

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ใช้บริการโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทมากที่สุด และผู้ใช้บริการโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีผู้ร่วมเดินทาง 2-4 คน มากที่สุด และส่วนใหญ่เคยใช้บริการห้องพักที่โรงแรมเรือนทิพย์ โดยเข้าพักห้องพักในราคา 501-1,000 บาท โดยจะเลือกห้องพักแบบเตียงคู่มากกว่าเตียงเดี่ยวและส่วนใหญ่จะไม่ทำการจองห้องพักล่วงหน้า

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมเป็นเวลา 1-2 คืน โดยใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุด และในการเข้าพักโรงแรมส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลจากญาติ/เพื่อนแนะนำ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมด้วยตนเองมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือปัจจัยด้านบริการ/บุคคล และอันดับสามคือปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.38

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในเรื่องต่าง ๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง อันดับสองคือการมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และอันดับสามคือความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพัก

ปัจจัยด้านบริการ/บุคคล ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการ/บุคคลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.18

ผู้ให้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการ/บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในเรื่องต่างๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับหนึ่งคือ ความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ อันดับสองคือพนักงานมีความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และอันดับสามคือพนักงานให้บริการที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.05

ผู้ให้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับหนึ่งคือ โทรทัศน์ อันดับสองคือ โทรศัพท์ อันดับสามคือ เครื่องปรับอากาศ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75

ผู้ให้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับหนึ่งคือ ญาติ/เพื่อนแนะนำ อันดับสองคือการให้ส่วนลดที่พักรับเป็นพิเศษ และอันดับสามคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.68

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับหนึ่งคือ ชื่อเสียงของโรงแรม อันดับสองคือ โรงแรมเปิดให้บริการมานาน และอันดับสามคือ การมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.13

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญโรงแรมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า อันดับหนึ่งคือ ราคาห้องพัก อันดับสองคือ การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน และอันดับสามคือ ราคาอาหารในห้องอาหาร

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรมจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องกรมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมงมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบริการ/บุคคล ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องราคาห้องพักมากเป็นอันดับแรก

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล และปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 41-50 ปี 51-60 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง และระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพักมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องบรรยากาศภายในห้องพัก ขนาดของห้องพัก ขนาดของห้องน้ำ การตั้งอยู่ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก และสถานที่ตั้งโรงแรมค่อนข้างง่ายมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบริการ/บุคคล ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ สามารถไว้วางใจได้ ให้บริการที่มีความปลอดภัย บุคลิกภาพการแต่งกายดี เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ สุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้องและบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องโทรศัพท์และตู้เย็นมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องมินิบาร์ เครื่องปรับอากาศ และบริการซัก-อบ-รีดมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และ โฆษณาทางโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21- 30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องการมีสาขาหลายแห่งมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในเรื่องราคาห้องพักมากเป็นอันดับแรก

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการเดินทางไปมาสะดวกมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมงมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ผู้ใช้บริการทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องโทรศัพท์มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านวัสดุสิ่งสาร ผู้ใช้บริการทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องญาติหรือเพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องราคาห้องพักมากเป็นอันดับแรก

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการของโรงแรม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่อง การคมนาคมเดินทางไปมาสะดวกมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาทและ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมงมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องความสะดวก บริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจมากเป็น อันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทและ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้องมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาทและ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องโทรทัศน์มากเป็นอันดับ แรก ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องโทรศัพท์มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ใช้บริการทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องญาติหรือ เพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาทและ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องชื่อเสียงของโรงแรมมากเป็น อันดับแรก ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องมีป้ายชื่อโรงแรมแสดงให้ เห็นอย่างชัดเจนมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องราคาห้องพักมาก เป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโรงแรมใน อ.เมือง จ.เชียงราย

ปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้บริการโรงแรมมีปัญหาในด้านต่าง ๆ อยู่ใน ระดับน้อยที่สุดทุกปัจจัย เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่าผู้บริการพบ ปัญหาด้านราคาเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือ ปัญหาด้านการบริการหรือบุคคล และอันดับสามคือ ปัญหาด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการโรงแรมมีปัญหาด้านสถานที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 0.93

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านสถานที่ในเรื่องต่าง ๆ พบว่าปัญหาที่ผู้ให้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ ปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่สะดวก อันดับสองคือ ไม่มีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย และอันดับสามคือ บริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สะอาด

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านบริการหรือบุคคลอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 0.99

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านบริการหรือบุคคลในเรื่องต่าง ๆ พบว่าปัญหาที่ผู้ให้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ การเช็คอิน (Check-in) เช็คเอาท์ (check-out) ใช้เวลานาน อันดับสองคือ พนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ และอันดับสามคือ พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดีแต่งกายไม่เหมาะสม

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 0.81

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ พบว่าปัญหาที่ผู้ให้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งของเครื่องใช้ไม่มีคุณภาพ อันดับสองคือเครื่องปรับอากาศปรับอุณหภูมิไม่ได้ และอันดับสามคือเครื่องทำน้ำอุ่นปรับอุณหภูมิไม่ได้

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านวัสดุสื่อสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 0.71

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านวัสดุสื่อสารพบว่าปัญหาที่ผู้ให้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ ไม่มีการจัดส่งเสริมการขาย และอันดับสองคือ ไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านสัญลักษณ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 0.56

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านสัญลักษณ์พบว่าปัญหาที่ผู้ให้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ ป้ายชื่อโรงแรมไม่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน อันดับสองคือ โรงแรมไม่มีชื่อเสียง และอันดับสามคือ โรงแรมเพิ่งเปิดให้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการมีปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 1.44

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคาในเรื่องต่าง ๆ พบว่าปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบในการใช้บริการโรงแรม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าอันดับหนึ่งคือ การคิดราคาค่าห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสูงเกินไป อันดับสองคือ ราคาอาหารในห้องอาหารมีราคาแพง และอันดับสามคือ ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เหมาะสม (คิดราคาแพง)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายในครั้งนี้ได้ศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการของผู้รับบริการและแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ โดยสามารถเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลคือ ปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรมดังนี้

ปัจจัยภายในตัวบุคคล ในด้านความต้องการ (Needs) พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อเรื่องต่าง ๆ ในแต่ละปัจจัยแตกต่างกันไปตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ในด้านอิทธิพลทางครอบครัว (Family Impacts) และอิทธิพลทางสังคม (Social Impacts) พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการที่ญาติหรือเพื่อนแนะนำมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ในด้านอิทธิพลทางวัฒนธรรม (Cultural Impacts) และอิทธิพลทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impacts) พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง การให้บริการที่รวดเร็วทันใจ การมีโทรทัศน์ไว้บริการมากเป็นอันดับที่หนึ่ง และในด้านอิทธิพลทางเศรษฐกิจ (Economic Impacts) พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อราคาของห้องพักมากเป็นอันดับที่หนึ่ง

ความต้องการของผู้รับบริการ

ความต้องการของผู้รับบริการในด้านความสะดวกสบาย สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง การให้บริการที่รวดเร็วทันใจ และการมีโทรทัศน์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

แนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

พบว่าปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรมซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจบริการ โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งคือปัจจัยด้านสถานที่ อันดับสองคือปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล อันดับสามคือปัจจัยด้านราคา อันดับสี่คือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับห้าคือปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร และอันดับหกคือปัจจัยด้านสัญลักษณ์

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ มีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาเป็นระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความสะดวกบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและห้องพักมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านบริการหรือบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ รองลงมาเป็นเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้องและให้บริการที่มีความปลอดภัยมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ โทรทัศน์ รองลงมาเป็นโทรศัพท์และเครื่องปรับอากาศมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ ญาติหรือเพื่อนแนะนำ รองลงมาเป็นการให้ส่วนลดที่พิเศษและเป็นกรณีพิเศษและโฆษณาทางโทรทัศน์มากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ ชื่อเสียงของโรงแรม รองลงมาเป็นโรงแรมเปิดให้บริการมานานและมีป้ายชื่อ โรงแรมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการคือ ราคาห้องพัก รองลงมาเป็นแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจนและราคาอาหารในห้องอาหารมากกว่าด้านอื่น ๆ

แนวคิดของคุณภาพการให้บริการ

แนวความคิดของคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย โดยคุณภาพในการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ หลักเกณฑ์ทั้ง 10 ประการสอดคล้องตามแนวความคิดเกี่ยวกับการให้คุณภาพบริการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย คือ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า จากการศึกษาพบว่าโรงแรมที่คั่นห่างๆ ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ มีการคมนาคมเดินทางไปมาสะดวก และสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง พุดจาหรือสื่อสารเข้าใจง่าย เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการและให้บริการที่ถูกต้องเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นที่น่าเชื่อถือ มีไมตรีจิต รู้จักให้เกียรติผู้อื่น มีน้ำใจและเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) โรงแรมและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่าการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ เข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับผู้ใช้บริการต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้องจากการศึกษาพบว่าการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) บุคลากรต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า จากการศึกษาพบว่าความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าการมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่และบริเวณการให้บริการลูกค้า การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติการบริการ เป็นต้น จากการศึกษาพบว่าการตกแต่งบริเวณโรงแรมและห้องพัก การแต่งกายดี เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) บุคลากรต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว จากการศึกษาพบว่าการมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย พบว่าผู้ที่มาใช้บริการ โรงแรมมีทั้งเพศชายและหญิง มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 20 ปี จนถึงมากกว่า 60 ปี ผู้ใช้บริการมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่มากเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ใหญ่และเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ดังนั้นผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยไม่คำนึงว่าที่ตั้งของโรงแรมจะอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่ติดต่อธุรกิจ/แหล่งธุรกิจ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์เป็นอันดับสุดท้าย และในรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดในด้านสถานที่พบว่า การใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลพบว่าบุคลิกภาพและการแต่งกายดี ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารพบว่า การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต ผู้ใช้

บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ในปัจจัยด้านสัญลักษณ์พบว่าการมีสาขาหลายแห่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย และในปัจจัยด้านราคาพบว่าการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

และจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่แล้วทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ การมีโทรทัศน์ในห้องพัก การได้ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ ชื่อเสียงของโรงแรม และราคาห้องพักเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อการใกล้ชิดสถานที่ท่องเที่ยว บุคลิกภาพการแต่งกายของพนักงาน การบริการจัดเลี้ยง จัดประชุม บริการรถรับส่งของโรงแรม การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การที่โรงแรมมีหลายสาขาและการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเป็นอันดับสุดท้าย และผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ หรือให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านต่าง ๆ แตกต่างจากช่วงอายุอื่น ๆ ตามรายละเอียดในตารางที่ 59 ถึง ตารางที่ 64 ส่วนปัญหาที่พบในการใช้บริการโรงแรมพบว่าผู้ใช้บริการมีปัญหาในปัจจัยด้านต่าง ๆ อยู่ในระบับน้อยที่สุดทุกปัจจัยโดยปัญหาในปัจจัยด้านสถานที่พบว่าอันดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่มีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย และบริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สะอาดตามลำดับ ปัญหาในปัจจัยด้านบริการหรือบุคคลพบว่าอันดับแรกคือ การเช็คอิน(Check-in) เช็คเอาท์ (Check-out) ที่ใช้เวลานาน พนักงานไม่สามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ และพนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดีแต่งกายไม่เหมาะสมตามลำดับ ปัญหาในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าอันดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งของเครื่องใช้ไม่มีคุณภาพ เครื่องปรับอากาศปรับอุณหภูมิไม่ได้ และเครื่องทำน้ำอุ่นปรับอุณหภูมิไม่ได้ตามลำดับ ปัญหาในปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารพบว่าอันดับแรกคือ ไม่มีการจัดส่งเสริมการขาย และไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ปัญหาในปัจจัยด้านสัญลักษณ์พบว่าอันดับแรกคือ ป้ายชื่อโรงแรมไม่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน โรงแรมไม่มีชื่อเสียงและโรงแรมเพิ่งเปิดให้บริการตามลำดับ และปัญหาในปัจจัยด้านราคาพบว่าอันดับแรกคือ การคิดราคาห้องพักช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสูงเกินไป ราคาอาหารในห้องอาหารมีราคาแพง และค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เหมาะสมตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีและเหมาะสมเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้มาใช้บริการโรงแรม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมให้มากและปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังนี้

ด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง ที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนเรื่องการจัดอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว นั้นผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงลักษณะทางกายภาพและรักษาคุณภาพทางด้านสถานที่ของโรงแรมอยู่เสมอ ควรจัดให้มีพนักงานผลัดเวรกันไว้คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมงและควรมีนโยบายในการควบคุมดูแล ตรวจสอบเรื่องความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรมและห้องพัก อย่างเข้มงวด มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน การตกแต่งที่ตีมีรสนิยม การสร้างบรรยากาศภายในห้องพักและโรงแรม และควรมีการแก้ไขปัญหาในเรื่องสถานที่จอดรถไม่สะดวก การไม่มีระบบป้องกันไฟและรักษาความปลอดภัยตามกฎหมาย และบริเวณโรงแรมและห้องพักไม่สะอาดเพราะเป็นปัญหาที่ผู้ให้บริการพบเป็นอันดับต้น ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมบางประการเช่น การตกแต่งสวนหย่อม การปลูกต้นไม้ดอกไม้ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในด้านสถานที่ทุกครั้งที่มาพักโรงแรม

ด้านบริการหรือบุคคล ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษในเรื่องความสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก และควรให้ความสำคัญในเรื่องความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง การบริการที่มีความปลอดภัย พนักงานสามารถไว้วางใจได้ และบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมาตามลำดับ และควรมีแก้ไขปรับปรุงในเรื่องการเช็คคิน เช็คเอาท์ที่ใช้เวลานาน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องสรรหาพนักงานที่มีใจรักในการให้บริการซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้าอย่างทันท่วงที มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ โดยเน้นการใช้การรับฟัง คำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ ควรมีการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้บริการซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น รวมถึงการตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานที่ให้บริการด้วย เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ประกอบการจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่ให้การสนับสนุนพนักงานและให้รางวัลสำหรับการให้บริการที่ดี โดยการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานอยู่เสมออาจโดยการมีกถ่องรับความคิดเห็นจากพนักงานหรือออกแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน และในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีผู้มาใช้บริการโรงแรมเป็นจำนวนมาก ควรมีการจัดจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อสามารถให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการมีโทรทัศน์ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนโทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และห้องอาหาร/ภัตตาคารไว้บริการแก่ลูกค้า ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมาตามลำดับ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษในด้านต่าง ๆ ตามที่กล่าวไว้ และควรจะมีการแก้ไขปรับปรุงในเรื่องสิ่งแวดล้อมความสะดวกหรือสิ่งของเครื่องใช้ไม่มีคุณภาพมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบมากเป็นอันดับแรก ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจในการพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมความสะดวกที่มีไว้บริการแก่ลูกค้าเพราะเป็นการเพิ่มคุณค่า (Value Added) แก่บริการที่ให้

ด้านวัสดุสื่อสาร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการได้ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก การให้ที่พักส่วนลดเป็นกรณีพิเศษ และการโฆษณาทางโทรทัศน์ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจในการพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดการแนะนำแบบบอกต่อเพราะการได้รับข้อมูลจากญาติหรือเพื่อนแนะนำเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมมากที่สุด อีกทั้งควรมีการจัดส่งเสริมการขายเพื่อตอบแทนผู้มาใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดพิเศษให้กับผู้เข้าพักเป็นกรณีพิเศษ ในกรณีที่พักติดต่อกันนานหลายคืน หรือผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ เป็นต้นนอกจากนั้นผู้ประกอบการควรหาวิธีในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้มาใช้บริการมากที่สุด และหลีกเลี่ยงการโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตเนื่องจากได้รับความสนใจหรือมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นอันดับสุดท้าย และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ดังนั้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อชักจูงใจลูกค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรม ควรเน้นไปทางด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดควบคู่ไปกับโรงแรม เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดการตระหนักถึงตรา ยี่ห้อ (Brand Awareness) เมื่อนึกถึงจังหวัดเชียงรายจะต้องนึกถึงโรงแรมที่ประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวและอาจจัดทำโบรชัวร์หรือแผ่นพับของโรงแรม เพื่อให้ผู้บริการสามารถนำกลับไปแนะนำให้แก่ญาติหรือเพื่อนที่รู้จัก ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์โรงแรมได้อีกทางหนึ่งด้วย

ด้านสัญลักษณ์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม ซึ่งผู้ประกอบการใช้ในการสร้างชื่อได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้ โดยการสร้างความแตกต่างในเรื่องของภาพลักษณ์ ซึ่งเน้นหนักในด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ โดยการให้บริการพื้นฐานอาจเหมือนกัน แต่ต้องสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารับรู้และประทับใจ เช่น ด้านสถานที่ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านการออกแบบ การตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถสร้างความประทับใจ

และสร้างบรรยากาศที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของการให้บริการ ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงแรม และควรแก้ไขปรับปรุงเรื่องป้ายชื่อโรงแรมที่ไม่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน เพราะเป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบมากเป็นอันดับแรก

ด้านราคา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องราคาห้องพัก ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ ราคาอาหารในห้องอาหารและค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ควรคิดในราคาที่เหมาะสมด้วยกัน และถึงแม้ว่าการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตนั้นผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญในระดับน้อย แต่ผู้ประกอบการควรจะมีการให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแก่ลูกค้าด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ บางกลุ่มที่นิยมการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเนื่องจากบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ธุรกิจโรงแรมความต้องการจะมีไม่สม่ำเสมอตามฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น ช่วงปลายปีหรือต้นปีห้องพักจะเต็ม ส่วนช่วงกลางปีผู้มาใช้บริการจะน้อย ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดที่ต้องนำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ คือ กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อครั้งนี้คือ การตั้งราคาให้แตกต่างกัน เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอคือการตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อมาก และตั้งราคาต่ำในช่วงที่ความต้องการซื้อน้อย เช่น ลดราคาพิเศษในช่วงปลายเดือน และควรมีการตั้งราคาให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น มีการจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดที่พักเป็นกรณีพิเศษสำหรับการพักเป็นเวลานานหลายคืน และมีบัตรส่วนลดให้สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ โรงแรมเป็นประจำหลายครั้งต่อปี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ใช้บริการจะพบปัญหาในการเข้าพักในโรงแรมอยู่ในระดับเล็กน้อยที่สุดทุกด้าน แต่ผู้ประกอบการยังคงต้องเอาใจใส่ในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และทุกปัจจัยไม่ว่าจะในด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านวัสดุสื่อสาร ด้านสัญลักษณ์ และด้านราคา ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมทั้งสิ้นโดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดี เกิดความประทับใจ ไม่รู้สึกว่าตนเองถูกเอารัดเอาเปรียบจากการมาใช้บริการและมีความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีกในโอกาสต่อไป