

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปางโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานขายที่มารับบริการ โรงแรมทั้ง 15 แห่งในเขตพื้นที่อำเภอเมืองลำปาง โดยพิจารณาเลือกโรงแรมที่มีปริมาณการเข้าพักของพนักงานขายสูงและเป็นโรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 30 ห้อง จะทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) ในสัดส่วนละเท่าๆกันคือโรงแรมละ 26 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.08 มีสถานภาพโสด มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.69 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 60.51 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.92 เป็นพนักงานขายสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.82 โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา มีจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 78.21 เข้าพักโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.38 ใช้บริการโรงแรม 1- 2 คืน ต่อครั้ง มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 เข้าพักห้องพักเฉลี่ยต่อคืน 300 – 500 บาทต่อคืน มีจำนวนทั้งสิ้น 256 คน คิดเป็นร้อยละ 65.64 เหตุผลที่เข้าพักในโรงแรม คือ ราคาไม่แพง มีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 85.90 ในครั้งต่อไปผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกพักโรงแรมเดิมเป็นประจำ โดยทำการจองล่วงหน้าก่อนเข้าพัก มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 51.79 แหล่งข้อมูลที่ทำรู้จักโรงแรมที่มารับบริการ คือ ญาติ หรือเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 62.31 ต้องการเข้าพักโรงแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ในตัวเมือง แต่ไม่ใช่ย่านธุรกิจ มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23

ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.59) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คิราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมา ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ได้แก่ มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.44) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคา ห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา ได้แก่ มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.46) และมีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.43) และการจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการโรงแรมโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาได้แก่ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และบรรยากาศในห้องพัคดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น ปรก. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.66) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักระเบียบ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น ปรก. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ความ

สะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.46) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ และมีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.81) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.56) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.68) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.48) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.38) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.66) มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น และมีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถม

ฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.61) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และพนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.57) สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และการจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) การจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.23) และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46) การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.44) และบรรยากาศในห้องพักดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.46) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และบรรยากาศในห้องพักดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทโรงแรมที่เข้าพัก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.74) ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.66) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น มีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ความสะอาดของห้องพัก รวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.35) และมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี และมีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิตรายาค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.79) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมต่างๆไป (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบ โดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิตรายาค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.50) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.48) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่นับเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.57) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.33) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีการสะสมแต้มแลกกับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือเข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.54) และมีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่นับเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และลดราคาห้องพักได้เมื่อแสดงตนเป็นพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.63) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่นับเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถยืดหยุ่นใน

การคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.46) และการจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆ ไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคาให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.36) สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมที่พนักงานชายเข้าพักโดยตรง โดยเน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.47) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และบรรยากาศในห้องพักดี ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมต่างๆ ไป โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวม ไม่เน้นเรื่องราคา ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้ง ต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรทัศน์ ผู้เขียน เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.91) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.78) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.48) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ และมีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.85)

บัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิตราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.49) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิตราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.91) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.85) และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คิตราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.64) ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด และราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.09)

บัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ทำเล

ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.79) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.64) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.68) มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.33) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.28) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.77) มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.73) และมีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.57) และมีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.52) และมีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1-4 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) และพนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.76) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) และพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานสามารถให้บริการและมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1-4 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.14) การจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.72) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.66) และการจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจองห้องพักจากช่องทางสถานที่ที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง

(ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 1- 4 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และบรรยากาศในห้องพัคดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม 5 – 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.62) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และบรรยากาศในห้องพัคดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มากกว่า 8 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) สบู่ แชมพู มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และบรรยากาศในห้องพัคดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปาง ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามคือพนักงานขายที่เดินทางมาใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ และ การส่งเสริมการตลาด มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับกลุ่ม 3 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มากเป็นอันดับแรก ซึ่งการไม่สอดคล้องน่าจะเป็นเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นคนละกลุ่ม โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นพนักงานขายนั้น ส่วนใหญ่มีการเข้าพักร้อยต่อเนื่องและเป็นประจำ ดังนั้นการส่งเสริมตลาด และสถานที่ อาจเป็นสิ่งที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้มากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

ในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก นั้นไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่าความสะอาดของห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก ซึ่งการไม่สอดคล้องน่าจะมาจาก กลุ่มลูกค้าพนักงานขายทุกคนให้ความสำคัญเกี่ยวกับรถ เนื่องจากพนักงานขายบางคนมีของที่มีค่าสินค้าต่างๆ ที่เป็นของบริษัท ดังนั้นจึงให้ความสนใจในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยเป็นพิเศษ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกต้อง นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ของเสถียรลักษณ์ เครืออารีย์ (2549) ที่พบว่าปัจจัยด้านมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องมีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า โรงแรมมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ หรือทำการจองห้องพักล่วงหน้า เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างดี เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) พบว่าพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) พบว่ามีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือผ้าเย็น เป็นต้น มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสาเหตุที่ไม่สอดคล้องนั้นอาจมาจากสภาพการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการแข่งขันที่สูงกว่าจังหวัดลำปาง ด้วยจำนวนโรงแรมสำหรับพนักงานชายที่มากกว่า รวมถึงการทำการตลาดเพื่อแข่งขันลูกค้า ดังนั้นจึงส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการในเรื่องบริการที่ประทับใจมีการต้อนรับที่ดีมากกว่า

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจิตร ชัยพฤกษ์เจริญ (2553) พบว่าการจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย มากเป็นอันดับแรกเช่นกันซึ่งประเด็นที่ทำให้เกิดความสอดคล้องนั้นอาจมาจากลูกค้าพนักงานชายทุกคนมียานพาหนะเป็นของตนเอง ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ปริมาณรถจอดจะมีค่อนข้างมาก ดังนั้น สิ่งสำคัญที่คำนึงถึงน่าจะมาจากการดูแลจัดการที่จอดรถให้เป็นระเบียบ แต่ในการศึกษารั้งนี้ไม่นับสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย (2548) พบว่า ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปางมีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าพักโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา และเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ราคาห้องพักโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 300-500 บาทต่อคืน
2. ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่ต่อครั้ง คือ 1-2 คืนต่อครั้ง
3. เหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรม 3 อันดับแรกคือ ราคาไม่แพง รองลงมาคือ เป็นโรงแรมที่คุ้นเคยรู้จักกับเจ้าของหรือพนักงาน และ ห้องพักหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องสะอาด
4. แหล่งข้อมูลที่เป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดในการทำให้รู้จัก โรงแรมคือ การพูดปากต่อปาก (Word of mouth) จากคนรู้จักญาติพี่น้อง หรือ เพื่อน
5. ความต้องการด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม คือ อยู่ในตัวเมืองแต่ไม่ใช่ย่านธุรกิจ
6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกพักโรงแรมเดิมเป็นประจำโดยทำการจองล่วงหน้าก่อนเข้าพัก
7. ปัจจัยย่อยด้านมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้าในอาคาร หรือที่จอดรถ และความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอน ผ้าห่ม สะอาด เป็นเพียง 2 ปัจจัยย่อยในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
8. ปัจจัยย่อยด้านการคิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกต้องและราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นปัจจัยย่อยในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
9. ปัจจัยย่อยด้านมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอเป็นเพียงปัจจัยเดียวในปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
10. ปัจจัยย่อยด้านมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ โรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น เป็นเพียงปัจจัยเดียวในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
11. ปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีเป็นเพียงปัจจัยเดียวในปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
12. ข้อค้นพบปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปาง แสดงดังตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดง ค่าเฉลี่ย และแปลผล ของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
คิดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกต้อง	ราคา	4.72 (มากที่สุด)	1
มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เช่น รปภ. บริเวณทางเข้าในอาคารหรือที่จอดรถ	ผลิตภัณฑ์	4.68 (มากที่สุด)	2
สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสด เพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้	ราคา	4.62 (มากที่สุด)	3
มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ	สถานที่	4.62 (มากที่สุด)	4
ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่มสะอาด	ผลิตภัณฑ์	4.59 (มากที่สุด)	5
พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี	บุคลากร	4.58 (มากที่สุด)	6
มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น	การส่งเสริม การตลาด	4.57 (มากที่สุด)	7
สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆหรือบ่ายๆได้	กระบวนการ ให้บริการ	4.47 (มาก)	8
มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า	การส่งเสริม การตลาด	4.46 (มาก)	9
มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน	การส่งเสริม การตลาด	4.46 (มาก)	9
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.44 (มาก)	10
มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง	สถานที่	4.44 (มาก)	10
การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อย	สิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	4.44 (มาก)	10

13. ปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา ได้แก่ กิติดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกต้อง รองลงมาคือ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า และสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆ ได้

14. ปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมต่างๆ ไปโดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา ได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ รองลงมาคือ กิติดราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกต้อง มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย ความสะอาดรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office) ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และมีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองลำปางมีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรม ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมายโดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในแต่ละปัจจัยทางการตลาดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านมีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เช่น รปภ. บริเวณทางเข้าในอาคารหรือที่จอดรถ และความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอนผ้าห่มสะอาดเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรที่จะให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัยในทุกๆด้าน อาจทำการว่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยที่มีชื่อเสียงหรือประสานงานกับสถานีตำรวจเพื่อมีส่วนร่วมในการตรวจตรารักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และควรที่จะทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการเอาใจใส่ของโรงแรมทางด้านความปลอดภัยในด้านต่างๆเป็นเป้าหมายสำคัญของการให้บริการ

ส่วนในการการรักษาความสะอาดนั้นของห้องพักนั้นทางโรงแรมควรมอบให้แผนกดูแลห้องพัก เอาใจใส่ในทุกๆขั้นตอนการทำมาความสะอาด ทั้งความสะอาดในส่วนของชุดเครื่องนอน พื้นที่ภายในห้อง ในห้องน้ำ และระเบียง โดยเน้นในเรื่องความสะอาดเป็นอย่างยิ่ง พร้อมทั้งนี้ทางโรงแรมควรทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ในเรื่องความสะอาดของห้องพัก โดยการทาบ้ายโฆษณาหน้าโรงแรม ว่าโรงแรมนี้ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด รวมถึงการรับรองคุณภาพของความสะอาดที่ลูกค้าต้องการ พร้อมทั้งนี้ควรออกกฎระเบียบสำหรับแผนกทำความสะอาดว่าหากลูกค้าประเมินความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการและพบว่า ห้องพักและอุปกรณ์ในห้องไม่สะอาดต่ำกว่า 80% ทางโรงแรมควรมีบทลงโทษตามความเหมาะสม

ปัจจัยด้านราคา

โรงแรมควรกำหนดราคาให้อยู่ในช่วง 300-500 บาทซึ่งเป็นราคาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งผู้บริหารโรงแรม ควรพิจารณาในเรื่องความคุ้มค่าของลูกค้าเป็นหลัก นั่นก็คือ ความเหมาะสมและคูติ ของสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สบู่ แชมพู ชุดเครื่องนอน และบรรยากาศภายในห้อง เหมาะสมเพียงใดกับ ราคาห้องพัก และจากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านสามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสด เพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้ โดยควรที่จะทำการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้โดยการติดป้ายโฆษณาและเขียนข้อความไว้ด้านล่าง

เช่น โรงแรมนี้สามารถขอเอกสารทางการเงินได้เต็มจำนวน ซึ่งจะเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มพนักงานขายให้เข้ามาพักเพิ่มมากขึ้น

พร้อมทั้งนี้ยังพบว่าระยะเวลาการเข้าพักส่วนใหญ่ต่อครั้งอยู่ที่ 1-2 คืนต่อครั้ง ดังนั้นทางโรงแรมอาจทำการลดราคาเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าพักในระยะเวลาที่นานมากขึ้น โดยมอบส่วนลดให้กับลูกค้าที่เข้าพักหลายวัน เช่น เข้าพัก 3-5 คืนลดราคาคืนที่ 3 ลด 15% พักคืนที่ 4 ลด 20% และพักคืนที่ 5 ลด 30% เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอเส้นทางโรงแรมควรจัดหาที่จอดรถไว้ให้เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถรองรับปริมาณรถได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากพนักงานขายเกือบทุกคนมีรถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง หรือถ้าหากโรงแรมใดมีพื้นที่จอดรถน้อยนั้น อาจทำการเช่าสถานที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติม โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลอย่างใกล้ชิด เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญกับข้อมูล (Information) เบื้องต้นที่ควรจะมี เช่น การชี้แจงราคาห้องพัก รูปแบบห้องพักต่างๆ รวมถึงแผนที่ในการเข้าถึงโรงแรม โดยมีรายละเอียดชัดเจน โดยทำเป็นในรูปแบบเอกสารแผ่นพับ ที่มีการออกแบบที่ทันสมัย มีรูปภาพสถานที่จริง โดยอาจทำการว่าจ้าง หรือให้ผู้ที่มีความชำนาญจัดทำให้ และนำไปวางไว้หน้าบริเวณเคาท์เตอร์พนักงานต้อนรับ หรือ ส่งมอบให้ลูกค้าทุกท่านเมื่อทำการคืนห้องพัก (Check Out) เนื่องจากพบว่า แหล่งข้อมูลที่เป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดในการทำให้รู้จักโรงแรมคือ การพูดปากต่อปาก (Word of mouth) จากคนรู้จักญาติพี่น้อง หรือ เพื่อน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกพักโรงแรมเดิมเป็นประจำโดยทำการจองล่วงหน้าก่อนเข้าพัก ดังนั้นทางผู้ประกอบการโรงแรมควรที่จะจัดโปรแกรมรักษาความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) โดยการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อลดราคาในการใช้บริการครั้งต่อไป หรือ การทำบัตรสะสมแต้ม โดยเข้าพัก 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากที่สุดสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรเริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักในงานด้านการบริการ พร้อมทั้งทำการฝึกอบรมทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญในการให้บริการมาก

ขึ้นรวมถึงการส่งมอบการดูแลเอาใจใส่ในทุกกระบวนการให้บริการตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาและออกไป โดยพนักงานทุกคนควรมีไมตรีจิตที่ดีและเป็นกันเองแสดงถึงการดูแลเอาใจใส่ในทุกรายละเอียด ทั้งนี้ทางโรงแรมควรที่จะทำการสื่อสารให้ลูกค้าภายนอกหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบถึงการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าของโรงแรม โดยอาจคิดสโลแกน เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ เช่น ดูแลเหมือนญาติมิตรคุณคือคนพิเศษของเรา หรือ เราพร้อมเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของคุณ เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านสามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆหรือบ่ายๆได้เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรยืดหยุ่นเวลาให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสมแต่ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงเงื่อนไขการคืนห้องพัก ขณะลงทะเบียนการเข้าพัก (Check in) โดยพยายามอธิบายด้วยความสุภาพและเป็นมิตรเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงภารกิจภายหลังจากที่ลูกค้าคืนห้องพักซึ่งทางโรงแรมต้องทำความสะอาดสำหรับลูกค้าท่านต่อไป พร้อมทั้งนี้ทางโรงแรมอาจทำการสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบถึงประเด็นความยืดหยุ่นของการคืนห้องพักได้นั้น โดยผ่านป้ายโฆษณาหน้าโรงแรม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และมีผลในระดับมากสำหรับการเลือกพักโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมควรควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัยหรือเจ้าหน้าที่จัดการที่จอดรถโดยเฉพาะ คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพัก รวมถึงการตีเส้นจอดรถให้เป็นระเบียบ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับโรงแรมทั้ง 2 ประเภท

1) โรงแรมที่พนักงานขายเข้าพักโดยตรงโดยเน้นเรื่องราคา

โรงแรมควรเน้นในเรื่องของความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอนผ้าห่ม ให้มีความสะอาด โดยมอบหน้าที่ให้แผนกทำความสะอาดดูแลเป็นพิเศษ และควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งภายในอาคารและนอกตัวอาคารหรือบริเวณลานจอดรถ การกำหนดราคา ควรเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการและไม่ควรเกิน 500 บาทต่อคืน ซึ่งเป็นระดับราคาที่กลุ่มลูกค้าพนักงานขายยอมรับได้ รวมถึงการแสดงราคาห้องพักควรมีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนมีป้ายตั้งไว้ที่บริเวณแผนกบริการส่วนหน้า (Front Office) หรือมีแฟ้มในเรื่องราคารูปแบบห้องพัก ค่าใช้จ่ายแสดงไว้สำหรับให้ลูกค้าเปิดดูก่อนการตัดสินใจใช้บริการ รวมถึงทำเป็นแผ่นพับเพื่อประกอบการตัดสินใจในภายหลัง และควรทำการส่งเสริมการขาย อาทิเช่น มีการทำบัตร

สะสมเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งเป็นอีกวิธีในการดึงดูดค่าให้เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ โดยอาจให้สิทธิการเข้าพัก 10 คืน ฟรี 1 คืน หรือ การให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า เป็นต้น ทั้งนี้พนักงานควรรีให้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี โดยทางโรงแรมควรทำการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจหลักของการบริการลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจ โดยเน้นถึงการดูแลเอาใจใส่ เสมือนญาติมิตรเมื่อลูกค้าทำการเช็คเอาท์ (Check Out) ไม่ควรเคร่งครัดหรือเน้นย้ำในเรื่องเวลามากนักโดยพนักงานโรงแรมควรแจ้งกฎระเบียบการคืนห้องพักให้ลูกค้าทราบตั้งแต่การมอบคุณแจห้องพักในครั้งแรกเท่านั้น

2) โรงแรมต่างๆไปโดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมไม่เน้นเรื่องราคา

ผู้ประกอบการทางด้านโรงแรมควรดูแลเอาใจใส่เรื่องความสะดวกสบายของห้องพัก รวมทั้งชุดเครื่องนอนเป็นพิเศษ โดยหัวหน้าแผนกทำความสะอาดควรที่จะมีการตรวจเช็คความสะดวกของห้องพักและการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆให้เป็นไปตามมาตรฐานโรงแรมได้วางไว้และควรมีการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการจัดทำห้องพัก ตั้งแต่การปูเตียง ดูแลความสะดวกของน้ำไม่ให้มีกลิ่นอับ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆในห้องพักต้องมีคุณภาพ โดยนำเสนอเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าทราบเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ เช่น มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีกล้องวงจรปิด และ ระบบคีย์การ์ดรักษาความปลอดภัยเป็นต้น ด้านพนักงานทางโรงแรมควรจัดฝึกอบรม และจูงใจในการทำงานให้มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ มีใจรักในการบริการ โดยและให้บริการลูกค้าด้วยรอยยิ้ม พุดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยไมตรีดี บริการด้วยความเป็นมิตร เมื่อลูกค้าเข้ามาถึง พร้อมทั้งเน้นในเรื่องการแต่งกายของพนักงานควรมีชุดฟอร์มที่เป็นสีที่เรียบร้อยสวยงาม และทำการสื่อสารในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น ห้องอาหาร ที่มีเวลาเปิด-ปิด ที่ยาวนานกว่าปกติ โดยแสดงรายละเอียดเวลาไว้อย่างชัดเจน และโรงแรมควรจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมให้ร่มรื่น รู้สึกถึงบรรยากาศที่สบายเวลาแขกเข้ามาเข้าพัก โดยอาจจะมีการปลูกต้นไม้ จัดสวน หรือตกแต่งด้วยความสวยงามมีบริเวณที่นั้งเล่นสำหรับให้แขกได้นั่งพักผ่อน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นอกจากความต้องการเบื้องต้นของลูกค้าในเรื่องห้องพักที่มีความสะอาด และปลอดภัยแล้วนั้น ทางผู้ประกอบการโรงแรมควรที่จะศึกษาหาความต้องการของลูกค้า ที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโรงแรมที่มีกลุ่มเป้าหมายคือ พนักงานชาย เช่น การ มีบริการล้างรถฟรี ให้กับผู้เข้าพัก พร้อมบริการตรวจเช็คลมยางเป็นต้น เนื่องจากอาชีพพนักงานชายทุกคน จำเป็นต้องมียานพาหนะในการเดินทาง ซึ่งบริการนี้อาจสร้างความแตกต่างนั้นได้