิเศษ รวมถึงการส่งข้อความขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของมาลี โชคเจริญ (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องการศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดกิจกรรมบริการสังคม การกระตุ้นให้มาเที่ยวพักผ่อน ออกงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขายบริการของโรงแรม จัดรายการพิเศษ เช่น เทศกาลอาหารและจัดโปรแกรมการขายในรูปแบบของราคา เช่น จัดแพคเกจการประชุม และการให้ความสำคัญกับสื่อ ได้แก่ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ตและสื่อโฆษณาภายใน ของโรงแรม



ต่างประเทศ ที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานครสูงกว่าโรงแรมไทย แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญมณี ชำกรม (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษ บัตรวีไอพี การลดราคา การจัดนิทรรศการ การประชุมสัมมนาต่าง ๆ การแถมอาหารมื้อใดมื้อหนึ่ง การให้ส่วนลดพิเศษในการบริการด้านอื่น ๆ และการสะสมโบนัสเพื่อแลกบริการ และไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปิตตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อยมาก อาจเนื่องมาจากโรงแรมเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว นักท่องเที่ยวที่เข้าพักหรือใช้บริการมีกำลังซื้อ หรือรายได้สูง จึงไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่อง การลด แลก แจกแถม มากนัก แต่จะเน้นในส่วนการให้บริการของพนักงาน จากผลการวิจัยทำให้เกิดความแตกต่างกับผลวิจัยท่านอื่นอาจเนื่องมาจากแต่ละ โรงแรมจะมีวิธีการดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการตลาดของแต่ละ โรงแรมว่าจะมีการจัดโปรโมชั่นในลักษณะใด หรือมีกิจกรรมใดที่จะสามารถจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่โรงแรมของตนเองอีกครั้ง จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

3.5 ด้านพนักงาน/บุคลากร จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะพนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจใส่ลูกค้า มีกริยามารยาทที่มาก พูดจาสุภาพ อ่อนหวาน ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ทันทีและชัดเจน ซึ่งหากเกิดปัญหาพนักงานจะสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันที รวมถึงการให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการในส่วนต่างๆ ของทางโรงแรมที่ได้จัดไว้บริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปิตตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา กล่าวว่า ในด้านพนักงานทางโรงแรมให้ความสำคัญในเรื่อง การมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ พนักงานมีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำ พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อความต้องการและแก้ไขปัญหาให้แขก พนักงานมีมารยาทที่มากในการพูดให้บริการแขก แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิเชียร เอียดไฝ (2547: บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่ลูกค้ากลุ่มประเทศในทวีปยุโรปเลือกใช้บริการโรงแรม เดอะ กะรน วิลล่า ภูเก็ต บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่าภาพรวมในด้านอรรถาธิบายของพนักงาน การสื่อสารของพนักงาน การแต่งกาย ลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง และในองค์ประกอบย่อยพบว่า มีปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจระดับมากที่สุด ในปัจจัยของการดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน การให้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

342

ต้อนรับของพนักงานห้องอาหาร อัฒยาชัยของพนักงานต้อนรับที่สนามบิน พนักงานที่ขายโปรแกรมทัวร์ พนักงานบริเวณสระว่ายน้ำ พนักงานบริการห้องอาหาร การสื่อสารของพนักงานต้อนรับ พนักงานสระว่ายน้ำ และการให้ข้อมูลระหว่างการเข้าพัก

3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะการให้บริการในทุกขั้นตอน ทางโรงแรมมีการวางแผนที่มากในการให้บริการ โดยมีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และรวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น การจัดเตรียมเอกสารลงทะเบียนเข้าพัก ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนหรือยุ่งยากมากนัก โดยเป็นการให้บริการเพียงจุดเดียว ซึ่งใช้เวลาไม่นานลูกค้าก็สามารถเข้าพักได้ทันที หรือเป็นการจัดเตรียมห้องประชุมสัมมนา โดยทางโรงแรมจะจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในทุกขั้นตอนของการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปินตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่า ในด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง ระบบ ขั้นตอน ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการสอบถามข้อมูลอาหารและเครื่องดื่ม ประสิทธิภาพในการตอบคำถามเกี่ยวกับการให้บริการ

3.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงแรมได้จัดเตรียมไว้มีความทันสมัย โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยห้องพักที่ให้บริการจะมีขนาดกว้างและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าไว้ครบ โดยมีอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพ สวยงาม ลูกค้าสามารถหยิบใช้ได้อย่างสะดวก สำหรับห้องประชุมสัมมนาทางโรงแรมมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า สำหรับบรรยากาศและการตกแต่งภูมิทัศน์ทั้งภายในและภายนอกโรงแรมก็เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการและเกิดความประทับใจเมื่อมาใช้บริการของทางโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปินตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความสวยงามของโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในโรงแรมที่ทันสมัย ความมีชื่อเสียงของโรงแรม ความสะดวกสบายภายในห้องอาหาร ความสวยงามของห้องอาหารต่างๆ มีที่จอดรถ ที่เพียงพอและสะดวกสบาย แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ



สุดาพร สุวัฒน์นอม (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา กล่าวว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีบริเวณที่สะอาดร่มรื่น มีอาคารที่กว้างขวางและสะอาด และมีระบบความปลอดภัยที่มาก ตามลำดับ ซึ่งทางโรงแรมอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมมากนัก จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่น้อยกว่าผลการวิจัยที่ได้ศึกษา

4. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

4.1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน

4.2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่า

4.2.1 ลูกค้าที่มีราคาห้องพักที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชลิตา พูลสวัสดิ์. (2549 : 12) กล่าวว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของการบริการกับราคา ซึ่งถ้าคุณค่าของการบริการสูงกว่า ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจใช้บริการ อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งลูกค้าบางกลุ่มอาจต้องการเพียงห้องพักที่ราคาไม่แพงนัก เพราะอยู่เพียงระยะเวลาสั้นๆ แต่ลูกค้าบางกลุ่มอาจเข้าพักหลายวัน จึงต้องการความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ อย่างครบครัน จึงทำให้ลูกค้ามีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้บริหารจึงต้องมีการวางแผนโครงสร้างการบริหารจัดการในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

4.2.2 ห้องพักที่ลูกค้าใช้บริการ และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของโรบบิ้น (Robbins. 2003 : 8) กล่าวว่า ผู้บริหารควรต้องออกแบบโครงสร้างองค์การ เพื่อให้การบริหารงานบรรลุจุดหมายแผนเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การนั้น อาจเป็นเพราะความแตกต่างของกลุ่มลูกค้าที่เข้าใช้บริการ โดยลูกค้าบางท่านอาจเดินทางมาเพียงคนเดียว และตัดสินใจ



เข้าใช้บริการเองในทันที จึงต้องการห้องพักเตียงเดี่ยว แต่ลูกค้าบางกลุ่มอาจมาเป็นหมู่คณะ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มบริษัทหรือคณะท่องเที่ยว ที่เป็นผู้จัดหาห้องพักให้ จึงทำให้ความต้องการห้องพักมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งทางโรงแรมจะต้องมีการจัดเตรียมห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับลูกค้า เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการเข้าใช้บริการของลูกค้า

4.2.3 ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านความควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของโรบบิ้น (Robbins. 2003 : 8) กล่าวว่า การควบคุมเป็นการระบียบกฎเกณฑ์มาดำเนินการหรือปฏิบัติตาม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร เป็นการเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ขององค์กร อาจเป็นเพราะลูกค้าเกิดความประทับใจในคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐาน จึงทำให้ลูกค้าเข้าใช้บริการโรงแรมบ่อยครั้ง แต่ลูกค้าบางท่านอาจเข้าใช้บริการโรงแรมเพียงไม่กี่ครั้ง จึงไม่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการเท่าไรนัก จึงทำให้ลูกค้าแต่ละท่านมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

4.2.4 ลูกค้าที่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการจัดองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชลิตา พูลสวัสดิ์. (2549 : 12) กล่าวว่า การให้บริการในธุรกิจโรงแรมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การบริการด้านกายภาพ และความพึงพอใจต่ออารมณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึกเฉพาะบุคคล เช่น การบริการของพนักงานชื่อเสียงของโรงแรม เป็นต้น การให้บริการจึงต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค จึงทำให้สามารถขายบริการนั้นได้ อาจเป็นเพราะลูกค้าแต่ละท่านมีเหตุผลที่เข้าใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน ซึ่งลูกค้าบางท่านอาจประทับใจในคุณภาพการให้บริการ บางท่านอาจคำนึงถึงความสะดวกสบาย หรือบางท่านอาจคำนึงถึงของราคาที่พักหรือบริการอื่นๆ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับมีความเหมาะสมกัน จึงทำให้องค์กรต้องมีการบริการจัดการที่มากและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด และกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีกครั้งหนึ่ง

4.3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า

4.3.1 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของปริญญา บัวทอง (2546 : บทคัดย่อ) เรื่องความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของร้านซิคเก้น ทริท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ได้รับการบริการในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านซิคเก้น ทริท สาขาฟิวเจอร์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

345

พาร์ค รังสิต ถึงแม้จะมีรายได้เท่าใด ก็สามารถใช้บริการของทางร้านได้ และพนักงานก็ให้บริการลูกค้าทุกท่านด้วยความเต็มใจ

4.3.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของดวงพร รัตติสร้อย (2548 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรม ป่าตองเมอร์ลิน จังหวัดภูเก็ต พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมป่าตอง เมอร์ลิน จังหวัดภูเก็ตด้านการต้อนรับและบริการไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการถึงแม้จะมีอายุที่แตกต่างกันไป แต่พนักงาน/บุคลากรจะให้บริการลูกค้าทุกท่านด้วยความเท่าเทียมกัน จึงทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน/บุคลากรของทางโรงแรม

4.3.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของปริญญา บัวทอง (2546 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของร้านซิคเก้น ทริท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต พบว่า การได้รับบริการในปัจจุบันด้านคุณภาพการบริการจากร้านซิคเก้น ทริท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต โดยรวมไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก หรืออยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการที่โรงแรมจะมีหลากหลายกลุ่ม ซึ่งมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากที่ตั้งของโรงแรมส่วนใหญ่สามารถเห็นได้ชัดเจน และหาง่าย จึงทำให้ลูกค้าทุกระดับสามารถเข้าใช้บริการโรงแรมได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

4.3.4 ลูกค้าที่มีอาชีพและที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่า ลูกค้าที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน

4.3.5 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของปริญญา บัวทอง (2546 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของร้านซิคเก้น ทริท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันได้รับบริการในปัจจุบันด้านคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีทุกกลุ่มโดยมีทั้งโสดและสมรส ซึ่งราคาของอาหารที่ให้บริการจะมีราคาที่ไม่แพงมากนัก ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวสามารถซื้อไปบริโภคได้ จึงทำให้ลูกค้าที่ความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน



4.3.6 ลูกค้าที่มีประเภทของลูกค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของดวงพร รัตติสร้อย (2548 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของโรงแรม ป่าตองเมอร์ลิน จังหวัดภูเก็ต พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของโรงแรมป่าตอง เมอร์ลิน จังหวัดภูเก็ต ด้านการต้อนรับและบริการ ด้านสถานที่ ที่ให้บริการ และด้านการบริการข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้ บริการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว/องค์กร จึงมีความต้องการในด้านสถานที่

4.4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรม ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่า

4.4.1 ลูกค้าที่มีราคาห้องพักที่ใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการ บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้าน กระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ประเภทโรงแรมแบ่งตามราคาของนาตยา เกตุสมบุญณ์. (2549 : 21) และ ชาญญา แซ่หุุ่น. (2542 : 156) กล่าวว่า จากอัตราการคิดค่าห้องพักที่โรงแรมกำหนดนี้ แม้จะไม่สามารถแสดงถึงลักษณะ กิจการได้อย่างถูกต้องเสมอไป แต่สามารถบอกได้ในระดับหนึ่งถึงคุณภาพการบริการที่ย่อมมี ความสัมพันธ์กับปริมาณและคุณภาพของการบริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการคิดอัตราค่าบริการนั้นจะ ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านต่างๆ ขึ้นอยู่กับคุณภาพและความเหมาะสมของปัจจัยนั้นๆ

4.4.2 ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความ พึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ บริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่า ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการ ส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของนาตยา เกตุสมบุญณ์ และ ชาญญา แซ่หุุ่น กล่าวว่า โรงแรมในเมือง เป็น โรงแรมที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง ลูกค้าส่วนมากเป็นนักธุรกิจและ นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความสะดวกสบายในการติดต่อธุรกิจและการจับจ่ายซื้อของตาม ห้างสรรพสินค้า ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการบางส่วนจะมาจากต่างจังหวัดโดยจะใช้โรงแรมเป็นสถานที่ พักผ่อนในระยะเวลาสั้นๆ

4.4.3 ลูกค้าที่มีห้องพักที่ใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง แยกต่างหาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนาตยา เกตุสมบุญณ์. (2549 : 40) กล่าวว่า เดียงเดี่ยว คือ เดียงที่สามารถนอนได้เพียงคนเดียว หรือห้องพักสำหรับแขกคนเดียว ถึงแม้ว่าจะใช้เตียงแบบ



Twin หรือ แบบ Double Bed แต่จะคิดในอัตราพักคนเดียว ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคล แต่ส่วนมากลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยเดินทางมาคนเดียวจะนิยมเลือกเตียงเดี่ยว เพราะอัตราค่าบริการไม่แพงและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ และลูกค้าจะเลือกโรงแรมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลัก เพราะสะดวกต่อการเดินทาง

4.4.4 ลูกค้าที่มีลักษณะการจองห้องพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน/บุคลากรแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่าลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลด้านราคา ด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการจะมีการจองห้องพักล่วงหน้าเพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการจึงต้องการการบริการจากพนักงานที่คอยดูแลเอาใจใส่ และคอยอำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่

4.4.5 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่า ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลด้านราคา ด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดประเภทโรงแรมของนาตยา เกตุสมบุญ. (2549 : 21) และ ฐัญญา แซ่หุ่. (2542 : 156) กล่าวว่า โรงแรมสำหรับพักชั่วคราวเป็นสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่พักเป็นระยะเวลาสั้นๆ ไม่กี่วัน จึงจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่จะได้รับจากการเข้าใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งลูกค้าจะต้องได้รับประโยชน์สูงสุด

4.4.6 ลูกค้าที่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรมต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพนักงาน/บุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมของลูกค้าโรงแรมของมณฑกานติ แลนแคสเตอร์. (2548 : 52) กล่าวว่า พฤติกรรมของลูกค้าโรงแรมประเภทองค์กร จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มนี้จะเป็นการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว จึงมีลูกค้าซึ่งเป็นคณะทัวร์จำนวนมากจึงจะเข้ามาใช้บริการที่โรงแรมอย่างต่อเนื่อง 2) บริษัท ซึ่งจะใช้บริการของโรงแรมในด้านการประชุมขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ และใช้เวลาวางแผนล่วงหน้าไม่นานนัก แต่มีการใช้บริการเป็นระยะ 3) สมาคม จะมีการจัดประชุมแบบคอนเวนชัน และมักจะเลือกสถานที่จัดการ



ประชุมประมาณ 2-5 ปีล่วงหน้า จึงใช้บริการของโรงแรมไม่บ่อยนัก และ 4) หน่วยงานรัฐบาลจะใช้บริการของโรงแรมสำหรับการประชุมขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งจะใช้บริการของโรงแรมเป็นระยะ เนื่องจากต้องมีการเปลี่ยนสถานที่ในการประชุมเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม จึงทำให้ลูกค้าแต่ละประเภทที่กล่าวมามีความถึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ

4.4.7 ลูกค้าที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่าลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ด้านราคา ด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตัวเองในการมาใช้บริการ จึงต้องทำการพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในปัจจัยต่างๆของทางโรงแรมเป็นสำคัญ แต่หากเป็นการตัดสินใจโดยบุคคลอื่น ก็จะเป็นหน้าที่ของบุคคลที่ต้องรับผิดชอบในส่วนของการพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆที่ลูกค้าจะได้รับ จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่พักอาศัยปัจจุบัน และประเภทของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีหลากหลายกลุ่ม ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมการใช้บริการที่คล้ายๆกัน และมีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์ (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

6. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรม ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า และด้านการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤมล บัวจันทร์. (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร



จัดการของ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ด้านการวางแผน ควรมีการนำเสนอบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากการให้บริการของโรงแรมอื่นๆ และควรมีการวางแผนสำหรับการให้บริการที่ควรมีขั้นตอนที่ไม่สลับซับซ้อน ควรมีการปรับวิธีและขั้นตอนการให้บริการให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

1.2 ด้านการจัดองค์กร ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเป็นระยะ โดยแยกการฝึกอบรมเป็นคอร์สในแต่ละด้านของการให้บริการ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และพนักงานสามารถที่จะตอบข้อซักถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจนรวมถึงสามารถให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจในทุกๆบริการที่ทางโรงแรมได้จัดเตรียมไว้เพื่อบริการแก่ลูกค้า

1.3 ด้านการนำ/จูงใจลูกค้า ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่สำหรับให้บริการลูกค้าโดยเฉพาะ โดยเจ้าหน้าที่นั้นจะต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการในทุกๆด้านของโรงแรม เพื่อที่จะสามารถให้คำแนะนำและให้บริการลูกค้าได้ได้อย่างถูกต้อง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อมาใช้บริการ โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาไปใช้บริการหลายๆจุด

1.4 ด้านการควบคุมคุณภาพ ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในทุกจุดรอบบริเวณโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการมาใช้บริการ รวมถึงการติดกล้องวงจรปิดเพื่อตรวจสอบความปลอดภัยในทุกๆจุด โดยเฉพาะบริเวณห้องพัก เพื่อที่จะสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับได้หากเกิดข้อผิดพลาด

1.5 ด้านการบริการ ควรมีการจัดเตรียมพนักงานเดินกระเป่า โดยเมื่อลูกค้ามาถึงหน้าเคาน์เตอร์ จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ โดยการลงทะเบียนเข้าพักจะต้องมีขั้นตอนที่รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก แลแต่ละเมื่อลงทะเบียนเสร็จก็จะสามารถเข้าใช้บริการห้องพักได้ทันที โดยมีพนักงานคอยให้บริการในส่วนของสัมภาระต่างๆ ที่ลูกค้านำมา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

1.6 ด้านราคา ควรมีการกำหนดอัตราสำหรับบริการเสริมอื่นๆ ไว้สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น บริการซักรีด บริการห้องอินเทอร์เน็ต หรือ WIFI ในราคาที่ไม่แพงมากนัก

1.7 ด้านทำเลที่ตั้ง ควรมีการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งควรมีการจัดบริเวณสำหรับทางเข้า ออกของรถยนต์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และควรมี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

350

การจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสำหรับดูแลรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

1.8 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับทางโรงแรม โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่มาก และเมื่อลูกค้าเดินทางกลับควรมีจดหมายหรือข้อความขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการของทางโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และมีทัศนคติที่มากกับทางโรงแรมยิ่งขึ้น

1.9 ด้านพนักงาน/บุคลากร ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

1.10 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการวางแผนเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ ในทุกขั้นตอน เพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อน ยุ่งยากและใช้เวลานานเกินไป โดยทุกขั้นตอนลูกค้าจะต้องสามารถเข้าใจและปฏิบัติตามได้ง่ายและใช้เวลาที่รวดเร็ว

1.11 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งที่อยู่ภายในห้องพักของลูกค้า จะต้องมีความสวยงาม และมีรูปแบบที่สวยงาม และจัดวางในบริเวณที่ลูกค้าสามารถหยิบใช้ได้สะดวก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อจูงใจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นจึงทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครลดลง จึงควรมีการศึกษาถึงเรื่องดังกล่าวเพื่อจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอีกครั้ง

2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น ของลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถต่อสู้กับคู่แข่งชั้นรายเดิม และคู่แข่งชั้นที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน