



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์
พัทยา จังหวัดชลบุรี*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHOOSE THE SERVICE OF THE GREAT
HOUSE POOL VILLA, KHAO CHI CHAN, PATTAYA CHONBURI PROVINCE

สุพรรณพักตร์ ลีกุล Supannapak Leekool

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Thailand

Corresponding Author E-mail: supannapak.m@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 99 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วย Independent Samples t - test และ One way ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent Samples t - test และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และทางด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ตามลำดับ และ 2) การทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศอายุสถานภาพสมรสระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารของบริษัท ควรมีนโยบายส่งเสริมอบรมให้พนักงานมีความเรียบร้อย กริยามารยาทที่ดี ความเป็นมิตร และความซื่อสัตย์ เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การเลือกใช้บริการ, การส่งเสริมการตลาด



Abstract

This research aims to 1) study the factors affecting the decision to choose to use the service of The Great House Pool Villa Khao Chi Chan Pattaya, Chonburi Province and 2) to compare the level of factors affecting the decision to use The Great House Pool Villa Khao Chi Chan Pattaya, Chonburi Province. It is a survey research using a questionnaire with a sample of 99 people. The data were analyzed using statistics, including percentage, mean, standard deviation, testing the mean with Independent Samples t-test and One way ANOVA. The difference between the mean of the 2 sample groups was compared using Independent Samples t-test and comparing the difference between the mean of more than 2 sample groups using One-Way ANOVA. The research results found that 1) The factors affecting the decision to use the service of The Great House Pool Villa Khao Chi Chan Pattaya, Chonburi Province, overall, had high opinions. When considering each aspect with high opinions in 5 aspects, namely personnel, physical characteristics, efficiency and quality, and marketing promotion Service process aspect, respectively, and each aspect with moderate level of opinion in 3 aspects: product aspect, distribution aspect, price aspect, respectively, and 2) Hypothesis testing found that the sample groups with different gender, age, marital status, education level, occupation and income had no different opinions on the decision to use the service overall. For the suggestion in this research, the company's executives should have a policy to promote training for employees to be neat, polite, friendly and honest because these are factors that affect the decision to use the service. The Great House Pool Villa Khao Chi Chan Pattaya, Chonburi Province, overall, is at a high level and has the most influence on the decision to use the service.

Keywords: Decision Making, Service Selection, Marketing Promotion

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจบริการที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมหาศาลซึ่งกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าจับตามองคือกลุ่มธุรกิจที่พักแรมอันได้แก่ที่พักและโรงแรมดังจะเห็นได้ว่ารายได้จากที่พักที่นักท่องเที่ยวจ่ายในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไว้ดังนี้ 1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเช่นการส่งเสริมให้ไทยเป็นประตูสู่ภูมิภาคเอเชีย, การพัฒนาระบบสารสนเทศ 2) การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเช่น การสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการและ 3) การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการเป็นต้นซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวดังกล่าวมีเป้าหมายสำคัญที่จะวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็น “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย(Tourism Capital of Asia)” นโยบายการดำเนินงานของ ททท. ปี 2567 (อ้างอิงใน <https://www.tat-newsthai.org>) ว่า การมุ่งไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน



ในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งต้องบูรณาการการทำงานระหว่างกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐเอกชน และชุมชนในพื้นที่โดยให้ความสำคัญต่อการคำนึงถึงขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว (Capacity) ในการรองรับนักท่องเที่ยว การยกระดับห่วงโซ่อุปทาน หรือ Supply side ให้มีความพร้อมและมีมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ควบคู่กับส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างทั่วถึง สู่จุดหมายของการเดินทางขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคตให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการ ททท. กล่าวว่า (อ้างอิงใน <https://www.tat-newsthai.org>) การเดินทางของ ททท. ในปี 2567 คือ Moving Forward to Better โดยปี 2567 จะเป็นปีแรกของการมุ่งสู่ Resilience ต่อความสำเร็จในการเปิดประเทศ (Reopen) และการฟื้นตัว (Recovery) โดยต้องเริ่มขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยวใหม่ (New Tourism Ecosystem) ให้เป็นระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยวที่มีความสมดุลระหว่างมูลค่าและคุณค่า โดย “คุณค่า” คือ คุณค่าของประสบการณ์ (Value on Experience :VOX) ซึ่ง ททท. จะส่งมอบบนพื้นฐานของคุณภาพและความปลอดภัย รวมถึง ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยกลับมาอย่างแข็งแกร่งประเทศไทยมุ่งก้าวสู่ “มาตรฐานโลก” ดังนั้นการสร้างความเป็นมาตรฐานสากลของการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญซึ่งมาตรฐานเหล่านี้ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม 2) อารมณ์เอกลักษณ์ความเป็นไทย 3) สิ่งแวดล้อมต้องปลอดภัย 4) มีความปลอดภัย 5) มีมาตรฐานทางการบริการมาตรฐานเหล่านี้กำลังจะใช้กับแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งรวมไปถึงโรงแรมและร้านอาหาร

ในธุรกิจโรงแรมคุณภาพการให้บริการจัดเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจดังนั้นคุณภาพของการบริการถือว่าเป็นอาวุธสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพราะนอกจากจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและทำให้ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่เหนือกว่าแล้วยังเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อโรงแรมเพราะความภักดีเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและอาจทำให้เกิดการซื้อเพิ่มมากขึ้นลูกค้ากลุ่มนี้จะไม่หวั่นไหวต่อราคาของคู่แข่งที่ต่ำกว่าและนอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาให้ลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการด้วยการบอกบอกต่อ (Word of Mouth) ดังนั้นภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจโรงแรมการยกระดับคุณภาพการบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงโดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่มีขนาดเล็กอย่างโรงแรมประเภทบูติคที่มีบริหารจัดการโดยเจ้าของธุรกิจเองไม่ได้เข้าร่วมกับการบริหารจัดการแบบเครือข่ายใดๆ (Chain) และยังไม่มียอดหรือหน่วยงานที่ดูแลมาตรฐานการให้บริการจึงไม่สามารถที่จะใช้จุดแข็งเฉพาะความแตกต่างทางด้านการตกแต่งมาแข่งขันกับตลาดปัจจุบันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นได้เพียงอย่างเดียวแต่ต้องอาศัยการให้บริการที่เป็นเลิศเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการอยู่รอดได้ในที่สุด (Business Survival) ซึ่งการบริการที่เป็นเลิศนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือผู้ให้บริการธุรกิจที่พักโรงแรมจะประกอบด้วยหลายส่วนงานได้แก่งานบริการอาหารและเครื่องดื่มงานรักษาความปลอดภัยงานแม่บ้านและอื่นๆ แต่ส่วนงานที่สำคัญที่สุดคืองานบริการส่วนหน้าโรงแรมซึ่งพนักงานบริการส่วนหน้าถือเป็นบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการส่งมอบบริการโดยเปรียบเสมือนบุคคลด่านแรกที่ได้พบปะกับผู้รับบริการจนกระทั่งผู้รับบริการออกจากโรงแรมพร้อมทั้งยังเป็นตัวแทนนำเสนอภาพลักษณ์ของโรงแรมในการให้บริการอย่างมีคุณภาพที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการนับว่าเป็นงานที่มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดและต้องบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในโรงแรมและงานส่วนหน้ายังเป็นงานที่เกี่ยวกับการจำหน่ายห้องพักซึ่ง



ถือเป็นรายได้หลักของโรงแรมอีกด้วยโดยทั่วไปแผนกส่วนหน้าโรงแรมจะรับผิดชอบหน้าที่ครอบคลุมตั้งแต่การเปิดประตูถนจนกระทั่งเปิดประตูโรงแรมต้อนรับลงทะเบียนออกกฤษฎีแจ้งให้ข้อมูลข่าวสารรวมถึงรับชำระเงินและรับคืนห้องพักซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งสิ้น

ดังนั้น ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมโรงแรมที่พิพาทการยกระดับคุณภาพบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการควรจะนำมาใช้ ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเลือกพักแรมในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มมากขึ้นดังนั้นจึงเป็นโอกาสของการท่องเที่ยวทางภูมิภาคของประเทศไทยในการสร้างเอกลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการท่องเที่ยววัฒนธรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อที่จะได้ทราบสาเหตุว่าปัจจัยทางการตลาดใดบ้างที่เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการประเมินถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในการให้บริการของโรงแรมและเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถแก้ไขหรือลดข้อบกพร่องในด้านการบริการได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการเข้าพักที่ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี ช่วงระหว่างเดือน มิถุนายน 2566 ถึง ตุลาคม 2566 จำนวน 130 คน 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการเข้าพักที่ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี เก็บตัวอย่างโดยใช้ตารางที่กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครซี (Krejcie) และมอร์แกน (Morgan) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 99 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮาส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating scale)

3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและค้นคว้าจากงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องแล้วทำการร่างเป็นแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาค้นคว้า



จากเอกสารตำราและผลงานวิจัยต่างๆเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2) จัดทำร่างแบบสอบถามนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา 3) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่งถ้ามีข้อแก้ไขดำเนินการตามคำแนะนำหลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเป็นแบบสอบถาม 5) ตรวจสอบความเที่ยงตรงและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ (Try out) กับลูกค้าไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.783

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาแล้วนำแบบสอบถามมาลงตารางที่ตามเกณฑ์ที่กำหนด และข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การหาค่าความถี่และร้อยละ 2) การศึกษาเรื่องเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ โดยการทดสอบค่า (t-test Independent) 4) เปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรีในแต่ละด้านจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วย Independent Samples t - test และ One way ANOVAเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent Samples t - test และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และรายด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ตามลำดับ ดังในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.40	0.369	ปานกลาง	6
2. ด้านราคา	2.78	0.330	ปานกลาง	8
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.34	0.411	ปานกลาง	7
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	0.465	มาก	4
5. ด้านบุคลากร	3.88	0.295	มาก	1
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.49	0.416	มาก	5
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.74	0.268	มาก	2
8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ	3.72	0.371	มาก	3
ภาพรวม	3.49	0.167	มาก	

2. ผลการเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการ



จัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้าน
ประสิทธิภาพและคุณภาพ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการเดอะ เกรท
เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการ
จัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้าน
ประสิทธิภาพและคุณภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการวิจัยอภิปรายได้ว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท
เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าด้าน
บุคลากรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา
จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ
ความเรียบร้อย กิริยามารยาท ความเป็นมิตร และความซื่อสัตย์ของพนักงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการให้บริการที่สามารถจับต้องได้หรือสัมผัสได้ คือ การให้บริการของ
พนักงาน ซึ่งหากพนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี ความเป็นมิตร และความซื่อสัตย์แล้วย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความ
ประทับใจ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิกัญจน์ สุรินทร์ตะ (2548) ศึกษา
เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการ
ชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ของผู้ใช้บริการด้านบุคลากร คือ พนักงานมีกิริยามารยาทดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร และสอดคล้องกับงานวิจัย
ของปิยะนุช กลิ่นจันทร์ (2542) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์
ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการของโรงแรมซิลเวอร์แลนด์ในโอกาส
ต่อไป คือ การบริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์
พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ
ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้
บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ตามลำดับ

เมื่ออภิปรายเป็นรายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ
เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ไม่
สอดคล้องกับงานวิจัยของธวัศตรา การินทร์ (2546) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มี
ต่อคุณภาพบริการของโรงแรมเดอะริเจนท์ เซอ์อัมปีช รีสอร์ท จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความ
พึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

สำหรับด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญหทัย
สุขสมณะ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
คือ ราคาห้องพัก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของศศิกัญจน์ สุรินทร์ตะ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วน



ประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ระดับราคาห้องพัก

ส่วนด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกที่สุด คือ อินเทอร์เน็ตซึ่งลูกค้าสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่พักได้จากเว็บไซต์ของโรงแรม และสามารถจองห้องพักในหน้าเว็บไซต์ได้ทันที และมีการจ่ายค่าที่พักโดยการหักบัตรเครดิต ซึ่งสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก ลูกค้าส่วนใหญ่จึงนิยมจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ แต่ไม่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิกายุจน์ สุรินทร์ตะ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท ผุดผ่อง (2548) ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่าการมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลเทศกาล และมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือการให้ส่วนลด ส่วนเรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีน้อยที่สุดกว่าประเด็นอื่น

ส่วนด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่า การมีความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการบริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนเรื่องอภัยยัติ สุภาพ เป็นกันเอง และการให้บริการอย่างรวดเร็วกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีน้อยที่สุดกว่าประเด็นอื่น

ส่วนด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่า การให้บริการที่ถูกต้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือมีการแบ่งฝ่ายงานที่ให้บริการด้านต่างๆ อย่างชัดเจน ส่วนเรื่องมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีน้อยที่สุดกว่าประเด็นอื่น

ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสินีนาถ ตันตราพล (2546) ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ระบบความปลอดภัยโดยรวมๆ โรงแรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท ผุดผ่อง (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยในเรื่องมาตรการรักษาความปลอดภัย

ส่วนด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็น คำถามพบว่าระบบการรักษาความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือระบบการจัดการห้องพัก ส่วนเรื่องระบบการจองห้องพักกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีน้อยที่สุดกว่าประเด็นอื่น

การทดสอบสมมติฐานอภิปรายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

องค์ความรู้การวิจัย

องค์ความรู้จากงานวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ 8) ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ สรุปดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้การวิจัย

จากภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์ พัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์/การบริการของ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า ได้แก่ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ชายหาดส่วนตัว ห้องสมุด ร้านของที่ระลึก อินเทอร์เน็ต สิ่งบันเทิง



พิตเนส ฯลฯ 2) ด้านราคา สิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการและลูกค้าต้องจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ 3) ด้านการจัดจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์/บริการของ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ 5) ด้านบุคลากร พนักงานซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลทั้งหมดใน เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่าที่ให้บริการ ซึ่งจะรวมตั้งแต่เจ้าของผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ กระบวนการในการให้บริการซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ อาคารของ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เช่น เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวน หองน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ 8) ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ มีระบบการจองห้องพักกระบวนการให้บริการและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรท เฮ้าส์ พูลวิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี พบผลการวิจัยที่นำมาเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ควรเสริมสร้างชื่อเสียงของโรงแรมโดยการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและคนทั่วไป

1.2 ด้านราคาผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ควรมีการแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจน นอกจากนี้ควรมีข่าวสารแจ้งราคาห้องพักของโรงแรมผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าทราบ

1.3 ด้านการจัดจำหน่ายผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ควรส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเดินทางมาที่โรงแรมได้ง่ายที่สุด ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดทำป้ายบอกทิศทางที่มาโรงแรมให้ชัดเจนหรือจัดพิมพ์แผนที่ของโรงแรมลงสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาสะดวก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ควรมีนโยบายจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลเทศกาลเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าและผู้สนใจโดยทั่วไป

1.5 ด้านบุคลากรผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ต้องจัดให้มีการอบรมให้พนักงาน มีความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการบริการ

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ต้องจัดให้มีการอบรมกระบวนการให้บริการกับพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานให้ถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ต้องส่งเสริมให้บรรยากาศของโรงแรมกล่าวคือ ความรู้สึกของลูกค้าต่อปัจจัยต่างๆ ภายในโรงแรมที่ส่งผลต่อการเข้าพัก หรืออีกนัยหนึ่งคือการรับรู้ของลูกค้าต่อสภาวะแวดล้อมเป็นไปด้วยดี ลูกค้ามีความสบายใจที่เข้าพัก



1.8 ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ผู้บริหารเดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี ต้องส่งเสริมให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่าเขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรีควรมีการศึกษา เรื่อง อุปสรรคและปัญหาในการทำงานของพนักงาน เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ปรับปรุงการทำงานของพนักงานอันจะนำไปสู่การพัฒนาการทำงานของโรงแรมในที่สุด ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าในระยะยาว

2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี กับโรงแรมในจังหวัดเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน ของ เดอะ เกรทเฮ้าส์ พูล วิลล่า เขาชีจรรย์พัทยา จังหวัดชลบุรี

เอกสารอ้างอิง

กัมปนาท ผุดผ่อง. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). ประเภทของสถานพักแรมและโรงแรม. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th>. สืบค้นเมื่อ 5 ต.ค. 2566.

ขวัญหทัย สุขสมณะ. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จินตนา บุญบังการ. (2539). การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ทองสุข ไชยเลิศ. (2551). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการในโรงแรมขนาดเล็กกรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย. ภาคนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธภัตตรา การินทร์. (2546). การศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงแรมเดอะ รีเจนท์ ชะอำปีช รีสอร์ท จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ธัญญารัตน์ บุญต่อ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสต์ิน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นวลฉวี รตางสุ. (2543). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลศิริราช. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปิ่นนิภา วนากมล และคณะ. (2545). คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายธนะรัชต์ตามการรับรู้ของผู้มารับบริการ. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- ปิยะนุช กลิ่นจันทร์. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมซิลเวอร์แลนด์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพฑูรย์ โปธิสว่าง. (2559). การทำวิจัยทางสังคมศาสตร์ : หลักการวิธีปฏิบัติ สถิติและคอมพิวเตอร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มานพ ชุ่มอ่อน. (2547). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่: ครองช่างการพิมพ์.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ศศิกายูจน์ สุรินทร์ตะ. (2548). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การวิจัยอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.
- สมศักดิ์ สิ้นธุระเวช. (2541). ประกันคุณภาพการศึกษา. วารสารวิชาการ. 1(10). 19-28.
- สมาคมโรงแรมไทย. (2557). แหล่งที่มา <http://thaihotels.org/> สืบค้นเมื่อ 15 ก.ค. 2566.
- สินินาถ ต้นตราพล. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อนุภา สายบัวทอง. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อนุวัฒน์ ศุภชุตีกุล. (2541). ก้าวแรกของ TQM/CQI ในโรงพยาบาล. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- อภิชัย พันธเสน และคณะ. (2558). รายงาน: นักวิจัย สกว. ชี้ ปัญหาการบริหารการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ฉุดรั้งการปฏิรูปการศึกษา. แหล่งที่มา <https://knowledgefarm.tsri.or.th/educational-administration-problem/> สืบค้นเมื่อ 15 ม.ค. 2565.
- Cronbach L. J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- Krejcie, R.V. & D.W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3). 607-610.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistic: An Introducing Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.