

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิตติวงษ์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ครั้งนี้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล คุณภาพการบริการของโรงแรม และความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

5.1.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในงานศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 56-60 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป

5.1.1.2 คุณภาพการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ความเอาใจใส่ และการให้ความมั่นใจ ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้าน มีดังนี้

5.1.1.3 ความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง การไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า หากไม่ได้รับการอนุญาตจากลูกค้า และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง ห้องพักที่ใช้บริการตรงกับภาพที่ใช้ในการโฆษณาของโรงแรม

5.1.1.4 การตอบสนอง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง สามารถจัดห้องพักได้ตามจำนวน และประเภทห้องตามความต้องการที่ตกลงกับลูกค้า และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร แนะนำ และเสนอบริการได้อย่างชัดเจน

5.1.1.5 สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง มีที่จอดรถกว้างขวางสามารถเข้าจอดได้อย่างสะดวกสบาย และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง 5 อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความแข็งแรงพร้อมใช้งานทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ

5.1.1.6 ความเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง พนักงานให้บริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้ เช่น รับฝากของ บริการโทรปลุก ออกใบเสร็จสำหรับเบิกจ่ายข้าราชการ เรียกรถรับส่ง เป็นต้น และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง พนักงานสามารถจดจำชื่อ และข้อมูลสำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5.1.1.7 การให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง ขั้นตอนการกรอกข้อมูล Check in (เปิดห้องพัก) และ Check out (คืนห้องพัก) มีความสะดวกรวดเร็ว และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง เพจ Facebook โรงแรม มีการนำเสนอข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ

5.1.1.8 ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ พฤติกรรมการร้องเรียน ความไม่อ่อนไหวต่อราคา การบอกต่อ ความตั้งใจซื้อ

5.1.1.9 พฤติกรรมการร้องเรียน การให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง ท่านสามารถให้อภัยในความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการให้บริการของโรงแรมได้ และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง ท่านยินดีแจ้งให้โรงแรมทราบทันที เมื่อเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลให้โรงแรมได้ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

5.1.1.10 ความไม่อ่อนไหวต่อราคา การให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง ท่านรู้สึกว่าการบริการมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย (ช่วงราคา 400-1,000 บาท/ห้อง) และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้จะมีการปรับราคาห้องพักเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

5.1.1.11 การบอกต่อ การให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง ท่านจะแนะนำครอบครัว และคนรู้จักให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง ท่านจะถ่ายภาพ เช็คอิน หรือเขียนรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ

5.1.1.12 ความตั้งใจซื้อ การให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง หากท่านต้องการโรงแรมที่มีบรรยากาศดี พนักงานเป็นมิตร และให้ความช่วยเหลืออย่างดี จะนึกถึงที่นี่เป็นอันดับแรก และให้ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่อง ท่านยินดีจะเดินทางมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ แม้ว่าท่านต้องใช้เวลาในการเดินทางที่มากขึ้น หรือโรงแรมอยู่ไกลจากสถานที่ทำธุระของท่าน

5.1.2 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

จากผลการศึกษา พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลทุกด้านประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

5.1.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูง ในเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ คือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านที่มีระดับความสัมพันธ์ปานกลางในเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ คือ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านความเอาใจใส่

5.1.4 ผลการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

จากการศึกษา พบว่า มีคุณภาพการบริการ 3 ด้าน ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ และคุณภาพการบริการอีกบริการ 2 ด้าน ประกอบไปด้วย สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม และการตอบสนองไม่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ลักษณะส่วนบุคคล

5.2.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดี ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บิวนิชา พุทธเกิด (2562) ที่กล่าวว่า ผู้เข้าพักที่มีเพศแตกต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของกฤติยา ทองคำ (2564) กล่าวว่า ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 3-5 ดาวในภาคใต้ประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ในการอภิปรายครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่า ความตั้งใจกลับมาใช้บริการเป็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความภักดีของลูกค้า จึงได้ใช้อ้างอิงถึงงานวิจัยที่สอดคล้อง ซึ่งผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการบริการลูกค้า ขั้นตอนการให้บริการ ตลอดจนรูปแบบห้องพัก ทั้งลักษณะการใช้งาน และการตกแต่ง โทนสีที่ใช้เหมาะสมเป็นสีสุภาพ ไม่ได้แบ่งแยกเพื่อให้บริการเฉพาะเพศใดเพศหนึ่ง

5.2.1.2 ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดี ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนันท์ ขวัญทอง (2560) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ บิวนิชา พุทธเกิด (2562) ที่กล่าวว่า ผู้เข้าพักที่มีอายุแตกต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการบริการลูกค้า ขั้นตอนการให้บริการ มีรูปแบบที่เหมือนกันในการให้บริการลูกค้าทุกคนไม่ได้แบ่งแยกตามอายุ

5.2.1.3 ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บิวนิชา พุทธเกิด (2562) ที่กล่าวว่าผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความภักดีต่อโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ขวัญทอง (2560) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา มีผลความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากโรงแรมเปิดให้บริการสำหรับลูกค้าทุกระดับการศึกษา ไม่มีการให้บริการที่แบ่งแยกตามระดับการศึกษา อนึ่ง การพิจารณารูปลักษณะของลูกค้าภายนอกไม่สามารถจำแนกคุณลักษณะระดับการศึกษาของลูกค้าได้ จึงทำให้ธุรกิจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแบ่งแยกการให้บริการตามระดับการศึกษา

5.2.1.4 ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ขวัญทอง (2560) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ มีผลความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ สิริวิมล ประทุม (2562) กล่าวว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากโรงแรมเปิดให้บริการอยู่บริเวณอำเภอเมืองอุบลราชธานี เพื่อรองรับลูกค้าทุกกลุ่มที่เดินทางมายังอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทุกอาชีพมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการที่โรงแรม และได้รับการบริการที่เหมือนกันในทุกอาชีพ

5.2.1.5 ลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ขวัญทอง (2560) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีผลความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ สิริวิมล ประทุม (2562) กล่าวว่า ตัวแปรรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากโรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ราคาประหยัด มีราคาเป็นมาตรฐานทำให้ลูกค้าที่รายได้เฉลี่ยสูงหรือต่ำ สามารถเข้าใช้บริการได้ทุกกลุ่มในราคาเท่ากัน

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าลักษณะส่วนบุคคลทุกปัจจัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าไม่แตกต่างกัน หากอธิบายในบริบทของโรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท ได้ว่า โรงแรม ฯ ไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเรื่องลักษณะส่วนบุคคล และให้บริการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นเพื่อกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งจากการทราบความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัวในทุกอันตรภาคชั้น ทำให้เห็นว่าโรงแรมมีลูกค้าที่หลากหลาย ไม่ใช่เฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ บิวนิชา พุทธเกิด (2562) ที่มีข้อเสนอแนะให้สร้างความภักดีของลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 18-25 ปี มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน นิสิตหรือนักศึกษา และประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ เพราะลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีความภักดีเชิงทัศนคติต่อโรงแรมสูงกว่ากลุ่มอื่น เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น

5.2.2 คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2561) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้บริการโรงแรมเข้าพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยของ ปุญญาพร บุญธรรมมา (2563) กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในการอภิปรายครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่า ความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรมเข้าพักเป็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความภักดีของลูกค้า จึงได้ใช้อ้างอิงถึงงานวิจัยที่สอดคล้อง อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรมไม่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2562) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้เป็นรูปธรรม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเข้าพักของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2561) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้เป็นรูปธรรมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเข้าพักของโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผลการทดสอบอิทธิพลดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อธิบายในบริบทของโรงแรมกิงตรงวิลล์ รีสอร์ท ได้ว่าลูกค้าที่เลือกเข้ามาใช้บริการโรงแรมเป็นส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อปฏิบัติการกิจที่เกี่ยวกับการทำงานมากกว่าเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน และโรงแรมฯยังเป็นโรงแรมราคาประหยัดที่มีการโฆษณาในเรื่องความสะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ใช่โรงแรมระดับ 5 ดาว ที่เน้นการตกแต่งที่หรูหรา ทำให้ลูกค้าจึงไม่ได้มีความคาดหวังในเรื่องรูปลักษณ์ การตกแต่งห้องพักของโรงแรมมากนัก จึงทำให้ลูกค้าไม่ได้ใช้คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดความภักดีต่อโรงแรมฯ

คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์และส่งผลความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณะ ดาราเรือง (2561) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของบริการ มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการด้านพฤติกรรมการร้องเรียนระดับสูงสุดของผู้ใช้บริการโรงแรม อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และงานวิจัยของ พชร เกษโกศล (2562) กล่าวว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มีอิทธิพลต่อ

ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ท เขตพื้นที่ตำบลหุมสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้วางใจได้ รวมถึงโรงแรมมีการออกไปเสริมรับเงินที่ถูกต้องชัดเจนให้แก่ลูกค้า ลูกค้าไม่ต้องกังวลเรื่องความปลอดภัยของทรัพย์สิน และข้อมูลส่วนบุคคล จึงทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อโรงแรมฯ

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณญาพร บุญธรรมมา (2563) กล่าวว่า คุณภาพการด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และงานวิจัยของ อุดม สมบูรณ์ผล (2564) กล่าวว่า ปัจจัยการบริการด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดปทุมธานี อย่างไรก็ตาม คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองไม่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ (2564) กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ไม่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2558) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการไม่มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการทดสอบอภิปหัตถ์ดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อธิบายในบริบทของโรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท ได้ว่า ลูกค้าที่เข้าพักที่โรงแรมส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดห้องพัก (check in) เคาเตอร์โรงแรมในเวลาเพียง 5-10 นาที จึงมีเวลาในการสนทนากับพนักงานเพียงเล็กน้อย ทำให้ลูกค้าอาจไม่ได้คาดหวังการบริการในการตอบคำถามของพนักงานอย่างดีที่สุด หรือลูกค้าไม่ต้องการทราบข้อมูลที่มากเกินไปจนเป็นการเพิ่มระยะเวลาการเปิดห้องพัก ทำให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ และสามารถใช้เวลาในโรงแรมโดยไม่ต้องพึ่งพาพนักงานโรงแรม ทำให้ลูกค้าไม่ได้ใช้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองเป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดความภักดีต่อโรงแรมฯ

คุณภาพการบริการ การให้ความมั่นใจมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2558) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2561) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือด้านการให้ความมั่นใจ โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ รวมทั้งลูกค้ามีความมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างการใช้บริการที่โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท จึงทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อโรงแรมฯ

คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2561) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิ

ต่อความตั้งใจให้บริการซ้ำ ของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านการเอาใจใส่ และงานวิจัยของ พพร เกษโกศล (2562) กล่าวว่า ปัจจัยด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทในเขตพื้นที่ตำบลหมูสี อำเภopakช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือลูกค้ามีความประทับใจในการให้บริการของพนักงานด้วยความเอาใจใส่ ดูแลลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามความต้องการของลูกค้า และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตรกับลูกค้า จึงทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อโรงแรมฯ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิตติวงศวิลล์ รีสอร์ท อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงแรมกิตติวงศวิลล์ รีสอร์ท และโรงแรมที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อสร้างความภักดีของลูกค้า รวมทั้งให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงโรงแรมต่อไป โดยเรียงลำดับองค์ประกอบตามคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผู้ประกอบการควรส่งเสริมคุณภาพการบริการเรื่องความน่าเชื่อถือ โดยการเน้นย้ำกับพนักงานให้มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไว้เป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อบุคคลภายนอก ไม่มีการบอกข้อมูลให้บุคคลอื่นที่มาสอบถามที่โรงแรม รวมทั้งพนักงานในโรงแรม มีการแสดงใบประกอบกิจการโรงแรมไว้บริเวณที่ลูกค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ติดที่ผนังบริเวณหลังเคาเตอร์ วางไว้บนหลังเคาเตอร์ เป็นต้น มีการเสริมสร้างทักษะการให้บริการ กำชับเรื่องความรอบคอบในการรับชำระเงิน การออกใบเสร็จให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด

ผู้ประกอบการควรส่งเสริมคุณภาพการบริการเรื่องการให้ความมั่นใจลูกค้า โดยการจัดเตรียมพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีพนักงานต้อนรับและพนักงานเปิดห้องพัก และบริการยกกระเป๋าอย่างน้อยสองคนในรอบเช้าและเย็น เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า มีการตรวจสอบอุปกรณ์ดับเพลิงเป็นประจำทุกปี และตรวจเช็คระบบกล้องวงจรปิดให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ รวมทั้งมีการให้พนักงานโรงแรมเข้าร่วมการฝึกอบรมหลักสูตรการกู้ภัย และการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

ผู้ประกอบการควรส่งเสริมคุณภาพการบริการเรื่องความเอาใจใส่ลูกค้า มีการเสริมทักษะฝึกอบรมการเสริมสร้างบุคลิกภาพ มารยาทการบริการลูกค้าให้มีความอ่อนน้อม การพูดจาอย่างสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า และมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้พนักงานปฏิบัติให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกคน เช่น เปิดประตูให้ลูกค้าทุกครั้งเวลาที่ลูกค้าเดินเข้ามาในส่วน

ต้อนรับของโรงแรม พนักงานต้อนรับต้องยืนขึ้นและกล่าวสวัสดีลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้าเดินเข้ามาในส่วนต้อนรับของโรงแรม มีพนักงานคอยบริการรับฝากของลูกค้าที่จู้ดรับฝากของ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม มีการตรวจสอบ และซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในห้องพัก ไม่ว่าจะเป็นเตียง ตู้เสื้อผ้า โทรทัศน์ สุขภัณฑ์ในห้องน้ำให้มีความแข็งแรงพร้อมใช้งานอยู่เสมอ โดยมีการตรวจสอบห้องพักทุกครั้งหลังลูกค้าคืนห้องพัก หากพบข้อบกพร่องให้ช่างเข้าทำการแก้ไขทันที มีการทำการยกย่องชมเชยประจำเดือนเพื่อตรวจสอบสิ่งของชำรุดทำการแก้ไข ทำการเข้าล้างเครื่องปรับอากาศเป็นประจำทุกสามเดือน และมีการกำชับพนักงานทำความสะอาดให้ทำความสะอาดให้เรียบร้อย มีการกำหนดการแต่งกายพนักงานให้แต่การด้วยเครื่องแบบเดียวกัน และรักษาความสะอาด โดยมอบหมายให้ฝ่ายบุคคลติดตามและตรวจสอบ

ผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนอง เรื่องการให้ข้อมูลของพนักงาน ต้องมีความชัดเจน มีการกำหนดมาตรฐานไว้ว่าพนักงานต้อนรับเมื่อลูกค้าทำการเปิดห้องพัก ต้องแจ้งเวลาในการรับประทานอาหารเข้า สถานที่ตั้งห้องอาหาร และเวลาคืนห้องพักให้ลูกค้าทราบทุกครั้ง ต้องมีการประชุมพนักงานเป็นประจำ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมกับพนักงานทุกคน ให้พนักงานทุกคนมีข้อมูลที่สามารถตอบลูกค้าอย่างถูกต้อง เป็นไปในแนวทางเดียวกันอยู่เสมอ และเพิ่มทักษะการสื่อสารให้พนักงานสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการสำรองห้องพักเพื่อลดข้อผิดพลาดในการจองห้องพัก จนสามารถให้บริการห้องพักได้ตรงตามจำนวน และความต้องการของลูกค้าได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถใช้ตัวแปรอื่น เพื่อนำมาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น ภาพลักษณ์ ส่วนประสมการตลาด บริการ สิ่งดึงดูดใจจุดหมายปลายทาง ประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

5.3.2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อทำให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ครอบคลุมแง่มุม ผู้วิจัยควรมีการศึกษาเชิงลึกกับผู้ประกอบการโรงแรม และพนักงานโรงแรม เพื่อประกอบการวิจัย หรือการศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณภาพการบริการให้กับพนักงานโรงแรม

5.3.2.3 มีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่น ๆ หรือศึกษาในภาพที่กว้างขึ้นเป็นโรงแรมทั้งจังหวัด เพื่อใช้ในการพัฒนาโรงแรมให้มีคุณภาพการบริการที่ดียิ่ง ๆ ขึ้น