

คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยวจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษา นครหลวงเวียงจันทน์

ศรายุทธ โขชัยวรรธน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2556
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา นครหลวงเวียงจันทน์ เป็นการเก็บข้อมูลโดยให้ กลุ่ม ตัวอย่างตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการโรงแรมใน นครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว จำนวน 400 คน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมในนครหลวง เวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรม ในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการของ โรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่าง สำหรับให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาและตรวจสอบในเรื่องของความถูกต้องและความ ชัดเจนของคำถาม และมาดำเนินการทดสอบนักท่องเที่ยวที่เคยใช้ บริการโรงแรมในนครหลวง เวียงจันทน์จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม จากนั้นจึงปรับข้อความ เพื่อไม่ให้แบบสอบถามเกิดความสมบูรณ์และพร้อมใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยที่แบบสอบถาม ทั้งหมดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ซึ่งมีค่าความน่าเชื่อถือ (Cronbach's Alpha) α ที่มากกว่า 0.7 จากนั้นได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้งก่อนนำไปทำการเก็บข้อมูล นักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ ในการวิจัยในครั้งนี้ โดยทำการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยมีสถิติที่เลือกใช้ ดังนี้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample t-test One-way ANOVA F-test และ Pearson Correlation

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา นครหลวงเวียงจันทน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรของ Moser and Kalton (1997) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศไทยมากที่สุด มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 เป็นเพศหญิงที่มาเดินทางมาพักแรมและใช้บริการโรงแรมมากที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดพักค้างแรมที่โรงแรมจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวและพักที่โรงแรมเป็นครั้งแรกจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาคือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวและพักค้างแรมในโอกาสวันหยุดพักผ่อน มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 มาท่องเที่ยวพักแรมโดยมีจำนวนสมาชิกที่มาด้วยระหว่าง 2-4 คน มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองในการมาพักที่โรงแรม มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมจากคำแนะนำจาก เพื่อน/ญาติ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมโดยเครื่องบิน มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 จะมาพักที่โรงแรมจำนวน 1-3 วัน มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาพักแรมต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่มีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นครหลวงเวียงจันทน์อีกอย่างแน่นอน มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านคุณภาพการให้บริการและความคุ้มค่า อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีลำดับดังนี้คือ ความเป็นมิตรและเอาใจใส่ของพนักงาน โรงแรม มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับที่ 2 ได้แก่ ทักษะด้านภาษาของพนักงาน โรงแรม ลำดับ 3 คือ การให้ความช่วยเหลือในเรื่องข้อมูลโรงแรม ลำดับ 4 คือ การบริการยกกระเป๋า และลำดับสุดท้าย ความเหมาะสมของราคาห้องพัก

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีลำดับดังนี้คือ ความสะอาดปลอดภัยของอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับความสำคัญมากที่สุด ลำดับที่ 2 ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการที่หลากหลาย และที่เท่ากันคือ บริการรูมเซอร์วิส และลำดับสุดท้าย คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านการบริการควบ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ลำดับที่ 2 ได้แก่ ลักษณะภายนอกที่มองเห็นได้ของโรงแรม อันดับ 3 อุปกรณ์เครื่องเสียงในห้องพัก และลำดับสุดท้าย สิ่งอำนวยความสะดวกสระว่ายน้ำและห้องออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความพร้อมในการบริการของพนักงาน โรงแรม และลำดับสุดท้าย มีระบบป้องกันอัคคีภัยที่ดี

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านคุณภาพของบริการหลัก อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ ความสะอาดสบายของเตียงนอน มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของโรงแรม และลำดับสุดท้าย ความเงียบสงบของห้องพัก

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านการบริการเสริม อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ ความคุ้มค่าของอาหารและเครื่องดื่มต่อราคา มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีศูนย์ธุรกิจ และลำดับสุดท้าย มีบริการโทรปลุก

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านการเพิ่มมูลค่าการบริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ มีโปรแกรมสำหรับผู้ที่มาใช้บริการบ่อยครั้ง มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการฟรี

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ สถานที่ตั้งของโรงแรม (ง่ายต่อการเดินทาง) มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความพอเพียงของจุดนัดพบ และลำดับสุดท้าย ความพร้อมของอุปกรณ์เพื่อการดูแลส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ด้านการบริการข้อมูล อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ โบรชัวร์แนะนำโรงแรมและธุรกิจ มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ บริการข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ Internet อันดับ 3 มีข้อมูลสำหรับการบริการอื่น เช่น การจองห้องพัก โปรโมชั่น บริการสายการบิน เป็นต้น อันดับ 4 เมนูอาหารพร้อมราคา อันดับ 5 มีป้ายแผนที่แสดงตำแหน่งและแผนผังของของโรงแรมและทางหนีไฟ อันดับ 6 ข้อมูลแสดงราคาของเครื่องดื่ม ค่าบริการต่าง ๆ ที่จัดบริการในห้องพัก และลำดับสุดท้าย บริการข้อมูล/แผนที่เพื่อการท่องเที่ยวและการเดินทางภายในเมือง เช่น แหล่งท่องเที่ยว ขนส่งสาธารณะ

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาใช้บริการของโรงแรมซ้ำ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการกลับมาใช้บริการของโรงแรมซ้ำในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ มีโอกาสกลับมาใช้บริการ

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ โรงแรม ในนครหลวงเวียงจันทน์ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน มีเพศต่างกัน มีระดับการศึกษาต่างกัน มีสถานภาพต่างกัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ โรงแรม ในนครหลวงเวียงจันทน์ไม่ต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมที่มีอายุต่างกัน และมีอาชีพต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ โรงแรม ในนครหลวงเวียงจันทน์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ โรงแรม ในนครหลวงเวียงจันทน์ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโรงแรมที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในมาพักแรมต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาพักแรมต่างกัน มีโอกาสในการพักแรมต่างกัน มีจำนวนสมาชิกที่มาพักแรมด้วยต่างกัน มีแหล่งข้อมูลต่างกัน มีวิธีการเดินทางมาพักแรมต่างกัน มีระยะเวลาพักแรมต่างกัน และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการพักแรมต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ไม่ต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งการใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการของโรงแรมมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์

การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของโรงแรมและการกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำของนักท่องเที่ยวในนครหลวงเวียงจันทน์ พบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรม ด้านคุณภาพการบริการและความคุ้มค่า ด้านคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการควบ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพของบริการหลัก ด้านการบริการเสริม ด้านการเพิ่มมูลค่าการบริการ ด้านความสะอาดสบายและด้านการบริการข้อมูล มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. เมื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่า จากการวิจัยนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจะอยู่ในสถานะ โสด สมรส หรือหย่าร้างก็ตาม ที่มีการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน ก็ล้วนแต่มีความคิดที่จะกลับมาใช้บริการโรงแรมที่ไม่แตกต่างกัน นั่นคือบุคคลที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่กล่าวมานั้นมีความคิดที่จะกลับมาใช้บริการโรงแรมใน สปป.ลาว ซ้ำอีกครั้งเมื่อมีโอกาสที่จะกลับมา แต่นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันและอาชีพที่แตกต่างกันนั้น มีความคิดที่จะกลับเข้ามาใช้บริการโรงแรมใน สปป.ลาว ที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากที่ปัจจัยด้านอายุ จะพบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้นมีความคิดเห็นในการกลับมาใช้ที่แตกต่างกันจากกลุ่มอายุอื่น ๆ เป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ยังไม่มีความรู้และรายได้ มีเพียงรายได้ที่มาจากบิดามารดาเท่านั้น จึงมีความคิดที่ไม่แน่ใจในการกลับมาใช้บริการโรงแรม อีกทั้งโรงแรม

ใน สปป.ลาว ยังเป็นโรงแรมในระดับ 3 ดาวเท่านั้น จึงยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษานี้ ซึ่งสอดคล้องกับ ปัจจัยด้านอาชีพที่อาชีพ คือ นักเรียน/ นักศึกษา และข้าราชการ ที่มีความคิดในการกลับมาใช้บริการโรงแรมใน สปป. ลาว แตกต่างจากอาชีพอื่น ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะช่วงอายุที่ต่ำกว่า 20 ปีนั้น ชอบความสะดวกสบาย และความทันสมัยของบริการในโรงแรมมากกว่าสิ่งใด ในขณะที่โรงแรมใน สปป. ลาว ส่วนใหญ่นั้นเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวเท่านั้น การบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาจจะยังไม่ครบถ้วนก็เป็นได้ นั้นหมายความว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนี้ มีการรับรู้จากภายนอก นั่นคือคุณภาพในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ยังไม่ถูกใจอย่างพวกเขา ทำให้เกิดการรับรู้และเกิดแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการที่ไม่มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2554, หน้า 21) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรือควบคุมยาก หนึ่งในนั้นคือ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวมีขนาดเล็ก มีบุตรน้อย ต้องทำงานทั้งสามีและภรรยา มีรายได้พอจะเดินทางท่องเที่ยว ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร เช่น กลุ่มที่มีอายุเกิน 55 ปี หรือเกษียณอายุแล้ว กลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งทางการเงิน เวลา และสุขภาพที่แข็งแรง แต่ไม่ต้องการรูปแบบที่สมบุกสมบัน การนำเที่ยว แบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้ซื้อในวัยนี้มาก

2. เมื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ โรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ จากการวิจัยยังพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ครอบครัวหรือญาติ คู่รักหรือคู่สมรส เพื่อน บริษัทนำเที่ยวและรวมไปถึง นักท่องเที่ยวตัดสินใจเองด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ต่างกันในการมาพักโรงแรมใน สปป.ลาว อาทิเช่น มาเพื่อท่องเที่ยว มาเพราะธุรกิจ หรือมาประชุมสัมมนา ก็ตาม มีความคิดที่จะกลับมาใช้บริการ โรงแรมที่ไม่แตกต่างกัน นั่นคือ มีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการไม่ว่าจะกลับมาในวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดพักร้อน วันที่มีประเพณีหรือเทศกาลต่าง ๆ หรือกลับมาใช้บริการในวันที่ตนสะดวก โดยที่มีจำนวนวันที่เข้าพักใช้บริการโรงแรมกี่วันก็

แล้วแต่ ก็จะกลับมาใช้บริการเมื่อมีโอกาสดังนั้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวอาจจะกลับมาใช้บริการโรงแรมเพียงคนเดียวหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกครั้งของนักท่องเที่ยวนั้นพบว่าไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลได้ จะเป็นจากคำแนะนำของเพื่อน หรือค้นหาจากอินเทอร์เน็ตก็ตาม ก็มีผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาด้วยพาหนะชนิดใด หรือมีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่โรงแรมเท่าไร นักท่องเที่ยวจะกลับมาใช้บริการโรงแรมในสปป.ลาวเมื่อมีโอกาสดังนั้น ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางมาพักแรมที่ สปป.ลาว เป็นครั้งแรกนั้น มีความคิดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยมามากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครั้งแรกมีความไม่แน่ใจในการกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกครั้ง เป็นเพราะการให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของโรงแรมยังไม่ดีพอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคูวีร์ณีสัญ โสภณศิริ (2554, หน้า 74) ได้กล่าวว่าการกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก สิ่งกระตุ้นภายใน คือ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ความต้องการของตน สิ่งกระตุ้นภายนอก คือ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ 2) การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นจะถูกสะสมมากขึ้นพร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย 3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) โดยให้ความสนใจในลักษณะสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบิน ที่ให้บริการความเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม เมื่อคุณสมบัติแล้วก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่าง ๆ แล้วนำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาทางเลือกต่อไป 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากรับรู้ความต้องการได้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทศนคติ ทั้งบวกและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจภายหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งนักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเติบโตของธุรกิจต่อไป

3. เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการของโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการของโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ จากการวิจัยพบว่า ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพด้านคุณภาพการ

บริการและความคุ้มค่า ด้านคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการควบ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพของบริการหลัก ด้านการบริการเสริม ด้านการเพิ่มมูลค่าการบริการ ด้านความสะอาดสบาย ด้านการบริการข้อมูล ทุกด้านล้วนมีความสัมพันธ์ต่อการกลับมาใช้บริการ โรงแรมห้าของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น นั่นคือถ้าหากโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์มีมีบริการที่ดีในทุกด้านที่กล่าวมานั้นนักท่องเที่ยวก็จะกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกครั้งเป็นแน่ ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramaswamy (1996) ที่ได้แนะนำว่า การขาดซึ่งคุณภาพการบริการหรือไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดพอใจในสินค้าและบริการแล้ว ลูกค้ามีแนวโน้มมากที่จะจงรักภักดีต่อองค์กรและสนับสนุนโดยการกลับมาใช้บริการซ้ำและการโฆษณาแบบปากต่อปาก งานวิจัยของ Heung (2000) ที่พบว่า การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การเข้าใจความต้องการที่เปลี่ยนแปลงและความคาดหวังของลูกค้า จะช่วยในการปรับปรุงการบริการ พัฒนาบริการรูปแบบใหม่ๆ และสร้างความน่าสนใจแก่ลูกค้า งานวิจัยของ Lin (2005) ที่พบว่า ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ และการดูแลเอาใจใส่ของคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการกลับมาใช้บริการซ้ำและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรม งานวิจัยของ Wilkins, Merrilees and Herlington (2007) พบว่า คุณภาพการบริการในโรงแรมสามารถแบ่งเป็นปัจจัยหลัก ๆ ได้ 3 ปัจจัย จากมุมมองของผู้ใช้บริการ คือ (1) ผลិតภัณฑ์ (2) การบริการ และ (3) คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยเหล่านี้คือเครื่องมือในการผลักดันคุณภาพการบริการของโรงแรม และเป็นกรอบแนวคิดสำหรับผู้จัดการโรงแรมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ รวมไปถึงการฝึกอบรมต่าง ๆ ให้กับพนักงาน งานวิจัยของ Lin (2006) การศึกษาพบว่า เมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อกับผลิตภัณฑ์บริการต่าง ๆ ของทางโรงแรม ความพึงพอใจของพวกเขาอย่างน้อยที่สุดก็มีผลมาจากคุณภาพของการมีปฏิสัมพันธ์ เช่น ข้อมูลการบริการดังที่ได้ทำศึกษาวิจัยครั้งนี้ การปฏิสัมพันธ์เหล่านี้อาจจะโดยตรง เช่น เมื่อลูกค้ามีส่วนร่วมจากการใช้บริการต่าง ๆ หรือทางอ้อม เช่น จากข้อมูลบริการต่าง ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับและการเพิ่มการรับรู้ในด้านคุณภาพการบริการสามารถส่งผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำได้ แต่ถ้าทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการก็จะส่งผลในทางตรงกันข้าม และแนวคิดของ O'Neill and Palmer (2004) อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการและระดับความพึงพอใจได้มาจากคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยความแตกต่างเพียงปัจจัยเดียวที่สำคัญที่สุดในเกือบทุกสภาพแวดล้อมของงานด้านบริการ สำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและการขยายตัวของบริการที่แตกต่างได้บังคับให้ผู้ประกอบการ โรงแรมแสวงหาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยขั้นต้นผู้วิจัยมีความคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการ โรงแรมใน นครหลวงเวียงจันทน์นั้นมีความต้องการคุณภาพที่ดี ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพด้านคุณภาพการบริการ และความคุ้มค่า ด้านคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการควบ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพของบริการหลัก ด้านการบริการเสริม ด้านการเพิ่มมูลค่าการบริการ ด้านความสะอาดสบาย ด้านการบริการข้อมูล แต่เนื่องจาก สปป.ลาวนั้น เหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเศอื่น ๆ อีกทั้ง สปป.ลาว นั้นเพิ่งจะได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวในการ เข้าไปท่องเที่ยวใน สปป.ลาว เป็นจำนวนมาก โรงแรมต่าง ๆ จึงได้มีการปรับปรุงคุณภาพของ โรงแรมในทุก ๆ ด้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการเก็บข้อมูล งานวิจัย คือ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 นั้น โรงแรมใน สปป.ลาวก็มีคุณภาพในการบริการที่เป็นที่ น่าพึงพอใจในระดับหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการกลับมาใช้บริการโรงแรมซ้ำของ นักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวใน สปป.ลาว เป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา นครหลวงเวียงจันทน์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในสปป.ลาว เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มาเข้าใช้บริการต่อไปดังนี้

1. จากการศึกษถึงคุณภาพด้านต่าง ๆ ผู้ประกอบการ โรงแรม ใน สปป.ลาว ควรพิจารณา ในการปรับปรุงพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ โดยเน้นคุณภาพการบริการด้านข้อมูลมากที่สุด โดยเฉพาะการสืบค้นจาก Internet ที่เข้าถึงง่ายและให้ข้อมูลที่ครบถ้วนชัดเจน ซึ่งอาจทำให้เกิดการ แนะนำบอกต่อไปยังเพื่อนหรือคนรู้จักในลักษณะ Word of Mouth เป็นต้น นอกจากนี้ควรทำควบคู่ ไปด้วยกับด้านคุณภาพการบริการและความคุ้มค่า ด้านคุณภาพของบริการหลัก ด้านการบริการเสริม และสุดท้าย คือ ด้านการเพิ่มมูลค่าการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการบริการควบ ด้านคุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่ม และด้านความสะอาดสบาย

2. การได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ โรงแรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ โรงแรมมาจากการแนะนำของเพื่อนหรือญาติ มากกว่าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต สื่อทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการตลาดแบบปากต่อปาก หรือ Word of Mouth ซึ่งสามารถทำให้ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่และยังรักษาลูกค้าเดิมที่กลับมาใช้บริการซ้ำอีกด้วย

3. จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม ด้านต่าง ๆ ผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม ใน สปป.ลาว สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง

และพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ในคุณภาพการบริการ ให้ตรงตามสิ่งที่
ผู้ใช้บริการคาดหวัง เพื่อให้กลับมาใช้บริการอีก โดยผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

ด้านการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเป็นมิตรและเอาใจใส่ของ
พนักงานโรงแรม ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความเอาใจใส่
ดูแลให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็วและเต็มใจโดยไม่ต้องรอการร้องขอ มีการอบรม
ทักษะด้านการสื่อสารและภาษา ตลอดจนการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรงแรมหรือสถานที่
ท่องเที่ยวใกล้เคียง นอกจากนี้ ความสะอาดและสะดวกสบายของเตียงนอนเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้
ความสำคัญ สุขภาพของการนอนก็นำมาปรับใช้ เช่น การเลือกใช้นอนที่รองรับลักษณะของ
กระดูกสันหลัง เป็นต้น ในด้านสถานที่ต่างๆของโรงแรมต้องสะอาด ผู้ประกอบการต้องจัดให้มี
ระบบรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาพัก รวมถึงระบบป้องกันภัย
ต่าง ๆ เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัย เป็นต้น จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการ
ควรจัดสถานที่ให้เหมาะกับการมาพักผ่อน และมีจุดพักผ่อนหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแบบ
ครอบครัวหรือคู่รัก เป็นต้น และปรับภูมิทัศน์ของโรงแรมให้ดึงดูดต่อการมาพักแรมด้วย

คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะอาด
ปลอดภัยของอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อวัตถุดิบที่นำมาใช้
ในการประกอบอาหาร ตลอดจนกรรมวิธีต่างที่ถูกหลักโภชนาการ และได้มาตรฐาน นอกจากนี้
ความหลากหลายของอาหารก็จะสร้างความประทับใจกับลูกค้าด้วย โดยมีราคาที่เหมาะสมกับ
บริการ

4. จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะมีอาชีพ
นักเรียน นักศึกษา มีความคิดเห็นในการกลับมาใช้ที่แตกต่างจากกลุ่มอายุอื่น ๆ และอาจเป็น
ส่วนหนึ่งของครอบครัวในการตัดสินใจเลือกที่จะพักที่โรงแรม ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม
ใน สปป.ลาว ควรมีการวางแผนด้านการตลาดและสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้แขกเข้ามา
สัมผัส

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคำว่า “ความประทับใจ” นั่นคือผู้ประกอบการ
ควรที่จะวางกลยุทธ์การบริการให้ผู้ที่มาเข้าใช้บริการเกิดความประทับใจในการเข้ารับบริการ เพื่อ
เป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการ โรงแรมอีกครั้งเมื่อกลับมาท่องเที่ยวใน สปป.ลาว

2. ผู้ประกอบการโรงแรมควรให้ความสำคัญกับความพร้อมในการให้บริการ นับตั้งแต่
การบริการข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ตลอดจนสิ้นสุดการให้บริการ

3. ผู้ประกอบการ โรงแรมควรให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ โรงแรม
4. ผู้ประกอบการ โรงแรมควรร่วมมือกันในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการ ของธุรกิจโรงแรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากกลับมาใช้บริการอีก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องโดยการวิจัยจำแนกเพิ่มคุณภาพด้านอื่น ๆ อีก ได้แก่ ด้านการ บริการด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านบริการรถรับส่ง และด้านเครื่องใช้สอยใน โรงแรม และ ด้านความสบายของเตียงนอน โดยแยกการทำวิจัยเฉพาะในแต่ละด้าน เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสม สำหรับการพัฒนาโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์เพื่อการกลับมาใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
2. เนื่องจากใน สปป.ลาว มีนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวเวียดนามจำนวนมากเช่นกับ นักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นแบบสอบถามควรที่จะมีการแปลเป็นภาษาจีนและภาษาเวียดนาม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากขึ้น
3. งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา นครหลวงเวียงจันทน์ เท่านั้น ดังนั้นหากมี โอกาสครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรที่จะทำการวิจัยคุณภาพการบริการของ โรงแรม ในเขตพื้นที่เมืองอื่น ๆ ในสปป.ลาว เพิ่มเติม ทั้งนี้เพื่อให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมสามารถที่จะนำมา เปรียบเทียบและเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของ โรงแรมใน สปป.ลาว ในอนาคต เพิ่มเติม
4. การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้จ่ายของ โรงแรมใน สปป. ลาว ด้วย ทั้งที่เป็นปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อ กระบวนการตัดสินใจกลับมาใช้จ่าย อันนำไปสู่การพัฒนากระบวนการบริหารให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของ โรงแรมต่อไปในอนาคต