



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 5

## สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ายในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้ายต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้ายต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าย 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าย 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้าย 7) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ายกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ายในจังหวัดสุพรรณบุรี และ 8) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้ายต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ายต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ายของโรงแรมคุ้มสุพรรณและโรงแรมศรีอุทองแกรนด์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งหมด 385 ชุด เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าที, ค่าเอฟ, ค่าไค-สแควร์ ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่า Cramer's V สำหรับวัดขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าย

ลูกค้ายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ลูกค้ายส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

#### 2. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้าย

ลูกค้ายส่วนใหญ่มีผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม คือ ผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ปัจจัยการตลาดที่ใช้เลือกโรงแรม คือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ราคาห้องพัก 1,000 – 1,500 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 มีจำนวน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

120

ผู้ร่วมเดินทาง 2 – 3 คน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 และระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6

### 3. ระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี

ระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีผลต่อความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน

### 4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้านักที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี

ระดับความพึงพอใจของลูกค้านักที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน

5. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านัก พบว่า

5.1 ลูกค้านักที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้านักที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้านักที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

5.4 ลูกค้านักที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

5.5 ลูกค้านักที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยแตกต่างกัน

5.6 ลูกค้านักที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้านักต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จองใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

122

7.4 ลูกค้ำที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการบริการ ด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน

7.5 ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการเข้าพักแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

8. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า

8.1 เพศของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ

8.2 อายุของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า อายุของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำเรื่องปัจจัยการตลาดที่เลือกโรงแรมอยู่ในระดับต่ำ

8.3 ระดับการศึกษาของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ

8.4 อาชีพของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ

8.5 รายได้ต่อเดือนของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า รายได้ต่อเดือนของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำเรื่องจำนวนผู้ร่วมเดินทางอยู่ในระดับต่ำ

8.6 ภูมิลำเนาของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้ำ

9. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีกับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี

การหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีกับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูงถึงระดับต่ำมาก ส่วนด้านการจัดการสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูงมากถึงระดับต่ำมาก ส่วนด้านการแนะนำ/จูงใจ มีความสัมพันธ์กับระดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

123

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับค่อนข้างสูงถึงระดับต่ำมาก และส่วนด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับค่อนข้างสูงถึงระดับต่ำมาก

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของลูกค้าส่วนใหญ่มีผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม คือ ผู้ร่วมเดินทาง ปัจจัยการตลาดที่ใช้เลือกโรงแรม คือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ราคาห้องพัก 1,000 – 1,500 บาท จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2 – 3 คน และระยะเวลาในการเข้าพัก 3 – 4 คืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรทอง อัมวงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นหมู่คณะฯ ละ 2-4 คน ใช้บริการห้องพักราคาต่ำกว่า 900 บาท และใช้บริการห้องพักแบบเตียงคู่ มีการจองห้องพักล่วงหน้า ระยะเวลาเข้าพักต่อครั้งระหว่าง 1-2 คืน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรมระหว่าง 1-2 ครั้งต่อปี ได้ข้อมูลการบริการห้องพักจากใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ ผู้ใช้บริการตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกเข้าพักโรงแรม

2. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ ด้านการแนะนำ/จูงใจ และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

2.1 ด้านการวางแผน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องผู้บริหารโรงแรมรับฟังคำแนะนำจากลูกค้า และผู้บริหารโรงแรมให้ความสนใจกับปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา สุภภรณ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโรงแรมคือการวางวัตถุประสงค์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างกลยุทธ์ และการตัดสินใจสรรหาแนวทางในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยแผนงานอาจมีความแตกต่างกันในด้านระยะเวลา เช่น แผนระยะยาว หรือแผนระยะสั้น เป็นต้น ตลอดจนมีความแตกต่างกันตามหน้าที่ทางธุรกิจ เช่น แผนการเงิน แผนการตลาด หรือแผนการผลิต เป็นต้น

2.2 ด้านการจัดการสถานที่ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องมีที่จอดรถกว้างขวาง และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และการบริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญมณี สงวนวงศ์วาน (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

124

โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ด้านการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ได้แก่ ห้องพักสะอาด สะดวกสบาย ที่จอดรถสะดวก กิริยามารยาทของพนักงาน มีบริการด้านอื่นๆ ครบครัน และความหรรหาคความทันสมัย

2.3 ด้านการแนะนำ/จงใจ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย สถานที่ภายนอกโรงแรมสวยงามดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียงของโรงแรม รองลงมา เป็น โรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อ โรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

2.4 ด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย มีระบบ Key card ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสินินาถ ดันตราพล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมดมีความพึงพอใจในระบบการรักษาความปลอดภัยบริเวณรอบ ๆ โรงแรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือระบบควบคุมกุญแจห้องพักที่มีประสิทธิภาพ

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาเป็นการมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก

3.2 ด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องแสดงราคาห้องพักชัดเจน และห้องพักมีหลายระดับราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ราคาห้องพัก รองลงมาเป็นการแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจนและราคาอาหารในห้องพัก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

125

3.3 ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องป้ายชื่อและสัญลักษณ์แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน และสถานที่ตั้งโรงแรมค่อนข้างง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียงของโรงแรม รองลงมาเป็นโรงแรมเปิดให้บริการมานานและการมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรินยา ละอองอินทร์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อโรงแรมอมารีริต้า จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยทุกด้านของโรงแรม คือ สถานที่ตั้ง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องการแนะนำ/เสนอขายของพนักงานขาย และการแนะนำ/เยี่ยมเยียนลูกค้าโดยพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรภัส ศิลป์ศรีกุล (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาโครงสร้างตลาด พบว่า สำหรับกลยุทธ์การตลาดต่างด้านๆ ที่มีความสำคัญมากต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ การให้ความสำคัญกับพนักงานขายในการเสนอขายบริการต่าง ๆ การมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการเป็นอย่างดี และการเป็นพันธมิตรกับโรงแรมอื่น

4. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน ยกเว้นลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรินยา ละอองอินทร์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อโรงแรมอมารีริต้า จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน ระดับความพึงพอใจก็แตกต่างกันด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จะมีระดับความพึงพอใจสูงสุด

5. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน ยกเว้นลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

126

ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรทอง อัมวงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ที่แตกต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของโรงแรมแตกต่างกัน

6. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรม ปัจจัยการตลาดที่ใช้เลือกโรงแรม และระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน ยกเว้นลูกค้าที่มีราคาห้องพัก และจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ โรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรทอง อัมวงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการ พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน การเลือกชื่อโรงแรมเข้าพักแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสื่อ/ช่องทางที่ได้รับข้อมูลของโรงแรมแตกต่างกัน

7. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมของลูกค้าในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมของลูกค้าในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนอายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมของลูกค้าเรื่องปัจจัยการตลาดที่ใช้เลือกโรงแรม อยู่ในระดับต่ำ และรายได้ต่อเดือนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมของลูกค้าเรื่องจำนวนผู้ร่วมเดินทางอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีนยา ละอองอินทร์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อโรงแรมอมารีริณคำ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของโรงแรม ผู้วิจัยเลือกทำการวิจัยปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเพียงด้านเดียว เนื่องจากปัจจัยด้านนี้มีความสำคัญและเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรให้เกิดการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรม





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

127

8. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีกับระดับความพึงพอใจของของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการวางแผน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของของลูกค้าต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูงถึงระดับต่ำมาก ส่วนด้านการจัดการสถานที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับสูงมากถึงระดับต่ำมาก ส่วนด้านการแนะนำ/จูงใจ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับค่อนข้างสูงถึงระดับต่ำมาก และส่วนด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีในระดับค่อนข้างสูงถึงระดับต่ำมาก ทั้งนี้การบริการมีลักษณะที่ไม่แน่นอน จะขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไรที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ใช้บริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

## ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับการศึกษาพฤติกรรมและมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. ด้านการบริการ โรงแรมควรปรับปรุงห้องพักให้สะอาด มีความสะดวกสบาย นำเข้าพักอาศัย และต้องปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ประกอบกัน เช่น สถานที่จอดรถเพียงพอ กิริยามารยาทของพนักงาน รวมทั้งปรับปรุงโรงแรมให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ควรปรับปรุงอุปกรณ์ในห้องน้ำ ระบบน้ำและเครื่องทำน้ำอุ่นให้มีสภาพที่ใช้งานได้ดี ตลอดจนเครื่องปรับอากาศในห้องพักเสียงต้องไม่รบกวน และมีอุณหภูมิที่เหมาะสม และห้องพักควรมีแสงสว่างเพียงพอ ห้องพักต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีกลิ่นที่สะอาดตลอดเวลา และอุปกรณ์ภายในห้องพักควรมีการปรับปรุงให้สะอาดทันสมัยได้มาตรฐาน ตกแต่งให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม และควรมีบริการเพิ่มเติมในเรื่องของอินเทอร์เน็ต สระว่ายน้ำ และร้านเสริมความงาม

2. ด้านราคา ในการกำหนดราคาค่าบริการต้องมีความเหมาะสมกับการบริการ หรือกำหนดราคาให้ต่ำกว่าการบริการเล็กน้อย จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับบริการเกินคุ้ม และควรกำหนดอัตราค่าบริการให้มีหลายระดับราคา เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาเลือกใช้บริการ จำเป็นที่ควรตั้งราคาให้อยู่ในระดับคงที่ เพื่อรักษามาตรฐาน และสร้างภาพพจน์ให้แก่กิจการ การ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

128

ตั้งราคาห้องพักและห้องอาหาร ควรตั้งราคาโดยพิจารณาจากตลาดและคู่แข่ง หรือตั้งราคาให้แตกต่างกับผู้แข่งขัน

3. ด้านทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ หากมีการขยายตัวสร้างโรงแรมแห่งใหม่ ควรจะตั้งอยู่ในเมือง อยู่ติดถนนสายหลัก หรือตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก ควรปรับปรุงในเรื่องของป้ายบอกทางเข้า-ออกโรงแรมให้เห็นชัดเจน สถานที่จอดรถให้เพียงพอมีความสะดวกและปลอดภัยมากขึ้นและควรจัดทำป้ายแสดงเส้นทางมีโบรชัวร์ หรือแผนผังแสดงที่ตั้งของโรงแรม สำหรับแจกจ่ายไว้ในสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง หรือแหล่งท่องเที่ยว เพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก ควรมีบริการรถรับ-ส่งถึงสถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการดำเนินการกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรดำเนินการด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านนี้แตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้ว รายการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษแก่วีไอพี และการลดราคา ซึ่งจะมีผลมากกว่ารายการส่งเสริมการตลาดรายการอื่น ๆ หากจะจัดรายการอื่น ๆ ควรพิจารณาจัดตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเพื่อความเหมาะสม และมีประสิทธิผล ควรมีของขวัญแจกในเทศกาลต่างๆ หรือมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพักในครั้งต่อไป และควรจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อจัดส่งข้อมูลข่าวสารของโรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม รวมทั้งส่งบัตรอวยพรและของขวัญตามเทศกาลสำคัญต่างๆ เพิ่มการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว โฆษณา/แผ่นพับ หรือการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และการทำบัตรสมาชิก บัตรสะสมแต้ม และบัตร V.I.P. เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้เป็นส่วนลดพิเศษเมื่อเข้าพัก เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมแต่ละโรงแรม

2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดอื่น เช่น กรุงเทพฯ เนื่องจากในกรุงเทพฯ มีความเติบโตของธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมค่อนข้างมาก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจ ปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงให้ธุรกิจโรงแรมมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

129

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เคยมาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรีแล้ว และเดินทางกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำอีกครั้ง ว่าผู้บริการมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของโรงแรมเช่นเดิมอีกหรือไม่ มีข้อบกพร่องใดบ้างที่ต้องการให้ทางผู้ประกอบการต้องเร่งแก้ไขหรือคงไว้ซึ่งมาตรฐานของการบริการที่ดีอยู่แล้ว