

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของโรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล ขอนแก่น CUSTOMERS' SATISFACTION WITH THE SERVICE OF NARAKUL RESORT HOTEL

วิไลพรรณ เหล่าอิน¹

วรุพงษ์ ลากเจริญ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล ในด้านต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร และ ลักษณะทางกายภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาจากจังหวัดขอนแก่น เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 29.50 ใช้บริการโรงแรมนารากุล เนื่องจากการเดินทางไป-มาสะดวก ร้อยละ 27.00 ใช้บริการ 1 ครั้ง/ปี ร้อยละ 45.25 ระยะเวลาเฉลี่ยที่เข้าใช้บริการ (พักค้างคืน) แต่ละครั้ง เข้าพัก 1-2 วัน / ครั้ง ร้อยละ 59.67 ส่วนใหญ่ใช้บริการห้องพัก ร้อยละ 44.50 มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 47.75 ชำระเงินเป็นเงินสด ร้อยละ 64.25 รู้จักโรงแรมจากเว็บไซต์ ร้อยละ 51.17 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม คือ ตนเอง ร้อยละ 44.25 ผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การให้บริการด้านห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ด้านราคา ได้แก่ ค่าที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพห้อง (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk-in) (ค่าเฉลี่ย 4.23) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมมีการจัดเครื่องดื่มเพื่อต้อนรับลูกค้า เช่น น้ำดื่ม น้ำผลไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การใช้บริการ โรงแรม

Abstract

This study aimed to determine customer satisfaction with the quality of service Narakul Resort Hotel in seven different areas, including product or service, pricing and distribution. Promotional Marketing Division The service personal and physical characteristics. Collected data from a sample of 400 people using a questionnaires. The study found that a majority of respondents traveled the province. The tourism / leisure 29.50 percent service Narakul. The trip - the first time at a 27.00 percent / 45.25 percent year period, the average arrival (overnight), the stay 1-2 days / times of 59.67, most of the rooms. 44.50 percent with a fee of less than 1,000 baht per visit 47.75 a cash payment of 64.25 as the hotel website of 51.17 and influencing decision service hotel is independently of 44.25 to a study conducted. customer satisfaction with the quality of hotel services to the marketing mix. Products include providing room (average 4.32), the price includes accommodation costs are reasonable for the quality rooms (average 4.34), the distribution channels are communicating directly with the hotel is easily accessible as the telephone came into contact. (walk-in) (average 4.23) the promotion, including advertising and publicity through media such as radio, television, newspapers, guidebooks (average 4.28) personal, including staff, good human relations and polite (average 4.28) side. the services include a warm welcome. Welcome drink on arrival to the soil, such as water, fruit juice (average 4.44), and the physical environment are the property clean and tidy (average 4.30).

Keywords: Satisfaction, Services, Hotel

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกสบายและมีบริการต่างๆให้แก่ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยว เนื่องจากที่พักและอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ห่างไกลบ้านทั้งผู้ที่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวย่อมมีต้องการด้านความสะดวกสบายและความพึงพอใจเหมือนอยู่ที่บ้านของตนเอง โดยธรรมชาติบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจและความต้องการ ดังนั้นโรงแรมจึงมีหลายประเภทเพื่อสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง เนื่องด้วยธุรกิจโรงแรมขึ้นอยู่กับคุณภาพในการให้บริการของพนักงาน และการดำเนินงานของโรงแรมที่จะต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด และจะต้องบริการแขกผู้มาใช้บริการให้รวดเร็วและดีที่สุดในขณะที่ผู้บริโภคที่จะพักหรือใช้บริการโรงแรมใต้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อัตราค่าที่พัก ประเภทหรือขนาดของโรงแรม สถานที่ตั้งของโรงแรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ปัจจุบันพบว่ามีผู้ประกอบการทำธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เพราะไทยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย จึงทำให้ธุรกิจนี้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง และทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องพัฒนาคุณภาพในการบริการ พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนปรับปรุงกิจการเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยเน้นความสำคัญและสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการของโรงแรมมากขึ้น

ขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่อันดับที่ 6 และมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 3 ของภาคอีสานและอำเภอเมืองขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา การคมนาคม การแพทย์ การปกครอง อุตสาหกรรม และเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น มีมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีสนามบิน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันทั้งที่พักหลายระดับและมีบริการต่างๆอีกเป็นจำนวนมาก ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของจังหวัดได้เป็นอย่างดี ธุรกิจโรงแรมที่พักในจังหวัดขอนแก่นมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากมีการลงทุนก่อสร้างที่พักโรงแรมเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดขอนแก่นจึงเร่งที่จะพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

โรงแรมนารากูล รีสอร์ท โฮเต็ล เปิดให้บริการครั้งแรก ในวันที่ 2 พฤษภาคม 2550 [1] ให้บริการด้านห้องพักที่สบายและทันสมัย จำนวน 71 ห้อง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ได้แก่ ร้านอาหาร ห้องจัดเลี้ยงสัมมนา สระว่ายน้ำ อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง ที่จอดรถที่มีความปลอดภัย บริการรถรับส่งสนามบิน แผนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง ธุรกิจการให้บริการความพึงพอใจของลูกค้าถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดและจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจ ที่จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการ และในปัจจุบันโรงแรมมีการแข่งขันสูงและมีการปรับปรุงงานด้านการบริการต่างๆและสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกๆด้านที่มีอยู่ให้มากขึ้น โดยมีการให้บริการที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมนารากูล รีสอร์ท โฮเต็ลขอนแก่น เพื่อนำมาวิเคราะห์และนำมาพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการให้บริการของโรงแรมฯ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมนารากูล รีสอร์ท โฮเต็ล ในด้านต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่ ผลลัพธ์หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ

วิธีดำเนินการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการพักที่โรงแรม นารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล เลือกเฉพาะกลุ่มลูกค้าคนไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม 2558 จำนวน 25,831 คน [2] หากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ ตามวิธีของทาโร่ ยามานะ [3] ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล จำนวน 400 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2559

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เป็นคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมของลูกค้าที่มาเข้ามาใช้บริการของโรงแรม โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 7 ด้าน คือ ผลลัพธ์หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ เป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม โดยวิธีการขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการพักที่โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล จำนวน 400 ชุด

4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ทำการค้นคว้าจากหนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ตและข่าวสารของการท่องเที่ยว ที่พัก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการศึกษา ในครั้งนี้

4. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับ จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มาแจกแจงความถี่และนำเสนอผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม มาแจกแจงความถี่และนำเสนอผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.3 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 7 ด้าน คือ ผลลัพธ์/บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม

เสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ที่เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ซึ่งเป็นค่าใช้วัดการกระจายของกลุ่มข้อมูล

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้หลักการทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 ร้อยละ (Percentage)

5.2 คะแนนเฉลี่ย (Mean)

5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

5.4 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (t-test)

2) ทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียวหรือแบบปัจจัยเดียว (One-way ANOVA) หรือค่า f-test, t-test

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า เป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.50 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 45.50 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 38.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 60.25 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 33.00 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 41.25

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาจากจังหวัดขอนแก่น เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 29.50 ใช้บริการโรงแรมนารากุล เนื่องจากการเดินทางไป-มาสะดวก ร้อยละ 27.00 ใช้บริการ 1 ครั้ง/ปี ร้อยละ 45.25 ระยะเวลาเฉลี่ยที่เข้าใช้บริการ (พักค้างคืน) แต่แต่ละครั้ง เข้าพัก 1-2 วัน / ครั้ง ร้อยละ 59.67 ส่วนใหญ่ใช้บริการห้องพัก ร้อยละ 44.50 มีค่าใช้บริการน้อยกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 47.75 ชำระเงินเป็นเงินสด ร้อยละ 64.25 รู้จักโรงแรมจากเว็บไซต์ ร้อยละ 51.17 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมคือ ตนเอง ร้อยละ 44.25

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการด้านห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ด้านราคา พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพห้อง (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk-in) (ค่าเฉลี่ย 4.23) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านบุคลากร พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมมีการจัดเครื่องดื่มเพื่อต้อนรับลูกค้า เช่น น้ำดื่ม น้ำผลไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามอายุ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05

จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามอาชีพ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ใช้บริการโรงแรมนารากุล เนื่องจากการเดินทางไป-มาสะดวก ใช้บริการ 1 ครั้ง/ปี ระยะเวลาเฉลี่ยที่เข้าใช้บริการ (พักค้างคืน) แต่ละครั้ง เข้าพัก 1-2 วัน / ครั้ง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ พึงพอใจการให้บริการด้านห้องพัก ด้านราคา พึงพอใจค่าที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพห้อง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พึงพอใจติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ (walk-in) ด้านการส่งเสริมการตลาด พึงพอใจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว ด้านบุคลากร พึงพอใจพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและสุภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ พึงพอใจการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางมาถึงโรงแรมมีการจัดเครื่องดื่มเพื่อต้อนรับลูกค้า เช่น น้ำดื่ม น้ำผลไม้ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พึงพอใจสถานที่ให้บริการสะอาด

โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และผู้บริหารควรนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดแผนระยะยาวในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและวางแผนการตลาดในระยะยาวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล. (2556). **ประวัติโรงแรม**. ขอนแก่น: โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล.
- [2] โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล. (2559). **จำนวนผู้ใช้บริการโรงแรม ปี 2559**. ขอนแก่น: โรงแรมนารากุล รีสอร์ท โฮเต็ล.
- [3] Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row Publication.