

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติและกลุ่มลูกค้าชาวไทย จำนวน 265 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 185 ราย นักท่องเที่ยวชาวไทย 80 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความคิดเห็น ในการเปรียบเทียบความแตกต่างใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการทดสอบตัวแปรด้วยวิธีค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่ม สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษานักท่องเที่ยวจำนวน 265 ราย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 70% เท่ากับ 185 ราย นักท่องเที่ยวชาวไทย 30% เท่ากับจำนวน 80 ราย พบว่า

##### ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.2 อายุ 30-39 ปี ร้อยละ 55.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 60.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 43.2 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด ร้อยละ 40.0 มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 60,001-80,000 บาท ร้อยละ 24.3 ส่วนใหญ่ภูมิลำเนามาจากยุโรป ร้อยละ 48.6 ผู้ร่วมเดินทางมาอำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้คือ มากับคู่รัก ร้อยละ 40.0 และมากะสมุยครั้งแรก ร้อยละ 38.9 ช่วงเดือนที่เดินทางมาอำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ มกราคม – มีนาคม ร้อยละ 70.8 ส่วนใหญ่เคยเข้าพักที่โรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล ร้อยละ 61.1 โดยเข้าพัก 1-2 ครั้ง ร้อยละ 38.9 แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูล

เกี่ยวกับโรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล คืออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 75.7 และส่วนใหญ่บริการของโรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล ที่ใช้บริการคือ อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 84.3

#### ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.0 มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 40.0 ชาวไทย สถานภาพโสด ร้อยละ 52.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 45.0 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด ร้อยละ 32.5 มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 20,000-40,000 บาท ร้อยละ 43.8 ภูมิลำเนาจากจังหวัดภาคกลางมากที่สุดร้อยละ 43.8 ผู้ร่วมเดินทางมาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้คือ มากับครอบครัว ร้อยละ 30.0 และส่วนใหญ่มาเกาะสมุยครั้งนี้คือ ครั้งแรก ร้อยละ 42.5 ช่วงเดือนที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือมกราคม – มีนาคม ร้อยละ 82.5 ส่วนใหญ่เคยเข้าพักที่โรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล ร้อยละ 57.5 และเข้าพัก 1-2 ครั้ง ร้อยละ 57.5 แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 75.7 และส่วนใหญ่บริการของโรงแรมละไมอินท์ 99 บังกะโล ที่ใช้บริการคือ อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 82.5

#### **ส่วนที่ 2 ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมละไม อินท์ 99 บังกะโล**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (อาทิ สบู่ แชมพู ยาสิฟิโน แปร่งฟัน ผ้าเช็ดตัว) และบริการสระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ ห้องน้ำสะอาด ไม่มีคราบสกปรก และไม่กลิ่นเหม็น (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความสวยงามของอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม เตียงนอน เก้าอี้ ตู้ใส่เสื้อผ้า มีสภาพสะอาดไม่สกปรก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ราคาห้องพักของโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การแสดงราคาห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.49) และบริการบัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือโรงแรม

ตั้งอยู่ติดชายหาด (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.09) และบริการของห้องพักทางโทรศัพท์ เว็บไซต์/อีเมล (ค่าเฉลี่ย 4.08)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาคือ ส่วนลดราคาห้องพักสำหรับแขกลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.25) และมีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.18)

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานของโรงแรมให้บริการเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ พนักงานโรงแรมให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และพนักงานมีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้ม แจ่มใส กล่าวต้อนรับ และกล่าวคำอำลาลูกค้าทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.99)

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริเวณพื้นที่ของโรงแรมสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ โรงแรมมีบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.05) และโรงแรมมีการตกแต่งบริเวณรอบๆร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.04)

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ การให้บริการต่างๆของโรงแรมมีความรวดเร็ว สะดวกไม่ต้องรอนาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีขั้นตอน เงื่อนไขในการเข้าพักของโรงแรมไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) สำหรับปัจจัยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.36) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.18)

#### 4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล จำแนกตามนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการทดสอบตัวแปร 2 ตัวแปร ด้วยวิธี ค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านราคา** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดย วิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านบุคลากร** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบุคลากร จำแนกตามนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง พนักงานของ โรงแรมมีการชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน และพนักงานของ โรงแรม ให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ โดย พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผลการทดสอบความแตกต่างของ คะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดย

วิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อหาระดับความพึงพอใจของการเข้าพัก การวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในปัจจัยย่อย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (อาทิ เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เฟอร์นิเจอร์) อุปกรณ์ภายในห้องพัก สามารถใช้งานได้ดีไม่ชำรุด ห้องน้ำสะอาด ไม่มีคราบสกปรก และไม่มกลิ่นเหม็น บริการสละวายน้ำ และบริการรถรับส่งจากสนามบิน เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตาม การเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

- 1) โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (อาทิเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เฟอร์นิเจอร์) มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้งและ 5 ครั้งขึ้นไป
- 2) อุปกรณ์ภายในห้องพักสามารถใช้งานได้ดีไม่ชำรุด มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้งและ 5 ครั้งขึ้นไป
- 3) ห้องน้ำสะอาด ไม่มีคราบ สกปรก และไม่มกลิ่นเหม็น มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง
- 4) บริการสละวายน้ำ มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้งและ 5 ครั้งขึ้นไป
- 5) บริการรถรับส่งจากสนามบิน มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง

**ด้านราคา** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านราคา จำแนก

ตามการเข้าพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง ราคาห้องพักของโรงแรม และราคาอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

- 1) ราคาห้องพักของโรงแรม มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป
- 2) ราคาอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการเข้าพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง ป้ายชื่อโรงแรม ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง โรงแรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และบริการจองห้องพักทางโทรศัพท์ เว็บไซต์/อีเมล เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

- 1) ป้ายชื่อโรงแรม มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป
- 2) ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในเรื่อง มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง
- 3) โรงแรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีจำนวน 2 คู่ คือ กลุ่ม ที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้งและ 5 ครั้งขึ้นไป
- 4) บริการจองห้องพักทางโทรศัพท์ เว็บไซต์/อีเมล มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้งและ 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง
- 5) บริการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการเข้าพัก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น

ทีวี วิทย์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ฯลฯ และมีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทย์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว ฯลฯ มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง

2) มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่ม ที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

**ด้านบุคลากร** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านบุคลากร จำแนกตามการเข้าพัก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย พนักงานของโรงแรมให้ความสนใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ และพนักงานโรงแรมให้บริการด้วยความรวดเร็ว เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) พนักงานของโรงแรมแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง

2) พนักงานของโรงแรมให้ความสนใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

3) พนักงานโรงแรมให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามการเข้าพัก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง แสงสว่างของแสงไฟฟ้าบริเวณทางเดิน เมื่อทดสอบความแตกต่างของ

ระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) แสงสว่างของแสงไฟฟ้าบริเวณทางเดิน มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

**ด้านกระบวนการ** ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ F-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านกระบวนการ จำแนกตามการเข้าพัก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในปัจจัยย่อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามการเข้าพักเป็นรายคู่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1) โรงแรมสามารถแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และมีการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้ มีจำนวน 1 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

2) ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ มีจำนวน 2 คู่ คือกลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงแรมแพ็คเกจพัลด์ในระดับปานกลางลำดับแรกคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของผุสสดี สมปาน (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมละไมวันทา อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ เครื่องใช้ที่เป็นบริการของโรงแรมมีเพียงพอกับความต้องการ (อาทิ สบู่ แชมพู ยาสิฟัน

แปรงฟัน ผ้าเช็ดตัว) และ บริการสระว่ายน้ำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสตี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความสะอาดของห้องพัก ความสะดวกสบายของเตียงนอนและภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาห้องพักของโรงแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสตี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริการรับบัตรเครดิตในการชำระเงิน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ โรงแรมตั้งอยู่ติดชายหาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสตี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทางมาพัก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสตี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานของโรงแรมให้บริการเชื่อถือได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสตี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานพูดจาสุภาพกับลูกค้า

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ บริเวณพื้นที่ของโรงแรมสะอาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสสดี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม และการออกแบบและตกแต่งโรงแรม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ บรรยากาศภายในห้องพัก

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมุสสดี สมปาน (2552) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชนะ มุสิกไชย (2550) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ

#### **ข้อค้นพบ**

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาจากยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาจากจังหวัดในภาคกลาง
2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะสมุยครั้งนี้เป็นครั้งแรก และชอบเดินทางมาช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม
3. พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมากับคู่รักและมากับครอบครัว
4. ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี และระหว่าง 40 ปีขึ้นไป
5. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมฯ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องโรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย (อาทิเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เฟอ์นเจอร์ ) และความสบายของเตียงนอน และหมอนในห้องพัก

6. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องอุปกรณ์ภายในห้องพักสามารถใช้งานได้ดีไม่ชำรุด ห้องน้ำสะอาด ไม่มีคราบสกปรก และไม่มีกลิ่นเหม็น บริการสระว่ายน้ำ และบริการรับส่งจากสนามบิน

7. ด้านราคา พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมฯ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่อง ราคาห้องพักของโรงแรมและราคาอาหารและเครื่องดื่ม

8. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมฯ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องมีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และกลุ่มที่เข้าพัก 1-2 ครั้ง มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่อง การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวฯลฯ

9. ด้านบุคลากร พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องพนักงาน โรงแรมมีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน และพนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ

10. ด้านบุคลากร พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยในเรื่อง พนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ และกลุ่มที่พัก 3-4 ครั้ง มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่อง ของพนักงานโรงแรมแต่งกายสุภาพสะอาด เรียบร้อย

11. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยในเรื่องแสงสว่างของแสงไฟฟ้าบริเวณทางเดิน

12. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 อันดับสุดท้ายมีดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้าย

| ปัจจัยย่อย                                                                                            | ปัจจัยหลัก                           | ค่าเฉลี่ย | แปลผล   | ลำดับที่ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------|---------|----------|
| มีส่วนลดหรือแถมโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าที่เข้าพักหลายคืนติดต่อกัน                                | ด้านการส่งเสริมการตลาด               | 3.01      | ปานกลาง | 1        |
| การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี วิทู อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเทียว นิตยสารการท่องเที่ยวฯลฯ | ด้านการส่งเสริมการตลาด               | 3.05      | ปานกลาง | 2        |
| ราคาอาหารและเครื่องดื่ม                                                                               | ด้านราคา                             | 3.15      | ปานกลาง | 3        |
| ราคาค่าบริการรถ รับ-ส่ง                                                                               | ด้านราคา                             | 3.17      | ปานกลาง | 4        |
| มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แจกฟรี                                                     | ด้านการส่งเสริมการตลาด               | 3.18      | ปานกลาง | 5        |
| บริการซักรีด                                                                                          | ด้านผลิตภัณฑ์                        | 3.20      | ปานกลาง | 6        |
| ส่วนลดราคาค่าห้องพักสำหรับแขกลูกค้าประจำ                                                              | ด้านการส่งเสริมการตลาด               | 3.25      | ปานกลาง | 7        |
| โรงแรมมีการออกแบบตกแต่งภายในห้องพัก                                                                   | ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | 3.29      | ปานกลาง | 8        |
| บริการรถรับส่งจากสนามบิน                                                                              | ด้านผลิตภัณฑ์                        | 3.38      | ปานกลาง | 9        |
| อาหารและเครื่องดื่ม                                                                                   | ด้านผลิตภัณฑ์                        | 3.39      | ปานกลาง | 10       |

จากตารางที่ 5.1 จะเห็นได้ว่าประเด็นที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยส่วนใหญ่จะอยู่ในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ แต่มีปัจจัยที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดเป็นอันดับแรกในเรื่องมีส่วนลดหรือแถมโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าที่เข้าพักหลายคืนติดต่อกัน รองลงมาคือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี วิทู อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเทียว นิตยสารการท่องเที่ยวฯลฯ

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรม ละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารของโรงแรมในการพิจารณาปรับปรุงการให้บริการในเรื่องที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในห้องพักให้ทันสมัย อาทิเครื่องปรับอากาศไม่ให้มีเสียงดัง เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เฟอร์นิเจอร์ รวมถึงที่นอนและเตียงนอน และหมอนในห้องพัก
2. ควรพิจารณาปรับปรุงอุปกรณ์ภายในห้องพักสามารถใช้งานได้ดีไม่ชำรุด ห้องน้ำต้องสะอาดไม่มีคราบสกปรก ไม่มีกลิ่นเหม็น มีการตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักให้ไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ควรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับลงไว้จำนวนหนึ่ง เช่น หมอน ผ้าห่ม เป็นต้น เพื่อกรณีที่ลูกค้าต้องการอุปกรณ์บางอย่างเพิ่มเติมเนื่องจากที่จัดไว้ภายในห้อง จะไม่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้ทันทั่วถึงและควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าในห้องพักทุกครั้งหลังจากลูกค้าคืนห้อง เพื่อตรวจสอบว่าอุปกรณ์ชำรุดหรือไม่ จะได้ทำการแก้ไขให้เรียบร้อยก่อนลูกค้ารายใหม่จะเข้าพัก
3. ผู้บริหารโรงแรมฯ ควรพิจารณาปรับปรุงเมนูอาหาร ให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยการสำรวจข้อมูลรายการเมนูอาหาร อาหารแบบไหนที่ลูกค้าไม่ค่อยชอบ ควรพิจารณาปรับปรุง
4. จากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมากับคู่รักและมากับครอบครัว ดังนั้น โรงแรมฯ ควรจัดห้องพักพิเศษสำหรับคู่รักหรือคู่ฮันนีมูน โดยเลือกห้องพักส่วนที่สามารถชมวิวดูทะเลได้อย่างชัดเจน จัดเป็นห้องพักพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ โดยภายในห้องพักมีบรรยากาศองค์ประกอบภายในห้องพักที่ดี มีการจัดเตรียม honeymoon bed set up ไว้ให้เพื่อเพิ่มบรรยากาศของความรักให้อบอุ่นไปทั่วทั้งห้องตลอดเวลา และโรงแรมต้องติดประกาศแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงบริการที่โรงแรมจัดไว้ให้อย่างชัดเจนบริเวณด้านหน้าของโรงแรม โดยให้ลูกค้าสามารถสอบถามรายละเอียดข้อมูลห้องพักจากพนักงานหน้าเคาน์เตอร์

### ด้านราคา

1. ควรพิจารณาปรับปรุงราคาค่าบริการรถรับส่งสนามบิน และค่าบริการซักรีด ให้มีความเหมาะสม
2. การตั้งราคาอัตราค่าอาหาร และเครื่องดื่มของโรงแรมควรมีความเหมาะสม โดยเน้นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่ได้รับมีคุณภาพความเหมาะสมกับราคา
3. การตั้งราคาห้องพัก ผู้บริหารควรให้ความสนใจเป็นพิเศษโดยพิจารณาตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับการให้บริการ โดยให้พนักงานแนะนำห้องพักแต่ละประเภทให้แก่ลูกค้า แสดงให้

เห็นถึงความแตกต่างในส่วนของห้องพักว่ามีความเหมาะสมกับราคาอย่างไร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพคุ้มค่ากับราคา

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ควรปรับปรุงป้ายชื่อของโรงแรมให้มองเห็นได้อย่างชัดเจนในระยะไกล เนื่องจากสถานที่ตั้งของโรงแรมอยู่ไกลจากแหล่งชุมชน จึงทำให้มองเห็นในระยะไกลได้ลำบาก โดยใช้ตัวหนังสือขนาดใหญ่ที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาดให้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

1. ด้านห้องพักควรมีส่วนลดราคาสำหรับลูกค้าที่เข้าพักเป็นระยะเวลาหลายวัน หรือลูกค้าที่เข้าพักประจำ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยเข้าพักมากกว่า 5 ครั้ง
2. ควรมีการปรับลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น ลดราคาค่าห้องพัก 30 เปอร์เซ็นต์สำหรับลูกค้าประจำ หรือสำหรับลูกค้าทั่วไป 15 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น
3. ควรมีส่วนลดหรือแถมโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าที่เข้าพักประจำหลายคืนติดต่อกัน
4. ควรจัดทำแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแจกฟรี ให้เพิ่มมากขึ้น และมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวฯลฯ ให้ทั่วถึง

#### ด้านบุคลากร

1. จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องพนักงานโรงแรมมีการชี้แจง แนะนำหรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน และพนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ ดังนั้น โรงแรมควรจัดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นผู้ให้รายละเอียดข้อมูลห้องพักแก่ลูกค้า เป็นรายบุคคลเพื่อสร้างความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ
2. จากผลการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจน้อยในเรื่องพนักงานโรงแรมให้ความใส่ใจกับลูกค้าแต่ละรายสร้างความประทับใจในการให้บริการรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ และกลุ่มที่พัก 3-4 ครั้ง มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นในเรื่อง ของพนักงานโรงแรมแต่งกายสุภาพสะอาด เรียบร้อย ดังนั้น การรับพนักงานเข้าทำงานควรพิจารณาจากบุคลิกลักษณะ

โดยเฉพาะการมีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ และมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ลูกค้า มีความสามารถในการตอบสนองคำร้องขอของลูกค้า และมีการชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ และควรมีการเปลี่ยนรูปแบบให้พนักงานทุกปีเพื่อให้พนักงานได้แต่งกายสุภาพ สะอาด และเรียบร้อย

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องการออกแบบตกแต่งภายในห้องพักสวยงาม ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงตกแต่งห้องพักของโรงแรมอยู่เสมอ เพื่อให้ห้องพักแลดูสวยงาม น่าพักผ่อน เนื่องจากโรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดำเนินธุรกิจในรูปแบบครอบครัว ซึ่งการบริหารงานจะขึ้นอยู่กับความตัดสินใจของเจ้าของกิจการเป็นหลัก โดยเฉพาะในเรื่องของการปรับปรุงห้องพักของโรงแรม และการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบของบริเวณโรงแรม เจ้าของกิจการมีนโยบายที่คงไว้ในรูปแบบเดิม
2. ควรเพิ่มแสงสว่างของแสงไฟฟ้าบริเวณทางเดิน ให้มากขึ้น เพื่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้า
3. ควรมีการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้านักท่องเที่ยวที่มาพักว่ามีความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมอย่างไร เช่น การออกแบบตกแต่ง การบริการ ชื่อของโรงแรม และรายละเอียดต่างๆ ในความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปในอนาคต หากลูกค้าเดินทางมาท่องเที่ยว

### ด้านกระบวนการให้บริการ

ถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีความพึงพอใจในระดับมาก แต่ก็ควรปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะระบบการแก้ไขสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน และการชดเชยความไม่สะดวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้ กระบวนการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่เข้าได้อย่างถูกต้อง และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรมมีความปลอดภัยสูง มีระบบการทำงานให้บริการที่เป็นมาตรฐานสากล ระบบการชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ การให้บริการต่างๆ ของโรงแรมมีความรวดเร็ว สะดวกไม่ต้องรอนาน และขั้นตอน เงื่อนไขในการเข้าพักของโรงแรมไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด (การจองห้องพัก บันทึกข้อมูลลูกค้า การรับคำสั่งต่างๆ และอื่น) เป็นต้น