

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี (2) เปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน และ (3) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา: โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี” ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

จากการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

จากผลการวิจัย พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ โดยสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละด้านดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจพบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า พนักงานให้บริการอย่างเต็มที่ เช่น พนักงานมีความพร้อมด้านการให้บริการอยู่เสมอ มากที่สุด รองลงมาคือ การที่พนักงานมีการชี้แจงรายละเอียดการชำระเงินต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน และโปร่งใส พนักงานสามารถปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้

ให้สัญญากับลูกค้าได้ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และพนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ส่วนด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า มากที่สุด รองลงมาคือการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเต็มที่ และพร้อมให้บริการตลอดเวลา สามารถตอบสนองความต้องการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โรงแรมมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ไม่ซับซ้อน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง และพนักงานมีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการเข้าพัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด และชัดเจน ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า พนักงานของโรงแรมมีความสุภาพ เรียบร้อย อ่อนน้อม มีใจรักในการบริการ มากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์ภายในโรงแรมมีมาตรฐานและความปลอดภัย เช่น ประตูหน้าต่างแข็งแรงคงทน บริเวณที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีความปลอดภัย เช่น มีแสงสว่างทั่วบริเวณ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น การที่โรงแรมมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีและได้มาตรฐาน เช่น มีระบบกล้องวงจรปิด บันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมง และพนักงานมีทักษะในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า ห้องพักรวมความสะดวก เรียบร้อย มากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สะอาด ครบถ้วน และจัดวางอย่างเป็นระเบียบ โรงแรมมีที่จอดรถยนต์ที่เหมาะสม สะดวก และเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า มีช่องทางในการติดต่อลูกค้าหรือการให้บริการที่หลากหลาย ชัดเจน และโรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม น่าดึงดูด บรรยากาศดี และด้านการเข้าใจลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า พนักงานดูแลเอาใจใส่ความสะดวกสบายของลูกค้า เช่น การรับฝากกระเป๋าก่อนเวลาเช็คอิน บริการโทรปลุกลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าแจ้ง มากที่สุด รองลงมาคือ การที่พนักงานยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้า ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ใส่ใจในการตอบคำถามและการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่เสมอให้กับลูกค้าอยู่เสมอ และพนักงานสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี เกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า

จากผลการวิจัย พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยความภักดีของลูกค้าทั้ง 2 ด้าน ของโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้ามีความภักดีเชิงทัศนคติ มากที่สุด รองลงมาคือ ความภักดีเชิงพฤติกรรม โดยสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละด้านดังนี้ ด้านความภักดีเชิงทัศนคติ พบว่า ลูกค้านี้ถึงโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรกเมื่อมีโอกาสได้มาท่องเที่ยวหรือทำธุระบริเวณใกล้เคียง มากที่สุด รองลงมาคือ รู้สึกประทับใจในห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม รู้สึกประทับใจการให้บริการของพนักงาน รู้สึกมีความสุข และอบอุ่นทุกครั้งที่ได้มาพักที่โรงแรมแห่งนี้ และรู้สึกประทับใจสภาพแวดล้อมของโรงแรม ส่วนด้านความภักดีเชิงพฤติกรรม พบว่า ลูกค้ามีการบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่น่าประทับใจของโรงแรมนี้ให้กับแก่คนใกล้ชิด

มากที่สุด รองลงมาคือ การแนะนำคนใกล้ชิดหรือคนที่ต้องการหาห้องพักมาใช้บริการโรงแรมนี้เพิ่ม หรือหากมีใครกล่าวถึงโรงแรมในแง่ลบ จะแก้ต่างหรือชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องแก่บุคคลนั้น รวมถึงจะใช้บริการโรงแรมนี้ต่อไป แม้จะมีโรงแรมใหม่เปิดให้บริการเพิ่ม และจะยังคงเลือกใช้บริการห้องพักของ โรงแรมนี้ ถึงแม้ว่าห้องพักจะมีราคาแพงขึ้น

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.4.1 จากสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า ความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านอาชีพ ผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีของลูกค้า ไม่แตกต่างกันเมื่อลูกค้ามีอาชีพแตกต่างกัน อธิบายได้ว่า โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา เป็นโรงแรมที่ให้ความรู้ใกล้ชิดธรรมชาติ มีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภวารินชำราบ เป็นพื้นที่ทางผ่านเข้าในเมืองอุบลราชธานี ลักษณะลูกค้าที่มาใช้บริการจึงเป็นกลุ่มที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีที่สนใจที่พักในลักษณะใกล้ชิดธรรมชาติมาใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการมีค่อนข้างหลากหลายอาชีพ

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ผลการวิจัย พบว่า ความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกันตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีความภักดีแตกต่างจากลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีความภักดีแตกต่างจากลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีความภักดีแตกต่างจากลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความภักดีแตกต่างจากลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีของลูกค้า ไม่แตกต่างกันเมื่อลูกค้ามีรายได้แตกต่างกัน อธิบายได้ว่า โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา เป็นโรงแรมขนาดเล็ก เป็นห้องพักราคาประหยัด ลูกค้าที่มาใช้บริการมีรายได้เฉลี่ยสูงหรือต่ำก็สามารถมาใช้บริการได้ทุก ระดับ ในราคาที่เท่ากัน

5.1.4.2 จากสมมติฐานที่ว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ได้แก่ ด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 อภิปรายผล

รายงานผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล

5.2.1.1 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าแตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาชีพของผู้ที่มีใช้บริการที่ต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีมาใช้บริการโรงแรมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการกับเกษตรกร อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างกับธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างกับเกษตรกร มีความภักดีต่อโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บิวนิชา พุทธเกิด และทิพย์รัตน์ เลาหิเชียร (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับสูงและระดับความภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง ผู้เข้าพักที่มีรายได้ อาชีพ และจำนวนคืนที่เข้าพักแตกต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมราคาประหยัดแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงสรวง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า ผลการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี พบว่า สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของ ลูกค้าแตกต่างกัน

5.2.1.2 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าแตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งระดับการศึกษาของผู้ที่มีใช้บริการที่ต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีมาใช้บริการโรงแรมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้นกับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้นกับปริญญาตรี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) กับปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี มีความภักดีต่อโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทร์หนองสรวง (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน นั้นมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทาริกา นาราสิ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของพนักงานการเงินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสระแก้ว กล่าวว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและระดับรายได้

ที่ต่างกัน มีความภักดีต่อธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสระแก้วแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิชญ์ ปิ่นคำ, นุชศรา นันโท และดวงดาว ภูครองจิตร (2565) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจหอพักในจังหวัดร้อยเอ็ด กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าธุรกิจหอพักในจังหวัดร้อยเอ็ดแตกต่างกัน

5.2.1.3 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงสรวง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าไม่แตกต่างกัน

5.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

5.2.2.1 คุณภาพการบริการด้านความเข้าใจลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีในระดับสูง และมีทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา มีการดูแลเอาใจใส่ความสะดวกสบายของลูกค้า ใส่ใจในการตอบคำถามและการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่เสมอให้กับลูกค้าอยู่เสมอ ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม และยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้ารวมถึงสามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรรินทร์ ศิริสวัสดิ์ และอภิ คำเพระ (2566) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครพนม กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการกระตือรือร้นในการให้บริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความจงรักภักดีของลูกค้า และคุณภาพการให้บริการด้านการให้บริการทุกระดับเท่าเทียมกันมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความจงรักภักดีของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงสรวง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ พบว่า การให้ความมั่นใจ สิ่งสัมผัสได้ การให้ความสำคัญกับลูกค้า และความน่าเชื่อถือและไว้วางใจส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร บัณฑิตวรากล และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2565) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม และรีสอร์ทในจังหวัดนครราชสีมา กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ใ่วางใจและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าใ่วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม และรีสอร์ท ในจังหวัดนครราชสีมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิญญ์ ปิ่นคำ นุชศรา นันโท และ ดวงดาว ภูครองจิตร (2565) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจ หอพักในจังหวัดร้อยเอ็ด กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของของลูกค้าธุรกิจ หอพักในจังหวัดร้อยเอ็ดในระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความ ภักดีของลูกค้าธุรกิจหอพักในจังหวัดร้อยเอ็ด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีมากที่สุด คือ ด้านการ ตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ตามลำดับ

5.2.2.2 คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญที่มี อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีใน ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจาก โรงแรมฟาร์ม แอนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ได้มีการจัดสรรอุปกรณ์ภายในโรงแรมให้มาตรฐานและความปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าผู้เข้าพักใช้บริการมีความรู้สึกอุ่นใจ ในส่วนของความปลอดภัยทางโรงแรมได้มีระบบการ รักษาความปลอดภัยที่ดีและได้มาตรฐาน เช่น มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมง บริเวณที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ มีแสงสว่างทั่วบริเวณ มีกล้องวงจรปิด รวมถึง พนักงานของ โรงแรมมีการให้บริการด้วยความสุภาพ เรียบร้อย อ่อนโยน มีใจรักในการบริการ และมีทักษะใน การให้บริการเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงสรวง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ พบว่า การให้ความมั่นใจ สิ่งสัมผัส ได้ การให้ความสำคัญกับลูกค้า และความน่าเชื่อถือและ ใ่วางใจส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า ของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร บัณฑิตวรากล และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2565) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ท ในจังหวัด นครราชสีมา กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าใ่วางใจและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าใ่วางใจส่งผลเชิง บวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรม และรีสอร์ท ในจังหวัดนครราชสีมา และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อัครวัตร อรชร และณัฐพล พันธุ์ภักดี (2566) ที่ศึกษาเรื่อง ผลของคุณภาพบริการและ การตลาดแบบดิจิทัลต่อความภักดีของลูกค้าร้านเค้ก ฟอรั่ม คาเฟ่ จังหวัดชัยภูมิ กล่าวว่า คุณภาพ บริการในทุกมิติ คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าต่อร้าน

5.2.2.3 คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการเป็นตัวแปรสำคัญที่มี อิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีใน

ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากที่โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา มีบริการห้องพักที่มีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สะอาด ครบถ้วน และเป็นระเบียบ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่สวยงาม น่าดึงดูด บรรยากาศดีของโรงแรม และมีที่จอดรถยนต์ที่เหมาะสม สะดวก และเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า มีช่องทางในการติดต่อลูกค้าหรือการให้บริการที่หลากหลาย ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิชญ์ ปิ่นคำ นุชศรา นันโท และดวงดาว ภูครองจิตร (2565) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจห้องพักในจังหวัดร้อยเอ็ด กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจห้องพักในจังหวัดร้อยเอ็ดในระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจห้องพักในจังหวัดร้อยเอ็ด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ตามลำดับ

5.2.2.4 คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เป็นตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนที เลาหะกุล และทิพย์รัตน์ เลาหะเชียร (2563) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์ กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม การสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดย สามารถร่วมกันอธิบายความจงรักภักดีของลูกค้าได้ร้อยละ 42.6 ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า อย่างไรก็ตาม โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปาเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อมองในเรื่องการแต่งกายของพนักงาน ซึ่งโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปามีการแต่งกายสลับวันคี่วันคู่ โดยวันคี่จะมีการแต่งการด้วยเสื้อม่อฮ่อม กางเกงขายาวสีดำ วันคู่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าฝ้ายสีขาว กางเกงขายาวสีดำ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบแผนหรือดูเรียบร้อย แต่ถ้าหากเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ก็ยังไม่โดดเด่นมากนัก อาจส่งผลให้ลูกค้าไม่ได้ประทับใจถึงขั้นบอกต่อคนที่รู้จักให้มาใช้บริการ

5.2.2.5 คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เป็นตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงสรวง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจ สิ่งที่สัมผัสได้ การให้ความสำคัญกับลูกค้า และความน่าเชื่อถือและไว้วางใจส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้า ในขณะที่คุณภาพ การให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของ

ลูกค้า อย่างไรก็ตามโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ไม่ซับซ้อน สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถติดต่อพนักงานหน้าเคาท์เตอร์ได้ตั้งแต่ 07.00 น. จนถึงเวลา 19.30 น. แล้วหลังจากเวลานั้น จะเป็นการติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ เช่น กรณีลูกค้าเข้าติดต่อห้องพักหลังเวลา 19.30 น. จะมีการเขียนป้ายเบอร์โทร ช่องทางการติดต่อไว้ให้ลูกค้าติดต่อมาก จากนั้นจะมีพนักงานลงมาเช็คอินให้กับลูกค้า ซึ่งในส่วนนี้อาจส่งผลให้ลูกค้ามีเพียงความภาคภูมิใจที่ตนคิด

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

5.3.1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการบริการด้านการเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าโดยเน้นการเข้าใจลูกค้าไปใช้พัฒนาองค์กร เช่น การวางแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการให้บริการมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า โดยการจัดการอบรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างบุคลิกภาพ มารยาทการบริการลูกค้าให้มีความอ่อนน้อม มีความสุภาพ และมีบุคลิกที่มีความน่าเชื่อถือให้กับพนักงาน การดูแลเอาใจใส่ความสะดวกสบายของลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ใส่ใจในการตอบคำถาม และการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่เสมอ

5.3.1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าโดยเน้นด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าไปใช้พัฒนาองค์กร เช่น การจัดอบรมพนักงานของโรงแรมเกี่ยวกับการบริการลูกค้าอย่างเป็นมืออาชีพ ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมของโรงแรมให้มีระบบความปลอดภัยที่ดี เช่น มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมง มีการตรวจเช็คระบบกล้องวงจรปิดให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ จัดบริเวณที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้มีความปลอดภัย เช่น มีแสงสว่างทั่วบริเวณ มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น จัดให้มีการอบรมหลักสูตรการกู้ภัย การปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงานทุกปี รวมถึงการบำรุงรักษาอุปกรณ์ภายในโรงแรมให้มีความปลอดภัย และมีมาตรฐานอยู่เสมอ เช่น ประตูหน้าต่างแข็งแรงคงทน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่เข้าพัก เสริมสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าอยากกลับมาพักอีกครั้ง

5.3.1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าโดยเน้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการไปใช้พัฒนาองค์กร เช่น การปรับปรุงห้องพักให้สวยงาม สะอาด เรียบร้อยอยู่เสมอ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่สะอาด ครบถ้วน มีการจัดวาง

อย่างเป็นระเบียบ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องที่จอดรถยนต์ที่เหมาะสม สะดวก และเพียงพอกับการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับการจ่ายเงินสำหรับเข้าพักมากที่สุด

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยพนักงานต้องแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีการชี้แจงรายละเอียดการชำระเงินต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน และโปร่งใส พนักงานให้บริการอย่างเต็มที่ เช่น พนักงานมีความพร้อมด้านการให้บริการอยู่เสมอ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าโดยไม่มีข้อยกเว้น เป็นต้น

ผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า มีความชัดเจน มีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการเข้าพัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด และชัดเจน โดยพนักงานทุกคนจะต้องถูกเข้ารับการอบรมในเรื่องการให้ข้อมูลกับลูกค้า พนักงานทุกคนต้องมีข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับโรงแรมได้ การบริการลูกค้าทุกคนอย่างเต็มที่ และพร้อมให้บริการตลอดเวลา รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก ไม่ซับซ้อน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับหัวข้อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อมาใช้วิเคราะห์ความเข้าใจ ความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถเป็นแนวทางในการวางแผนกระบวนการดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว โดยนำเสนอรูปแบบการบริการที่มีความแปลกใหม่ โดดเด่น แตกต่าง มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้โรงแรมมีความน่าสนใจมากขึ้น และเข้าใจถึงแรงจูงใจที่จะทำให้ลูกค้าอยากมาพักที่โรงแรมมากขึ้น

5.3.2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรทำแบบสัมภาษณ์ควบคู่กับการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้เขียนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่น ๆ ที่มีต่อการมาพักโรงแรม การใช้การสัมภาษณ์ควบคู่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อจะได้นำผลนั้นไปใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาการทำงานในส่วนงานบริหารของทางโรงแรมต่อไป