

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยและข้อมูลบุคคลของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลการใช้บริการ ด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ จำนวน 245 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ ค่าที ค่าเอฟและค่าแอลเอสดี

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ มีผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการ สรุปว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี ศีรษะระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 8,000 – 15,000 บาท และมีสถานภาพสมรสเป็นโสด
2. ข้อมูลของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา สรุปว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อมาประชุม/สัมมนา โดยบริษัทหรือที่ทำงาน เป็นผู้จัดหาให้ สำหรับการจัดเลี้ยงและสัมมนาให้โรงแรมเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ผู้มาใช้บริการมีความถี่ในการใช้บริการการจัดเลี้ยงและสัมมนา 1 – 3 ครั้งต่อปี โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการของ โรงแรมแห่งนี้เพราะใกล้ที่ตั้งของหน่วยงานหรือที่พักอาศัย
3. ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจการจัดเลี้ยงและสัมมนาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน สรุปว่า ด้านพนักงาน/บุคลากร ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มากที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านทำเลที่ตั้ง ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ของโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการ สรุปได้ ดังนี้

4.1 ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

4.2 ผู้มาใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน และผู้มาใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 ผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน และผู้มาใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ผู้ใช้มาบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน และผู้มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ของโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ สรุปได้ว่า

5.1 ประเภทของผู้ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน และประเภทของผู้ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ประเภทของผู้ใช้บริการในการจัดเลี้ยงและสัมมนาต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่าง และประเภทของผู้มาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านกระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 ความถี่ในการใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ต่างกัน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่าง

5.4 ลักษณะการจัดเลี้ยงและสัมมนาต่างกันผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่าง และลักษณะการจัดเลี้ยงและสัมมนาต่างกันผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.6 เหตุผลที่เลือกใช้บริการของโรงแรมแห่งต่างกันผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนา ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างส่วนเหตุผลที่เลือกใช้บริการของโรงแรมต่างกันผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ ครั้งนี้ พบว่า ผู้มาใช้บริการทางด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ มีความพึงพอใจในการมาใช้บริการทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในหัวข้อย่อยผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในหัวข้อดังกล่าวซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยอภิปรายผลในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านพนักงาน/บุคลากรผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาที่โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องจากในการจัดเลี้ยงและสัมมนาเมื่อผู้มาใช้บริการเข้ามาติดต่อการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมฯ ฝ่ายขายจะนำเสนอห้องจัดเลี้ยงและสัมมนาพร้อมรายการอาหารที่โรงแรมจัดไว้เป็นชุดๆ ที่เหมาะสมกับงาน ในกรณีที่ผู้มาใช้

บริการต้องการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมห้องจัดเลี้ยงและสัมมนาหรือรายการอาหารบางรายการ ฝ่ายขายจะขอรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงโดยโรงแรมสามารถตอบสนองได้แต่ค่าใช้จ่ายอาจเพิ่มขึ้น โดยมีขั้นตอนการเตรียมงานอย่างเป็นระบบผ่านแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมจะประสานงาน เพื่อให้การจัดเลี้ยงและสัมมนามีประสิทธิภาพและเป็นไปตามข้อตกลง อีกทั้งพนักงานของโรงแรมได้บริการผู้มาใช้บริการทุกคนด้วยความเต็มใจและเท่าเทียมกัน ประกอบกับการเน้นให้พนักงานต้องมีความรู้รอบตัวในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยพนักงานจะสามารถตอบข้อคำถามเกี่ยวกับการให้บริการและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเลี้ยงของโรงแรมแก่ผู้มาใช้บริการได้ทันที รวมทั้งโรงแรมได้มีการจัดพนักงานบริการให้เพียงพอต่อจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการเพื่อสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงและประทับใจ จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจในบริการของพนักงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชไมพร สมปิ่นตา (2551 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปาพบว่าในด้านพนักงานทางโรงแรมให้ความสำคัญในเรื่อง การมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ พนักงานมีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำ พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อความต้องการและแก้ไขปัญหาให้แขก พนักงานมีมารยาทที่มากในการพูดให้บริการแขก

2. ด้านราคาผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนามีความพึงพอใจในด้านราคาของโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากโรงแรมได้กำหนดราคาและอัตราค่าบริการตามชนิดของรายการอาหารและเครื่องดื่มในการจัดเลี้ยงและสัมมนารวมถึงระยะเวลาการใช้ห้องจัดเลี้ยงและสัมมนา ไว้ดังนี้ 1) กรณีจัดเลี้ยงและสัมมนาจะคิดอัตราขั้นต่ำรวมกับค่าอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจนแล้วและเป็นอัตราตายตัวแต่การจัดเลี้ยงและสัมมนาต้องมีจำนวนคนในการจัดเลี้ยงฯ ต้องไม่ต่ำกว่า 40 คน และมี อัตราาราคาขั้นต่ำต่อคนไว้ที่ 450 บาทต่อคนและสูงสุดไม่เกิน 850 บาทต่อคน และ 2) กรณีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะต้องไม่ต่ำกว่า 10 โต๊ะและมีอัตราราคาขั้นต่ำกำหนดไว้ที่ 7,500 บาท ต่อโต๊ะและสูงสุดไม่เกิน 9,500 บาท โดยราคาเป็นไปตามข้อตกลงตั้งแต่เริ่มขั้นตอนการจองห้องจัดเลี้ยงและสัมมนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิธิณี เตชะจรินทร์ (2545 : 71) กล่าวว่า การจัดเลี้ยงเป็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มในโอกาสพิเศษส่วนใหญ่จัดในโรงแรมที่มีสถานที่กว้างขวางโดยอาจจะเป็นงานเลี้ยงอาหารมื้อกลางวันหรือมื้อเย็น สำหรับข้อดีของการจัดเลี้ยง คือ สถานบริการรู้ล่วงหน้าเกี่ยวกับเวลาที่จัดให้บริการ มีจำนวนของผู้ใช้บริการแน่นอน มีรายการอาหารที่ต้องการและตกลงราคาก่อนการบริการจึงสามารถเตรียมอาหาร เครื่องมือ เครื่องดื่ม อุปกรณ์และสถานที่ได้ถูกต้องและพอเหมาะกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของเพนนี่ อะดรีน (Payne Adrian) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ คือ ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภค

จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ผลลัพธ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น, ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ,ภาวะการแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาที่มีความพึงพอใจ ในด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากโรงแรมฯ ได้ให้ส่วนลดพิเศษแก่ผู้มาใช้บริการที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการประจำอย่างต่อเนื่อง หรือลูกค้าที่มาใช้บริการจัดเลี้ยงและหรือสัมมนาในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการห้องจัดเลี้ยงและสัมมนาของโรงแรมช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ คริสต์มาส สงกรานต์ ฯ ซึ่งถือเป็นการดึงดูดใจแก่ผู้มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต และปัจจัยสำคัญอีกประการคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของโรงแรมผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น สื่อทางอินเทอร์เน็ต ผ่านฝ่ายขาย เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมของทางโรงแรมได้อย่างต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มาลี โชกเจริญ (2543 : บทคัดย่อ) เรื่องการศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดกิจกรรมบริการสังคม การกระตุ้นให้มาเที่ยวพักผ่อน ออกงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ขยายบริการของโรงแรม จัดรายการพิเศษ เช่น เทศกาลอาหารและจัดโปรแกรมการขายในรูปแบบของราคา เช่น จัดแพ็คเกจการประชุม และการให้ความสำคัญกับสื่อ ได้แก่ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาภายใน ของโรงแรมต่างประเทศ ที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานครสูงกว่าโรงแรมไทย

4. ด้านการกระบวนการให้บริการผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนาที่มีความพึงพอใจ ในกระบวนการให้บริการของโรงแรมมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากโรงแรมฯ ได้จัดเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงานแผนกจัดเลี้ยงของโรงแรม ให้มีความพร้อมในการให้บริการแบบมืออาชีพ โดยโรงแรมได้จัดฝึกอบรม และมีการประเมินการปฏิบัติงานโดยมีหัวหน้างานเป็นผู้ประเมิน โดยจะยึดนโยบายและมาตรฐานการบริการของโรงแรม ประกอบกับฝ่ายจัดเลี้ยงมีระบบ/ขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานซึ่งพนักงานต้องปฏิบัติตามโดยเคร่งครัด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุดาพร สุวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงประสงค์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรงแรมรีสอร์ทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาพบว่า ผู้มาใช้บริการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่มาก ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ และพนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าผู้เข้ามาพักและใช้บริการในด้านต่าง ๆ ของโรงแรมฯ ตามลำดับและสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543 :

145) กระบวนการให้บริการลูกค้า เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน และความหลากหลาย ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็ว ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความอิสระ และความยืดหยุ่น เช่น สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว

5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนามีความพึงพอใจในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากทางโรงแรมมีห้องจัดเลี้ยงและสัมมนาที่มีหลายขนาด หลายแบบ และมีความจุเพียงพอตามความต้องการ โดยผู้มาใช้บริการสามารถติดต่อได้จากฝ่ายขายเพื่อขอรายละเอียดหรือติดต่อขอคู่มือสถานที่ในกรณีนำอุปกรณ์มาตกแต่งสถานที่เพิ่มเติมหรืออาจจะวางแผนในการจัดเตรียมงานเบื้องต้น โดยอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงแรมได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกโดยมีพนักงานที่เกี่ยวข้องคอยอำนวยความสะดวกซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รุ่งกานต์ ชัยมงคล (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามระดับความสำคัญ ได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเรียน ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม การออกแบบพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการใช้บริการ

6. ด้านทำเลที่ตั้งผู้มาใช้บริการด้านการจัดเลี้ยงและสัมมนามีความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ อยู่ในระดับมากเนื่องจากโรงแรมอยู่ในทำเลที่ถูกค้าสามารถเห็นได้ชัดเจน ซึ่งอาจอยู่ติดถนนสายหลัก มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก ผู้มาใช้บริการสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง โดยโรงแรมอาจอยู่ในย่านของศูนย์การค้า ซึ่งมีป้ายหรือสัญลักษณ์ของโรงแรมบอกไว้อย่างชัดเจนสถานที่จอดรถที่สามารถรองรับได้ 400 คัน แต่หากมีรถที่เข้ามาใช้บริการเกินความจุของสถานที่จอดรถของโรงแรมสามารถนำไปจอดในบริเวณใกล้เคียงได้เช่น โรงเรียนวัดดอนเมืองและวัดดอนเมือง ซึ่งอยู่ติดกับโรงแรมโดยโรงแรมจะมีเจ้าหน้าที่ของโรงแรมอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาของงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชไมพร สมปิตตา (2551 : บทคัดย่อ) เรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญในเรื่องของทำเล ที่ตั้งของห้องอาหารที่สะดวกสบาย หาได้ง่าย มีป้ายบอกทางและป้ายชื่อห้องอาหารที่ชัดเจน และสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและการประมวลผลที่ได้ศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการด้านจัดเลี้ยงและสัมมนาโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ ในด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหาร สามารถนำมาปรับปรุงแก้ไขหรือปรับปรุง โดยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ มีดังนี้

1. ด้านพนักงาน/บุคลากร ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับกิริยามารยาทในการให้บริการ และความรู้ในงานบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจ

2. ด้านราคา ควรมีการกำหนดอัตราพิเศษสำหรับผู้มาใช้บริการจัดเลี้ยงและสัมมนาสำหรับบริการเสริมอื่น ๆ เช่น บริการถ่ายเอกสาร, แฟกซ์, บริการห้องอินเทอร์เน็ต หรือ WIFI ในราคาที่ไม่แพงมากนัก

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้มีส่วนร่วมกับทางโรงแรมอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจเช่น บัตรลดราคาพิเศษ, จัดกิจกรรมร่วมลุ้นรางวัลพิเศษ, บัตร VIP สำหรับผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่องจะได้รับส่วนลดต่าง ๆ เพื่อดึงดูดและสร้างทัศนคติที่ดีกับทางโรงแรมยิ่งขึ้น

4. ด้านกระบวนการให้บริการ ทางโรงแรมควรมีการจัดระบบการจองห้องจัดเลี้ยงสัมมนาให้มีขั้นตอนที่ง่าย สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งอาจทำเป็นฐานข้อมูลเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาชมห้องจัดเลี้ยงในแบบต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วย ซึ่งหากลูกค้าสนใจห้องจัดสัมมนาแบบใดก็สามารถติดต่อพนักงานที่ให้บริการการจองห้องจัดเลี้ยงสัมมนาได้โดยตรง เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และสามารถตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีการซ่อมแซมการรั่วซารุดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมไว้ให้บริการ และควรมีการทดสอบเครื่องเสียงหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้ให้พร้อมก่อนที่จะมีการจัดงานและการจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เพียงพอและจัดระเบียบสะดวกและง่ายต่อการใช้งานและ รวมถึงควรมีการจัดห้องน้ำให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการของทางโรงแรมอีกครั้งในอนาคต

6. ด้านทำเลที่ตั้ง โรงแรมอมารีดอนเมือง ถึงแม้จะตั้งอยู่ติดถนน ซึ่งอยู่ในแหล่งชุมชนและมองเห็นได้ชัดเจน แต่ก็ยังมีอาคารสูงมาบังตัวโรงแรมบางส่วน ทำให้บางครั้งผู้มาใช้บริการหาโรงแรมไม่เจอ จึงควรทำป้ายบอกเส้นทางของทางโรงแรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดพื้นที่ของสถานที่จอดรถให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อรองรับจำนวนของผู้มาใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับการตลาดเพื่อจูงใจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกเหนือจากการจัดเลี้ยงและสัมมนา เพราะเนื่องจากเหตุการณ์ที่มีการย้ายสนามบินไปสุวรรณภูมิ จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ ลดลง จึงควรมีการศึกษาถึงเรื่องดังกล่าว เพื่อจูงใจให้ผู้มาใช้บริการกลับมาใช้

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น ของลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุง และพัฒนาการรูปแบบการจัดเลี้ยงและสัมมนา เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งชั้นบริเวณใกล้เคียง และ คู่แข่งขันที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน