

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพ
การบริการของโรงแรมพาราซอล อินน์

ผู้เขียน

นายวรเทพ ศรีสกุลชวาลา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมพาราซอล อินน์ (2) ระดับการรับรู้จริงของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมพาราซอล อินน์ และ (3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมพาราซอล อินน์ โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ที่เข้ามาใช้บริการ โรงแรม พาราซอล อินน์ ซึ่งเป็นผู้ที่เดินทางมาด้วยตนเองหรือไม่ได้เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ จากอัตราการเข้าพักของลูกค้าห้องพัก โรงแรม พาราซอล อินน์ ในปี 2552 ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ทวีปยุโรปใต้, ทวีปยุโรป ประกอบด้วยทวีปยุโรปเหนือ ยุโรป ตะวันออก ยุโรปตะวันตก, ทวีปอเมริกา ประกอบด้วยทวีปอเมริกาเหนือ และอเมริกากลาง, ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 322 ชุด สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปีมากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาทมากที่สุด เป็นผู้ที่มาจากประเทศอิตาลีมากที่สุด มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-5 คน มีการจองห้องพักก่อนเข้าพัก มีแหล่งข้อมูลที่รู้จักโรงแรมจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเป็นผู้ตัดสินใจเลือกโรงแรมที่ตัวเอง

ระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการของโรงแรม พาราซอล อินน์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความมีน้ำใจ ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า และด้านการติดต่อ

สื่อสาร ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความสามารถ และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักตามลำดับ

ระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับการรับรู้จริงโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความมีน้ำใจ ความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านความสามารถ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ซึ่งได้จาก ผลต่างระหว่างระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ กับระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความประทับใจต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรม พาราซอล อินน์ ในทุกด้าน โดยมีความประทับใจ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสามารถ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเข้าถึงลูกค้าและด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านความปลอดภัย ด้านความมีน้ำใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักตามลำดับ

Independent Study Title Foreign Customer's Satisfaction Toward Service Quality on the Parasol Inn Hotel

Author Mr. Vorathep Srisakulchawla

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

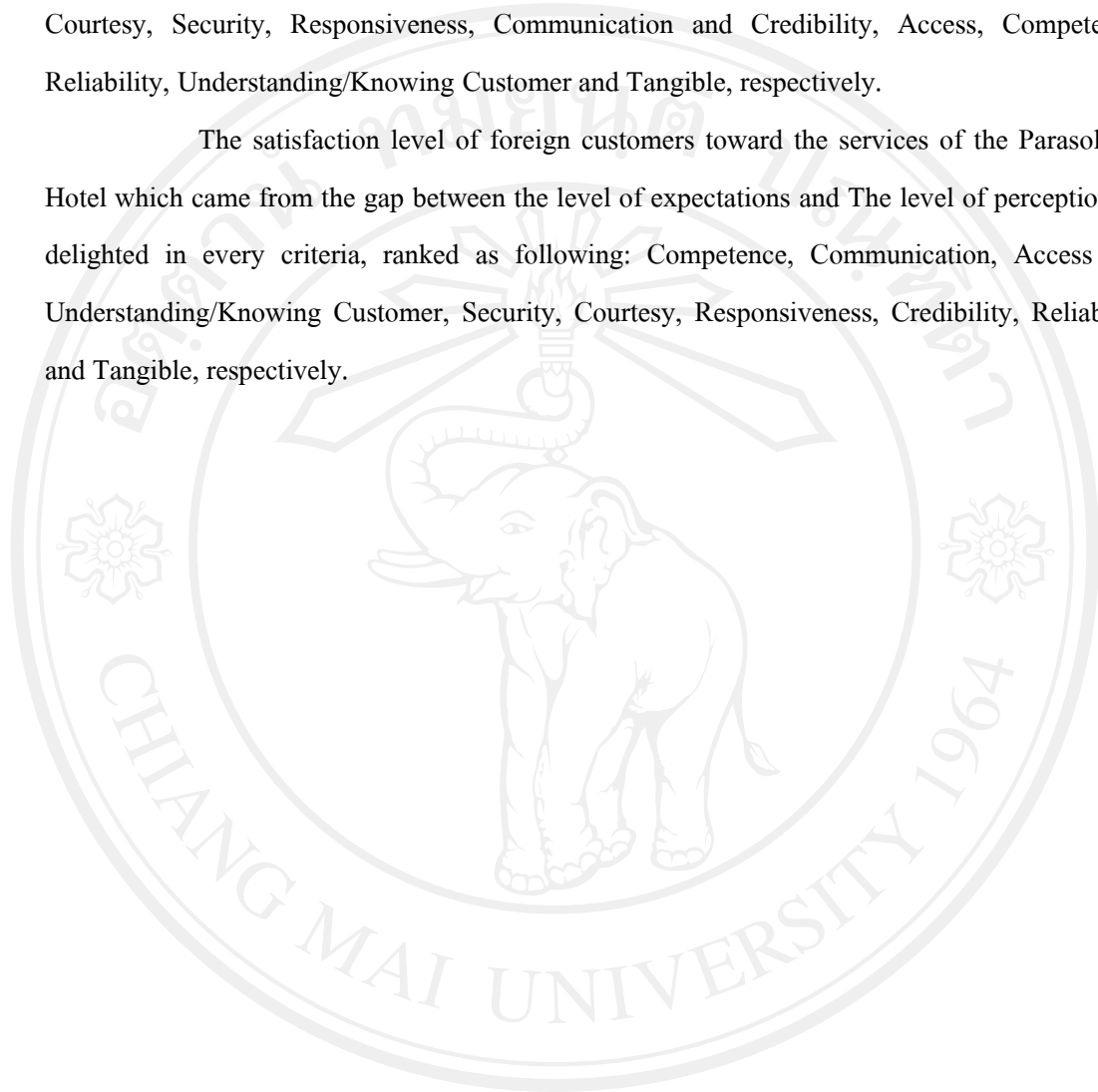
The purpose of this study was to examine (1) The expectations of foreign customers toward service quality on the Parasol Inn Hotel (2) The perceptions of foreign customers toward the services of the Parasol Inn Hotel and (3) The satisfaction of foreign customers toward the services of the Parasol Inn Hotel. Data collection was completed through 5 groups of foreign customers who were self-traveled and stayed at Parasol Inn Hotel according to the occupancy ratio of Parasol Inn Hotel in 2009 consisting of South European, European include of North European East European and West European, American include of North American and Central American, Australian and Asian who answered 322 questionnaires. The data was analyzed by statistics consist of frequency, percentage and means.

The study showed that most customers were male. The majorities were 26-35 years old, employee of private sector, earning monthly income of 30,001-60,000 Baht and came from Italy. They all came to Chiang Mai province for vacation / holidays. Most customers came with a group of 2-5 persons and made reservation in advance. The majorities got to know the hotel from the internet and made the decision to select the accommodation on their own.

The level of expectations toward the services of the Parasol Inn Hotel is high in every criteria, ranked as following: Courtesy, Security, Responsiveness, Reliability, Credibility, Access and Communication, Understanding / Knowing Customer, Competence and Tangible, respectively.

The level of perceptions toward the service of the Parasol Inn Hotel is highest in every criteria except the Tangible is high. The level of perceptions criteria ranked as following: Courtesy, Security, Responsiveness, Communication and Credibility, Access, Competence, Reliability, Understanding/Knowing Customer and Tangible, respectively.

The satisfaction level of foreign customers toward the services of the Parasol Inn Hotel which came from the gap between the level of expectations and The level of perceptions is delighted in every criteria, ranked as following: Competence, Communication, Access and Understanding/Knowing Customer, Security, Courtesy, Responsiveness, Credibility, Reliability and Tangible, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved