

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า 2) ระดับความ คิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ 3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามตามพฤติกรรมการใช้บริการ 7) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และ 8) ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ กลุ่ม ตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD, χ^2 และ Correlation ผลงานวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเดินทางมา ท่องเที่ยวและพักผ่อนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-3 คน ด้วยรถยนต์ ส่วนบุคคล และค้างแรม 1 คืน โดยจะพิจารณาเลือกใช้บริการ โรงแรม จากทำเลที่ตั้ง มากที่สุด
2. ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ในระดับมาก ด้าน การจัดการด้านการควบคุม ด้านการประสานงาน และด้านการวางแผน ตามลำดับ
3. ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในการใช้บริการของ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ในระดับมาก ด้านราคา ด้านสื่อ / ช่องทางที่ได้รับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ
4. ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ลูกค้าที่มี ที่อยู่อาศัย แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของ โรงแรม อยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ของ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้า มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการของ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล มี ความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

The purposes of this research were to 1) the customers' behaviour of using services; 2) the level of customers' opinion on the management; 3) the level of customers' satisfaction; 4) compare the level of customers' opinion on the management classified by personal factors; 5) compare the customers' level of satisfaction with the service classified by personal factors; 6) compare the level of customers' satisfaction classified by customers' behaviours; 7) study the relationship between personal factors and customers' behaviour of using services; 8) the relationship between customers' opinion on the management and satisfaction with the services. The sample consisted of 384 Ayutthaya Grand Hotel's customers. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis was performed in terms of percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, F-test, LSD, χ^2 , and correlation coefficient. The findings indicated the following :

1. Most customers usually rested at the hotel for a night as tourists in groups of 2-3. They came here by car. The reason for choosing to stay here was location.

2. The customers' level of opinion with regard to the management of Ayutthaya Grand Hotel was high in terms of organizing, controlling, coordinating and planning.

3. The customers' level of satisfaction with the hotel's services was high in terms of price, public relations, location and marketing promotion.

4. Difference in customers' age, status, housing and average monthly income resulted in a different level of opinion on the management of Ayutthaya Grand Hotel with a statistically significant level of 0.05.

5. Difference in housing yielded difference in the level of the hotel's service satisfaction with a statistically significant level of 0.05.

6. Difference in behaviour of using services difference in the customers' satisfaction level with the hotel's services with a statistically significant level of 0.05.

7. Age, occupation, housing, educational background and average monthly income related to customers' behavior of using the hotel's services with a statistically significant level of 0.05.

8. The level of customers' opinion related to the level of customers' satisfaction with the service of Ayutthaya Grand Hotel with a statistically significant level of 0.01.