

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และปัญหาที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 ราย แบ่งเป็นชาวต่างชาติ 180 ราย และชาวไทย 20 ราย และข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลการใช้บริการโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 ราย ที่ใช้บริการ โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 57.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 25.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.50 มีรายได้ต่อเดือน 60,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 46.50 มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป ร้อยละ 62.2 ส่วนใหญ่มาเกาะสมุยเป็นครั้งแรก ร้อยละ 48.50 และเข้าพักในโรงแรมละไมวันทาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 70.00 สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักโรงแรมละไมวันทาส่วนใหญ่เคยเข้าพัก 1-2 ครั้ง ร้อยละ 60.00 และพักห้องพักมาตรฐาน ร้อยละ 76.00

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับ คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87 เท่ากัน) ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือ การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีที่ตั้งดีชายหาด (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมา คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.37) และใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และพนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.09 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ ความสะดวกสบายของเตียงนอน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.07 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา คือ มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.12) และมีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบ ทางไปรษณีย์ หรือ อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ส่วนที่ 2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์การเข้าพัก และประเภทของห้องที่เข้าพัก

ตารางที่ 63 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพัก (4.26) 2. ความสะอาดความสะดวกสบายของเตียงนอน (4.12) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของ โรงแรม (4.08) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขนาดของห้องพัก และความสะอาดของห้องพัก (4.15) 2. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของ โรงแรม และความสะอาดความสะดวกสบายของเตียงนอน (4.12) 3. ความหลากหลายของอาหาร (4.00)
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.04) 2. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.88) 3. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (3.81) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.04) 2. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (4.00) 3. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.88)
ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งติดชายหาด (4.71) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.39) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.37) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งติดชายหาด (4.73) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.34) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.29)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.38) 2. มีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบ ทางไปรษณีย์ หรือ อีเมล (3.25) 3. มีแผ่นพับ/แผ่นปลิวประชาสัมพันธ์ (3.17) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.38) 2. มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป (3.19) 3. มีส่วนลด/พักฟรีกรณีพักเป็นเวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.10)

ตารางที่ 63 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.34) 2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.32) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.19)	1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.38) 2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.29) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.16)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	1. ความสะอาดและการบำรุงรักษา โรงแรม (4.23) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.14) 3. ระบบรักษาความปลอดภัยของ โรงแรม (4.18)	1. ความสะอาดและการบำรุงรักษา โรงแรม (4.29) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.23) 3. ระบบรักษาความปลอดภัยของ โรงแรม (4.26)
ด้านกระบวนการ	1. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพใน การให้บริการ (4.13) 2. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ และระบบรักษาความ ปลอดภัยของโรงแรม (4.12)	1. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและ น่าเชื่อถือ (4.09) 2. ระบบรักษาความปลอดภัยของ โรงแรม (4.05) 3. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพใน การให้บริการ (4.02)

ตารางที่ 64 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์หรือ บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.16) 2. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม และ ความ สะดวกสบาย ของเตียงนอน (4.07) 3. ขนาดของ ห้องพัก (3.05) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.18) 2. ความ สะดวกสบาย ของเตียงนอน (4.06) 3. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (3.98) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.18) 2. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (4.12) 3. ขนาดของ ห้องพัก และ ความ สะดวกสบาย ของเตียงนอน (4.04) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.31) 2. ความ สะดวกสบาย ของเตียงนอน (4.28) 3. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (4.19)
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตร เครดิต (3.85) 2. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.76) 3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.65) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตร เครดิต (4.04) 2. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.90) 3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.82) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตร เครดิต (4.06) 2. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.94) 3. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.90) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตร เครดิต (4.15) 2. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.07) 3. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.98)

ตารางที่ 64 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
ด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่ตั้ง	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.58) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง (4.23) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.19)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.82) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง (4.49) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.45)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.74) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง และใกล้ สถานที่ ท่องเที่ยว (4.44) 3. ใกล้ศูนย์การค้า (4.38)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.72) 2. ใกล้แหล่งชุมชน (4.33) 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง (4.32)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1. มีการโฆษณา ผ่านสื่อท้องถิ่น (3.32) 2. มีแผ่นพับ/แผ่น ปลิว ประชาสัมพันธ์ (3.29) 3. มีส่วนลดกรณี จองผ่านเว็บไซต์ (3.25)	1. มีส่วนลดกรณี จองผ่านเว็บไซต์ (3.20) 2. มีส่วนลด/พักฟรี กรณีพักเป็น เวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.08) 3. มีส่วนลดกรณี เข้าพักครั้งต่อไป (2.91)	1. มีส่วนลดกรณี จองผ่านเว็บไซต์ (3.29) 2. การแจ้งข่าวสาร และรายการ ส่งเสริมการขาย ให้ลูกค้าทราบ ทางไปรษณีย์ หรือ อีเมลล์ (3.07) 3. มีส่วนลดกรณี เข้าพักครั้งต่อไป (3.03)	1. มีส่วนลดกรณี จองผ่านเว็บไซต์ (3.77) 2. มีส่วนลดกรณี เข้าพักครั้งต่อไป (3.48) 3. มีส่วนลด/พักฟรี กรณีพักเป็น เวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.30)

ตารางที่ 64 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.14) 2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและพนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.09) 3. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค (4.00) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.31) 2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.27) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.06) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.52) 2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.40) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.35) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.47) 2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.40) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.21)
ด้านการสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.14) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.07) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.31) 2. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.24) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.34) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.12) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.28) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.21)
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (3.90) 2. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (3.86) 3. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (3.80) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (4.16) 2. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.14) 3. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.04) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ และระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.20) 2. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.16) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.21) 2. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.18) 3. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.11)

ตารางที่ 65 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามรายได้

ส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้			
	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์หรือ บริการ	1. ความสะอาดสบาย ของเตียงนอน และ ความสะอาดของ ห้องพัก (3.97) 2. ขนาดของห้องพัก (3.87) 3. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (3.84)	1. ขนาดของห้องพัก (4.38) 2. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (4.33) 3. บรรยากาศ และ การตกแต่งห้องพัก (4.29)	1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.21) 2. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (4.20) 3. ขนาดของห้องพัก (4.13)	1. ความสะอาดของ ห้องพัก (4.29) 2. ความสะอาดสบาย ของเตียงนอน (4.17) 3. ภาพลักษณ์และ ชื่อเสียงของ โรงแรม (4.06)
ด้านราคา	1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (3.77) 2. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.71) 3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.65)	1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (3.86) 2. อัตราค่าบริการสิ่ง อำนวยความสะดวก อื่นๆ เช่น ค่าบริการซักรีด ค่า โทรศัพท์ (3.78) 3. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.75)	1. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (4.04) 2. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.00) 3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.96)	1. มีวิธีการชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.19) 2. อัตราค่าบริการ เหมาะสมกับ คุณภาพ (3.98) 3. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า (3.91)

ตารางที่ 65 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้			
	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
ด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่ตั้ง	1. ที่ตั้งดีชายหาด (4.42) 2. โกล์แหล่งชุมชน (4.00) 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง และโกล์ สถานที่ท่องเที่ยว (3.94)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.62) 2. โกล์สถานที่ ท่องเที่ยว (4.42) 3. โกล์แหล่งชุมชน (4.43)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.83) 2. โกล์สถานที่ ท่องเที่ยว (4.39) 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง (4.38)	1. มีที่ตั้งดี ชายหาด (4.78) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกต่อการ เดินทาง (4.51) 3. โกล์แหล่งชุมชน (4.42)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1.มีส่วนลด/พักฟรี กรณีพักเป็น เวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.33) 3.มีส่วนลดกรณีจอง ผ่านเว็บไซต์ (3.21) 3.มีแผ่นพับ/แผ่นปลิว ประชาสัมพันธ์ (3.14)	1.มีส่วนลดกรณีจอง ผ่านเว็บไซต์ (3.65) 2.มีแผ่นพับ/แผ่นปลิว ประชาสัมพันธ์ (3.63) 3.มีการแจ้งข่าวสาร และรายการ ส่งเสริมการขายให้ ลูกค้าทราบทาง ไปรษณีย์ หรือ อีเมล (3.57)	1.มีส่วนลดกรณีจอง ผ่านเว็บไซต์ (3.33) 2.มีการแจ้งข่าวสาร และรายการ ส่งเสริมการขายให้ ลูกค้าทราบทาง ไปรษณีย์ หรือ อีเมล (3.17) 3.มีการออกร้าน จัดรายการส่งเสริม การขายในงาน นิทรรศการ ท่องเที่ยว (3.12)	1.มีส่วนลดกรณีจอง ผ่านเว็บไซต์ (3.45) 2.มีส่วนลดกรณีเข้า พักครั้งต่อไป (3.31) 3.มีส่วนลด/พักฟรี กรณีพักเป็น เวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.21)

ตารางที่ 65 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้			
	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
ด้านบุคคลหรือ พนักงาน	1.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.94) 2.พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (3.87) 3.พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (3.84)	1.พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.29) 2.พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.21) 3.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.17)	1.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.40) 2.พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.37) 3.พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.25)	1.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.51) 2.พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.45) 3.พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง (4.25)
ด้านการสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	1.การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.03) 2.ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (3.87)	1.ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.17) 2.การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.08)	1.ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม และการออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.27)	1.ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.40) 2.การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.20)
ด้านกระบวนการ	1.ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (3.80) 2.ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (3.58) 3.ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (3.53)	1.ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.08) 2.ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.04)	1.ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.10) 2.ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.06)	1.ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.31) 2.ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.27) 3.ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.18)

ตารางที่ 66 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามประเภทการเข้าพัก

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทการเข้าพักในโรงแรม	
	เคยเข้าพักมาก่อน	เข้าพักครั้งแรก
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพัก (4.35) 2. ความสะอาดสบายของเตียงนอน (4.27) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม (4.18) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพัก (4.16) 2. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม และความสะอาดสบายของเตียงนอน (4.06) 3. ขนาดของห้องพัก (4.01)
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.13) 2. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (3.90) 3. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.80) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.00) 2. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.92) 3. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (3.89)
ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งติดชายหาด (4.62) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.32) 3. ใกล้แหล่งชุมชน และใกล้สถานที่ท่องเที่ยว (4.29) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งติดชายหาด (4.76) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.39) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.36)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.29) 2. มีส่วนลด/พักฟรีกรณีพักเป็นเวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.24) 3. มีแผ่นพับ/แผ่นปลิว ประชาสัมพันธ์ (3.22) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.46) 2. มีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์ หรือ อีเมลล์ (3.18) 3. มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป (3.09)

ตารางที่ 66 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามประสบการณ์การเข้าพัก (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ประสบการณ์การเข้าพักในโรงแรม	
	เคยเข้าพักมาก่อน	เข้าพักครั้งแรก
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.33) 2. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.22) 3. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค (4.18) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.36) 2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.31) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.16)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.32) 3. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.18) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม (4.23) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.18)
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (4.16) 2. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (4.15) 3. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.10) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ และความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ (4.08) 2. ระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 67 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามห้องพักที่เข้าพัก

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทของห้องพักที่เข้าพัก	
	บ้านพักตากอากาศ	ห้องพักมาตรฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขนาดของห้องพัก (4.42) 2. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม (4.35) 3. ความสะอาดสบายของเตียงนอน(4.25) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของห้องพัก (4.22) 2. ความสะอาดสบายของเตียงนอน (4.08) 3. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม (4.01)
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (4.21) 2. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (4.04) 3. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.83) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต (3.98) 2. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.90) 3. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า (3.85)
ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งดีชายหาด (4.75) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.46) 3. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว (4.44) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งดีชายหาด (4.71) 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (4.34) 3. ใกล้แหล่งชุมชน (4.31)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.43) 2. มีแผ่นพับ/แผ่นปลิวประชาสัมพันธ์(3.24) 3. มีส่วนลด/พักฟรีกรณีพักเป็นเวลานาน เช่น พัก 3 คืนฟรี 1 คืน (3.17) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ (3.39) 2. มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป (3.12) 3. มีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์ หรือ อีเมลล์(3.09)
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.46) 2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.42) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.23) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.33) 2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (4.28) 3. พนักงานให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง (4.17)

ตารางที่ 67 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามห้องพักที่เข้าพัก (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทของห้องพักที่เข้าพัก	
	บ้านพักตากอากาศ	ห้องพักมาตรฐาน
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	1. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.10) 2. ความสะอาดและการบำรุงรักษา โรงแรม (4.08)	1. ความสะอาดและการบำรุงรักษา โรงแรม (4.31) 2. การออกแบบและตกแต่งโรงแรม (4.20)
ด้านกระบวนการ	1. ระบบรักษาความปลอดภัยของ โรงแรม (4.10) 2. ระบบการชำระเงินมีความ ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.02) 3. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพ ในการให้บริการ (3.98)	1. ระบบการชำระเงินมีความ ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ (4.13) 2. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพ ในการให้บริการ (4.12) 3. ระบบรักษาความปลอดภัยของ โรงแรม (4.09)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 3.1 ปัญหาที่พบในการใช้บริการโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีเสียงดังรบกวน รองลงมาคือ เครื่องปรับอากาศเสีย/ไม่เย็น และอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักมีไม่เพียงพอ

ส่วนที่ 3.2 ข้อเสนอแนะในการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ ในการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด คือ ภายในห้องพักควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น โทรศัพท์ ผ้าขนหนูผืนเล็ก สบู่ล้างมือ ชา กาแฟ กาต้มน้ำ มีร่มไว้ในห้องพักสำหรับผู้เข้าพักช่วงฤดูฝน และดอกไม้สดประดับตกแต่งในห้องพัก รองลงมา คือ อาหารเช้าควรเป็นแบบบุฟเฟต์ ควรเปลี่ยนเพลงที่เปิดในร้านอาหารของโรงแรมทุกวัน และควรมีวงดนตรีแจ๊สแสดงบริเวณร้านอาหารของโรงแรมในช่วงเวลาค่ำ

ด้านราคา

ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ ในการให้บริการด้านราคา คือ ควรเปลี่ยนอัตราค่าห้องพักที่รวมอาหารเช้า เป็นการให้เครดิตสำหรับอาหารเช้าใดก็ได้ในมูลค่าที่เท่ากัน, ควรให้มีการจ่ายค่าห้องพักโดยเช็คเดินทาง (Traveler's Cheque) ด้วย และควรมีอัตราค่าห้องพักสำหรับการเข้าพักคนเดียว หรือพักคู่

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ ในการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ควรให้ส่วนลดเพิ่มขึ้นกรณีเข้าพักเป็นระยะเวลาสั้น เช่น 1 อาทิตย์ขึ้นไป

ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ ในการให้บริการด้านบุคคลหรือพนักงานมากที่สุด คือ พนักงานประจำสระว่ายน้ำ ควรดูแลไม่ให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่ลูกค้าของโรงแรมฯ เข้ามาใช้สระว่ายน้ำ และอุปกรณ์อื่นๆ รองลงมา คือ พนักงานโรงแรมควรมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเดินทางเกี่ยวกับเกาะสมุย และประเทศไทยมากกว่านี้ และควรฝึกการให้การต้อนรับของพนักงานบริการห้องอาหาร เช่น การวางเมนู และ ที่รองแก้ว

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะ ในการให้บริการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพมากที่สุด คือ ควรเพิ่มจำนวนร่มบริเวณชายหาดและสระว่ายน้ำ เปลี่ยนร่มที่ชำรุด และปรับระดับให้ต่ำลงเพื่อให้ร่มเงามากขึ้น รองลงมา คือ ควรดูแลไม่ให้มีเด็ก สุนัข หรือ ขอบทานเข้ามาในบริเวณห้องอาหาร ควรทำความสะอาดเก้าอี้ชายหาด และบริเวณโดยรอบ เนื่องจากมีเศษขวด และก้นบุหรี่ ควรมีโต๊ะ และเก้าอี้ในบริเวณสวนของโรงแรม เพื่อใช้พักผ่อนในเวลา กลางวันหรือเย็น ควรทาสีห้องอาหารใหม่ และมีการตกแต่งภายในห้องพัก ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ ของโรงแรม ควรมีมุ้ง/ตาข่ายกันยุงให้บริเวณระเบียง และควรมีบาร์สำหรับรับประทานอาหารว่าง และเครื่องดื่มบริเวณสระว่ายน้ำ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยพิจารณาข้อมูลทั่วไป ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละปัจจัยสำคัญดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือ ความสะดวกสบายของเตียงนอน และภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ จิโรจ แยมมก (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธาสินี คำสำราญ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับปานกลาง แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พักร

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต รองลงมา คือ ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ จิโรจ แยมมก (2546) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาค่าบริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสม รองลงมา คือ ราคาห้องพักเหมาะสม และราคาค่าบริการซักรีดเหมาะสม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ สุทธาสินี คำสำราญ (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาห้องพัก เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน ความเหมาะสมของราคา

ห้องพัก เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ และความเหมาะสมของราคาห้องพัก เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของห้องพัก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีที่ตั้งคิดชายหาด รองลงมา คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และใกล้แหล่งชุมชน มีความพึงพอใจในระดับมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ **จิโรจ แยมมาก (2546)** ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ **สุธาสิณี คำสำราญ (2551)** ที่พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่พักอยู่บนชายหาด รองลงมา คือ ที่พักสามารถไปยังชายหาดได้โดยสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ รองลงมา คือ มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป และมีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทางไปรษณีย์หรืออีเมล เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ **จิโรจ แยมมาก (2546)** ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดโดยลดราคาค่าบริการ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ **สุธาสิณี คำสำราญ (2551)** ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรถรับส่งฟรีจากสนามบินสถานีขนส่ง ท่าเรือข้ามฟาก

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รองลงมา คือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ **สุธาสิณี คำสำราญ (2551)** ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคาดหวังในความถูกต้องของพนักงาน รองลงมา คือ ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอังกฤษของ

พนักงาน และความคาดหวังสำหรับความพร้อมในการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จิโรจ แยมมาก (2546) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพ อ่อนน้อมของพนักงาน รองลงมา คือ ความมีมารยาทของพนักงาน และความกระตือรือร้นของพนักงาน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม รองลงมา คือ การออกแบบและตกแต่งโรงแรม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ จิโรจ แยมมาก (2546) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การออกแบบอาคาร และห้องพักสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมา คือ การตกแต่งสวยงาม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ สุธาณี คำสำราญ (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบและการวางแผนผังของที่พัก และความสวยงามของการตกแต่งห้องพัก

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ จิโรจ แยมมาก (2546) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการจัดการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีระบบความปลอดภัยที่ดี แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สุธาณี คำสำราญ (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล และความสะดวกของขั้นตอนการ check in/out

ตารางที่ 68 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ลำดับที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย ของสุราณี คำสำราญ (2551)		ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา	
	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ
1	ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	มาก
2	ด้านราคา	มาก	ด้านราคา	มาก
3	ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	มาก	ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง
5	ด้านบุคคลหรือพนักงาน	มาก	ด้านบุคคลหรือพนักงาน	มาก
6	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ปานกลาง	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มาก
7	ด้านกระบวนการ	มาก	ด้านกระบวนการ	มาก

จากตารางที่ 68 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย ของสุราณี คำสำราญ (2551) ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทาแล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง แต่ลูกค้าของโรงแรมละไมวันทา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทั้ง 2 ด้านในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากโรงแรมมีการให้บริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการสร้างลักษณะทางกายภาพ และรูปแบบในการให้บริการ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้สูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ดังนั้น โรงแรมควรเน้นการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย และปานกลาง เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการของโรงแรม โดยเฉพาะปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีข้อค้นพบดังนี้

ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับปานกลาง ในด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอข้อค้นพบจำแนกตามปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านบริการอินเทอร์เน็ตระบบ Wi-Fi ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ผู้ที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท และผู้ที่พักบ้านพักตากอากาศ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากการกระจายสัญญาณ Wireless ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งบริเวณโรงแรม หรือสถานที่บางจุด เช่น ในบริเวณบ้านพักตากอากาศ

ปัจจัยย่อยด้านบริการซักรีด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเกิดจากข้อผิดพลาดและคุณภาพในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ หรือไม่ประทับใจในบริการซักรีดของโรงแรม

ปัจจัยย่อยด้านบริการอาหารในห้องพัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ผู้ที่เข้าพักครั้งแรก และผู้ที่พักห้องพักรมาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเกิดจากข้อผิดพลาดของพนักงานบริการ หรือคุณภาพหรือรสชาติของอาหาร ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในด้านการบริการอาหารในห้องพักของโรงแรม

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ค่าบริการซักรีด ค่าโทรศัพท์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีความรู้สึกว่าอัตราค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นอัตราที่สูง เมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะโรงแรมละไมวันทาดั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของหาดละไม ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์อาหาร หรือศูนย์การค้า

ปัจจัยด้านมีที่ตั้งติดชายหาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ผู้ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ทั้งผู้ที่เคยเข้าพักมาก่อนและเข้าพักครั้งแรก และทั้งผู้ที่พักบ้านพักตากอากาศ และห้องพักรวมมาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากโรงแรมละไมวันทา ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดชายหาด จึงมีบริเวณที่เป็นชายหาดส่วนตัวสำหรับลูกค้าของโรงแรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีแผ่นพับ/แผ่นปลิวประชาสัมพันธ์ มีการออกร้านจัดรายการส่งเสริมการขายในงานนิทรรศการท่องเที่ยว และมีการแจ้งข่าวสาร และรายส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบทางไปรษณีย์ หรืออีเมลล์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก อาจเป็นเพราะลูกค้าได้พบ หรือใช้บริการดังกล่าวจากสถานที่ หรือแหล่งข้อมูลต่างๆ ทำให้สามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของโรงแรมละไมวันทาได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก อาจเป็นเพราะลูกค้ากลุ่มดังกล่าว ได้รับส่วนลดจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรมละไมวันทา

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี และ ผู้ที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีความประทับใจในความมีมนุษยสัมพันธ์ และการให้บริการของพนักงานโรงแรมละไมวันทา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท บังกะโลในอำเภอเกาะสมุย (สุชาติณี คำสำราญ, 2551) ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า เรียงลำดับตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่สำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้งโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้งได้ดีในระดับเดียวกับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้งที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรมีระบบจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์ หรือตัวแทนจำหน่าย เนื่องจาก ลูกค้าบางส่วนจองแพ็คเกจท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์
2. ควรปรับปรุงเว็บไซต์ของโรงแรม ให้มีการนำเสนอข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น แผนที่/สถานที่ตั้งของโรงแรม อัตราค่าห้องพัก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม รวมถึงการพัฒนาระบบจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านราคาได้ดีในระดับเดียวกับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในปัจจัยด้านราคาที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

1. เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะบริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก บริการด้านอาหาร และด้านอื่นๆ เช่น บริการซักรีด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และรู้สึกถึงบริการที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา หรือค่าบริการที่เสียไป รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบกับอัตรา

ค่าบริการของโรงแรมระดับเดียวกันในบริเวณใกล้เคียง เพื่อใช้ในการปรับอัตราค่าบริการให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. ปรับเปลี่ยนอัตราค่าห้องพักให้มีความยืดหยุ่น เช่น อัตราค่าห้องพักที่รวมอาหารเช้า ในกรณีที่ลูกค้าไม่รับประทานอาหารเช้า สามารถเปลี่ยนเป็นอาหารเช้ามื้ออื่นๆ หรือลดราคาห้องพัก ลง หรือการแบ่งอัตราค่าห้องพักเป็นกรณีพักเดี่ยว หรือพักคู่

3. เพิ่มวิธีการชำระเงินให้มีความหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากเงินสด และบัตรเครดิต เช่น เช็คเดินทาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษา ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการได้ดีในระดับเดียวกับ ความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับคุณภาพ การให้บริการในปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติมโดยปรับปรุง การให้บริการแก่ลูกค้าให้มีการติดต่อที่สะดวก รวดเร็ว และปราศจากข้อผิดพลาด โดยเฉพาะ ด้านการ check in/check out และการให้บริการในห้องพัก รวมทั้งระบบการชำระเงินที่มีความ ถูกต้อง และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และไว้ใจในการ ใช้บริการให้แก่ลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานได้ดีใน ระดับเดียวกับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับ คุณภาพการให้บริการในปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานด้านการใช้ภาษา การสื่อสาร และมารยาทในการ ให้บริการของพนักงาน รวมทั้งปรับทัศนคติในการให้บริการของพนักงาน ให้มีความเต็มใจและ ยินดีในการให้บริการ

2. ควรมีการให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อพนักงานจะสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

3. ผู้บริหารอาจกำหนดมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมให้การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ตนได้รับบริการ จะสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมละไมวันทาในระดับมาก แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการ ในส่วนของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพได้ดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติม โดยทำการปรับปรุงห้องพัก และตกแต่งภูมิทัศน์ในบริเวณโรงแรมให้มีความสวยงาม และสะอาดอยู่เสมอ รวมทั้ง การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการ เช่น เตียงชายหาด รมกันแดด โต๊ะและเก้าอี้ในสวนหย่อม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจในภาพลักษณ์ของ โรงแรมเมื่อพบเห็น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลางเช่นกัน แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดได้ในระดับเดียวกับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรเพิ่มคุณภาพการให้บริการให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น โดยการปรับปรุงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรส่งเสริมการขายโดยมีการให้ส่วนลด หรือแถมโปรแกรมท่องเที่ยว ซึ่งลูกค้าโดยส่วนมากที่มาเที่ยวเกาะสมุย ย่อมอยากเดินทางไปยังเกาะต่างๆ เช่น หมู่เกาะอ่างทอง หมู่เกาะนางยวน เกาะเต่า เกาะพะงัน หรือทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น ดำน้ำ หรือเล่นกีฬาทางน้ำ การให้ส่วนลด หรือแถมโปรแกรมท่องเที่ยว

2. ควรมีการจัดนิทรรศการร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ เช่น สมาคมโรงแรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับการประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว หรือนิตยสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงสื่อท้องถิ่นต่างๆ เพื่อให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้น

3. การให้ส่วนลดในกรณีต่างๆ เช่น ให้ส่วนลดกรณีพักเป็นเวลานาน เช่น 1 อาทิตย์ขึ้นไป กรณีเข้าพักครั้งต่อไป หรือส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ ถือเป็น การจูงใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของโรงแรม

4. ควรมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้า เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบ เป็นวิธีการจูงใจลูกค้าอีกวิธีหนึ่ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยรวมในระดับมาก แสดงว่า โรงแรมละไมวันทามีการนำเสนอบริการในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการได้ดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าโรงแรมละไมวันทาควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิม และอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านการบริการอาหารในห้องพัก โรงแรมควรปรับปรุงระบบการให้บริการอาหารในห้องพัก ทั้งด้านคุณภาพการบริการ และรสชาติของอาหาร อีกทั้งการเน้นความหลากหลายของอาหาร ทั้งอาหารพื้นบ้านตามฤดูกาล และอาหารนานาชาติ จะสามารถสร้างความน่าสนใจของอาหาร และดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2. การบริการอินเทอร์เน็ตระบบ Wi-Fi ของโรงแรม ลูกค้าอาจยังไม่ทราบว่ามียังมีบริการนี้ โรงแรมควรประชาสัมพันธ์โดยการติดสัญลักษณ์ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าโรงแรมให้บริการอินเทอร์เน็ตระบบ Wi-Fi และโรงแรมควรปรับปรุงสัญญาณให้กระจายครอบคลุมพื้นที่ของโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการอย่างทั่วถึง

3. ควรมีการดูแลเอาใจใส่เป็นสำคัญในเรื่องของการให้บริการ โดยเฉพาะสิ่งของเครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในห้องพัก ควรจัดให้มีเพียงพอสำหรับความต้องการของผู้เข้าพัก และหมั่นตรวจสอบดูแลให้ใช้การได้ดีอยู่เสมอ เช่น เครื่องปรับอากาศ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ

4. เจ้าหน้าที่ของโรงแรม ควรมีการหมั่นตรวจตรา ไม่ให้บุคคลภายนอกเข้ามาภายในบริเวณโรงแรม รวมทั้ง ควบคุมการใช้เสียงทั้งในบริเวณโรงแรม และบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาพักผ่อนต้องการความเงียบสงบ และความเป็นส่วนตัว

5. ในส่วนของการบริการห้องอาหารในช่วงค่ำ อาจมีการเล่นดนตรี สลับกับการเปิดเพลง เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศภายในห้องอาหาร ไม่น่าเบื่อจนเกินไป

6. ควรแยกบริเวณที่จอดรถของพนักงานโรงแรม กับที่จอดรถของผู้เข้าพักออกจากกัน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าพัก ในกรณีที่จอดรถมีไม่เพียงพอ

7. โรงแรมอาจมีการสร้างเครือข่ายพันธมิตร เพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีที่ลูกค้าต้องการใช้บริการเช่า/จ้างรถ หรือบริการอื่นๆ เช่น จองโปรแกรมทัวร์ สปา

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรม ละไมวันทาเป็นรายด้าน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงบริการให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรื่อยๆ