

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการมณีเกสต์เฮาส์
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวจรรจรีย์ วัฒนลักษณ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. รวิพร คุญเจริญไพศาล กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการมณีเกสต์เฮาส์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการของมณีเกสต์เฮาส์ จำนวน 300 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยความคาดหวังกับค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อการบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าชาวต่างประเทศของมณีเกสต์เฮาส์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ 2,001 - 2,500 US\$ ต่อเดือน โดยจุดประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน มีจำนวนสมาชิกในการเดินทาง 2 - 4 คน และส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเครื่องบิน ในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรู้จักมณีเกสต์เฮาส์ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะรู้จักมณีเกสต์เฮาส์จากลูกค้าเก่าที่เคยเข้าพัก การเข้าพักในแต่ละครั้งจะอยู่ในช่วง 1 - 4 วัน การเลือกสถานที่พักจะตัดสินใจด้วยตนเอง และผู้ที่ร่วมเดินทางมาด้วย

ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการมณีเกสต์เฮาส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉลี่ยมีระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับประทับใจ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับประทับใจ (Delighted satisfy) โดยประทับใจในห้องพักผ่อน และอยู่สบาย อันดับแรก ด้าน

สถานที่ อยู่ในระดับประทับใจ (Delighted satisfy) โดยประทับใจในสถานที่ตั้งของเกสต์เฮาส์
หาง่าย อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและย่านธุรกิจหลักในเมืองอันดับแรก ด้านการนำเสนอ ลักษณะทาง
กายภาพอยู่ในระดับประทับใจ (Delighted satisfy) โดยประทับใจในสิ่งแวดล้อมห้องพักสะอาด
การบริการมีคุณภาพ เป็นอันดับแรก ส่วนด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับ ประทับใจ
(Delighted satisfy) โดยประทับใจในการบริการที่ดีและรวดเร็วของพนักงานเป็นอันดับแรก ด้าน
ราคา อยู่ในระดับประทับใจ (Delighted satisfy) โดยประทับใจอัตราค่าห้องเหมาะสมเป็นอันดับ
แรก ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับประทับใจ (Delighted satisfy) โดยประทับใจในการ
แก้ปัญหาอย่างฉับพลันถูกต้องแม้ยังเป็นอันดับแรก และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับ
ประทับใจ (Delighted satisfy) โดยมีความประทับใจในการลดราคาห้องพักในช่วง นอกฤดูกลาง
ท่องเที่ยว หรือลูกค้าที่ใช้บริการเป็นเวลานานเป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Services of Manee Guesthouse
Chiang Mai Province

Author Miss Jarujun Watanaluk

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Narumol Kimpakorn Chairperson

Associate Professor Dr. Rawiporn Kucharoenpaisan Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to study customers satisfaction towards services of Manee Guesthouse Chiang mai Province. This study was performed by collecting data from foreigner customer who recived service of Manee Guesthouse , total 300 respondents. The descriptive statistics including percentage, frequency, mean, and standard deviation were applied to analyze the collected data, as well as applying t-test to test the difference between the mean of customer's expectation and customer's perception of the service elements.

As the study result, it is found that the respondents are mainly male, age 30-39 years, hold bachelor degree, employed as the government agency or state enterprises with salary of 2,001-2,500 US\$. The main purpose of visit was to take a tour or relaxation. Number of member in each tour group is 2-4 person. They traveled to Chiang Mai by air craft. According to source of the brand awareness, customers mostly knew Manee Guesthouse by word of mouth information from the previous customers. Range of stay in the guesthouse in each time was 1 to 4 days. The respondents mainly chosen the accommodation by themselves and the opinion of the group.

The level of satisfaction towards the service marketing elements were situated in order as follows. For the aspect of product, the level of satisfaction was in delighted

satisfy. Cleanness and comfort of the room was ranked in the first order. For the aspect of place the level of satisfaction was in delighted satisfy. The location easy to access, near tourist attractions and business zone in the city were ranked in the first order. For the aspect of presentation of appearance, the level of satisfaction is in delighted satisfy. The clean environment was ranked in the first order. For the aspect of personnel providing service, the level of satisfaction is in delighted satisfy. The good and quick service from employees were ranked in the first order. For the aspect of price, the level of satisfaction is in delighted satisfy. The reasonable room rate was ranked in the first order. For the process of service, the level of satisfaction is in delighted satisfy. The quick response to the problem and correct remedy were ranked in the first level. Furthermore, for the aspect of promotion, the level of satisfaction is in delighted satisfy. The discount the room price in low season or for customer who stay longer were ranked in the first order.