



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรอรัมมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นาย รัฐวิทย์ รัตนยงค์ไพโรจน์

นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรอรัมมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ภูมิลำเนา

- () 1. อเมริกา () 2. ยุโรป
 () 3. เอเชีย () 4. ออสเตรเลีย
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ

2. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

3. อายุ

- () 1. 18 - 21 ปี () 2. 21 - 30 ปี
 () 3. 31 - 40 ปี () 4. 41 - 50 ปี
 () 5. 50 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ

4. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ

5. การศึกษาสูงสุด

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
 () 2. ปริญญาตรี
 () 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

6. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ
 () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 5. ธุรกิจส่วนตัว () 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 () 7. เกษียณอายุ () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 1,500 USD () 2. 1,500 – 2,500 USD
 () 3. 2,501 – 3,500 USD () 4. 3,501 – 4,500 USD
 () 5. 4,501 – 5,500 USD () 6. 5,500 USD ขึ้นไป

8. จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้)

- () 1. ครั้งแรก () 2. 2 ครั้ง
 () 3. 3 ครั้ง () 4. 4 ครั้ง
 () 5. มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป (โปรดระบุ))

9. ระยะเวลาในการเข้าพักครั้งล่าสุด ที่โรงแรมเรณูระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

- () 1. 1 - 2 วัน
 () 2. 3 - 4 วัน
 () 3. 5 - 6 วัน
 () 4. ตั้งแต่ 6 วันขึ้นไป (โปรดระบุ))

10. ช่วงวันที่ท่านนิยมพักที่โรงแรมเรณูระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

- () 1. ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์
 () 2. ช่วงวันจันทร์-ศุกร์
 () 3. ช่วงวันหยุดราชการ
 () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ))

11. แบบห้องพักที่ท่านเลือกพักที่โรงแรมเรณูระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

- () 1. Superior room
 () 2. Deluxe room
 () 3. Junior suite
 () 4. Royal suite

12. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่

- () 1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน () 2. ติดต่อธุรกิจ/ทำการค้า
 () 3. ปฏิบัติงานราชการ () 4. ประชุมสัมมนา
 () 5. เยี่ยมญาติ/เพื่อน () 6. ทักษศึกษา
 () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ))

13. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

- () 1. เพื่อน/ผู้ร่วมงาน
 () 2. แฟน/คู่สมรส
 () 3. สมาชิกในครอบครัว
 () 4. หัวหน้างาน/บริษัท/องค์กร
 () 5. ตัวท่านเอง
 () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ))

14. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ จากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
 () 2. สื่อวิทยุ
 () 3. หนังสือท่องเที่ยว
 () 4. เว็บไซต์
 () 5. มีบุคคลแนะนำ
 () 6. รู้ด้วยตนเอง
 () 7. ครอบครัว / เพื่อนชาวต่างชาติ
 () 8. เพื่อนชาวไทย
 () 9. บริษัททัวร์ / ไกด์
 () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ))

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเรือน
ระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับ
กับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อข้อความดังกล่าว

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service)					
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของ โรงแรมเรือนระมิงค์					
1.2 ขนาดของห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ พอเหมาะพอดี					
1.3 จำนวนห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ มีให้บริการอย่างเพียงพอ					
1.4 ความสะอาดของห้องพัก					
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม					
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่โรงแรมเรือนระมิงค์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น					
1.7 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม					
1.8 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายที่รวดเร็วให้บริการ					
1.9 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีสระว่ายน้ำที่ทันสมัยต่อการให้บริการ					
1.10 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย ที่ทันสมัยต่อการให้บริการ					
1.11 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น ที่มีคุณภาพดีไว้ให้บริการ					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service)					
1.12 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ที่หลากหลายต่อการให้บริการ					
1.13 โรงแรมเรือนระมิงค์ ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น					
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น					
1.15 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการซักอบรีดไว้ให้บริการ					
1.16 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีบริการอาหารเช้าฟรี					
1.17 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีผลไม้สด ชา กาแฟ ในห้องพัก					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 ราคาที่พักรมีความเหมาะสม					
2.2 ราคาที่พักรสามารถต่อรองได้ เช่น ในกรณีที่พักรหลายห้อง หรือหลายคืน					
2.3 ราคาที่พักรมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล					
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก					
2.5 ความสามารถในการชำระค่าที่พักรด้วยบัตรเครดิต					
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ของโรงแรมเรือนระมิงค์					
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ของโรงแรมเรือนระมิงค์					
2.8 สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ สะดวกในการเดินทางมาพัก					
3.2 โรงแรมเรือนระมิงค์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น					
3.3 โรงแรมเรือนระมิงค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
3.4 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว					
3.5 โรงแรมเรือนระมิงค์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ					
3.6 สถานที่ตั้งของโรงแรมเรือนระมิงค์ มีความปลอดภัย					
3.7 มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
3.8 มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของโรงแรมเรือนระมิงค์ เพียงพอต่อการตัดสินใจ					
3.9 การออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น					
4.2 การโฆษณาในหนังสือท่องเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น					
4.3 การโฆษณาตามสื่อวิทยุ เช่น BUG 89.5 FM เป็นต้น					
4.4 การประชาสัมพันธ์โรงแรมเรือนระมิงค์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น					
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก ประมาณ ร้อยละ 10 - 20 ของราคาห้องพัก					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.6 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกเปลี่ยนสิทธิในการพักฟรี					
5. ด้านบุคลากร (People)					
5.1 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
5.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.3 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และแต่งกายดี					
5.4 พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					
5.5 พนักงานสามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี					
5.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้					
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค					
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น					
5.9 พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี					
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
6.1 การจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก					
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงโรงแรม เรือนระมิงค์					
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง					
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องค้มีให้บริการพร้อม เป็นต้น					
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องค้มีถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง					
6.7 การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้อง มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว					
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
7.1 ป้ายชื่อโรงแรมเรือนระมิงค์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน					
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์					
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของโรงแรมเรือนระมิงค์					
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในโรงแรมเรือนระมิงค์					
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม					
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)					
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น					
7.9 โลโก้ (Logo) ของโรงแรมเรอเนอรั่มมีค มีความสวยงาม					
7.10 การมีบริการรถรับส่งของโรงแรมเรอเนอรั่มมีค ฟรี เช่น รับส่งจากสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง(อาเขต) เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับปัญหาที่พบในการใช้บริการของท่าน

ข้อมูลปัญหาในการให้บริการของโรงแรม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () โรงแรมเรอเนอรั่มมีค ไม่มีชื่อเสียง ไม่เป็นที่รู้จัก
- 2 () ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่ขาดความสวยงาม ขาดรสนิยม
- 3 () บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ค่อนข้างช้า
- 4 () โรงแรมเรอเนอรั่มมีค มีเคเบิลทีวี ให้รับชมน้อยช่องเกินไป
- 5 () ห้องพักไม่สะอาด
- 6 () ราคาที่พักที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 7 () ราคาที่พักที่ไม่คงที่ในแต่ละฤดูกาล
- 8 () ไม่มีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก
- 9 () ที่ตั้งของโรงแรมเรอเนอรั่มมีค ไม่สะดวกในการเดินทางมาพัก
- 10 () โรงแรมเรอเนอรั่มมีค ไกลจากแหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 11 () โรงแรมเรอเนอรั่มมีค ที่จอดรถไม่เพียงพอ

- 12 () เว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของโรงแรมเรือนระมิงค์ ไม่เพียงพอ
- 13 () โฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น ไม่เพียงพอ
- 14 () ประชาสัมพันธ์โรงแรมเรือนระมิงค์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น ไม่เพียงพอ
- 15 () ไม่มีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกเปลี่ยนสิทธิในการพักฟรี ไม่เพียงพอ
- 16 () พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ
- 17 () พนักงานพูดจาไม่สุภาพ อ่อนน้อม
- 18 () พนักงานไม่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้
- 19 () พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว
- 20 () การจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ เป็นไปอย่างล่าช้า มีความยุ่งยาก
- 21 () ความไม่พร้อมของห้องพักในการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ยังไม่ได้ปูอย่างเรียบร้อย ไม่มีหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องดื่มน้ำให้บริการพร้อม เป็นต้น
- 22 () การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องดื่มถึงห้องพัก มีความล่าช้าหรือผิดพลาด
- 23 () การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้อง ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ หรือมีความล่าช้า
- 24 () ป้ายชื่อโรงแรมเรือนระมิงค์ ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 25 () บรรยากาศของสถานที่โดยรวมที่ไม่น่าเข้าพัก ของโรงแรมเรือนระมิงค์ ขาดความสวยงาม
- 26 () ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ไม่สวยงาม ขาดรสนิยม
- 27 () ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ ระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ไม่เพียงพอ หรือมีน้อยเกินไป
- 28 () อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 29 () ไม่พบปัญหา

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก ข

Questionnaire

Subject **Foreign Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of
Raming Lodge Hotel, Chiang Mai Province.**

Explanations

This questionnaire is to find out information for an independent study in order to complete the curriculum of Master's Degree of Business Administration of graduated student at the faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The data will be used for improving services to meet the customers need. This questionnaire will not affect the respondents in any way. Please feel free to answer this questionnaire and give suggestion your response will be kept confidentially

The researcher hereby thanks you for your precious time in answering the questionnaire.

Mr. Rattawit Rattanayongpairoj

Master's Degree Student of Business Administration

Faculty of Business Administration, Chiang Mai University

Instructions

This questionnaire is divided into three parts as follows:

- | | |
|--------|---|
| Part 1 | Personal information of the respondent |
| Part 2 | Information regarding customer satisfaction towards service marketing mix of
Raming Lodge Hotel, Chiang Mai Province |
| Part 3 | Problems and suggestions of the respondents |

Please put the mark in front of the item you select

Part 1 Personal Information of the Respondents

1. Domicile

- () 1. America () 2. Europe
 () 3. Asia () 4. Australia
 () 5. Other (please specify.....)

2. Gender

- () 1. Male () 2. Female

3. Age

- () 1. 18 - 21years () 2. 21 – 30 years
 () 3. 31 – 40 years () 4. 41 – 50 years
 () 5. Over 50 (please specify

4. Marital Status

- () 1. Single () 2. Married () 3. Other (please specify.....)

5. Highest Educational Level

- () 1. Lower than Bachelor's degree
 () 4. Bachelor's degree
 () 5. Higher than bachelor's degree (please specify.....)

6. Occupation

- () 1. High school/University student () 2. Government officer
 () 3. Employee of state enterprise () 4. Employee of private company
 () 5. Self-employed () 6. Housewife/husband
 () 7. Retired () 8. Other (please specify.....)

7. Monthly average income

1. Lower than 1,500USD 2. 1,500– 2,500USD
 3. 2,501– 3,500USD 4. 3,501 – 4,500USD
 5. 4,501 – 5,500USD 6. More than 5,500USD

8. How many times have you visited Chiang Mai Province (including this time)?

1. once 2. Twice
 3. Three times 4. Four times
 5. More than 4 times (please specify.....)

9. What is the length of stay at Raming Lodge Hotel ?

1. 1-2 days
 2. 3 – 4 days
 3. 5 – 6 days
 4. More than 6 days (please specify.....)

10. When is the most favorable time you chose to stay at Raming Lodge Hotel ?

1. On the weekend (Saturday – Sunday)
 2. On the weekday (Monday – Friday)
 3. Government holiday
 4. Other (please specify.....)

11. What kind of room you choose to stay at Raming Lodge Hotel ?

1. Superior room
 2. Deluxe room
 3. Junior suite
 4. Royal suite

13. What is the major purpose for your visit ?

- () 1. Sightseeing/vacation () 2. Business transaction
 () 3. Governmental affairs () 4. Attending a seminar
 () 5. Visiting friends/ relatives () 6. Educational tour
 () 7. Other (please specify.....)

14. Who is the person mostly affecting your decision of staying at Raming Lodge Hotel ?

- () 1. Friend/ colleague
 () 2. Boy-girlfriend/spouse
 () 3. Family member
 () 4. Supervisor/ company/organization
 () 5. Yourself
 () 6. Other (please specify.....)

15. From what source did you know about Raming Lodge Hotel? (Answering more than 1 choice is able.)

- () 1. Newspaper and magazine
 () 2. Radio
 () 3. Tourist guide book
 () 4. Website
 () 5. recommend by others
 () 6. learning by yourselves
 () 7. Family/ foreign friend
 () 8. Thai friend
 () 9. Tour company / tour guide
 () 10. agency
 () 11. Other (please specify.....)

**Part 2 Information regarding customer satisfaction towards service marketing mix
of Raming Lodge Hotel, Chiang Mai Province**

Explanation: please read and consider the provided statements and put the mark ✓ in the box of satisfactory levels that fits yours.

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
1. Product or Service					
1.1 Reputation and renownce of Raming Lodge Hotel					
1.2 Room size of Raming Lodge Hotel is suitable.					
1.3 Number of room at Raming Lodge Hotel is sufficient.					
1.4 Cleanliness of the rooms					
1.5 Beautiful and stylish decorations of the room					
1.6 Full facilities in the room such as refrigerator, air conditioner, etc.					
1.7 Cable TV is provided for home-like entertainment.					
1.8 Raming Lodge Hotel provides high speed wireless Internet					
1.9 Raming Lodge Hotel provides an up-to-date swimming pool.					
1.1 Raming Lodge Hotel provides an up-to-date fitness room or exercising area.					
1.11 Raming Lodge Hotel provides good health care services such as traditional massage, foot massage, spa, etc.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
1. Product or Service					
1.12 Raming Lodge Hotel provides a restaurant for food and various beverages for service.					
1.13 Raming Lodge Hotel provides different touring service such as tour guide or car rental with or without a driver, etc.					
1.14 Modernity of room appliances such as flat-screen TV, DVD player, etc.					
1.15 Raming Lodge Hotel provides laundry service.					
1.16 Raming Lodge Hotel serves free breakfast.					
1.17 Raming Lodge Hotel provided fresh fruits, tea and coffee in the room.					
2. Price					
2.1 Reasonable price					
2.2 The price can be negotiable in a case of taking many rooms at a time.					
2.3 Stable price even in the high season.					
2.4 Different prices of room					
2.5 Able to pay by a credit card					
2.6 Reasonable price of food and beverage of Raming Lodge Restaurant					
2.7 Appropriateness of additional services such as telephone cost, internet, laundry etc.					
2.8 Cash receipt can be issued to be used for disbursement with the company at a later time.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
3. Place					
3.1 Location of Raming Lodge Hotel is easily accessible.					
3.2 Raming Lodge Hotel is near community areas such as market and shopping mall, etc.					
3.3 Raming Lodge Hotel is near tourist attractions.					
3.4 Raming Lodge Hotel is tranquil and private.					
3.5 Raming Lodge Hotel has spacious and sufficient parking lot.					
3.6 Raming Lodge Hotel is located in safe area.					
3.7 Room reservations can be made via many channels such as telephone, Internet, etc.					
3.8 Information provided in the hotel's Web Site is sufficient for decision making.					
3.9 Participating in a tourism booth exhibition.					
4. Promotion					
4.1 There is pamphlet presenting the information about Raming lodge hotel such as room rate, room styles and location.					
4.2 Advertisement in tour guide book such as City life Magazine, Chiang Mai Mag, etc.					
4.3 Radio broadcasting such as Bug 89.5 FM, etc.					
4.4 Hotel's public relation via social network like Facebook, Twitter, etc.					
4.5 Room price reduction for return customers or members 10 – 20% of the actual price.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
4. Promotion					
4.6 Having a member card can collect the point (number of days) and get a free room.					
5. People					
5.1 Sufficient employees in providing services					
5.2 Employees are attentive and enthusiastic in giving services.					
5.3 Employees are polite and well-attired.					
5.4 Employees give precise and exact services.					
5.5 Employees give well suggestion about tourist attractions in the area.					
5.6 Employees have relevant knowledge in giving services and are able to fix problems at hand.					
5.7 Employees treat customers equally.					
5.8 Employees are honest for example the immediate contact to customers when the customer left their belongings in the room after checking out					
5.9 Employees have good command of English.					
6. Process					
6.1 Room reservation via website can be done easily and uncomplicated.					
6.2 Customer greeting and welcoming when arriving Raming Lodge Hotel					
6.3 Check-in process is quick and uncomplicated.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
6. Process					
6.4 Room and service charges are accurate.					
6.5 Readiness of the rooms for service.					
6.6 Room service such as food and beverage delivery is quick and accurate.					
6.7 Cleaning process is quick and meet the standard					
6.8 Check-out process is quick and uncomplicated.					
7. Physical Evidence					
7.1 The Raming Lodge Hotel's sign is visible					
7.2 Overall building of Raming Lodge Hotel is clean					
7.3 Good atmosphere and attractiveness of Raming Lodge Hotel					
7.4 Proper temperature and well air circulation of Raming Lodge Hotel					
7.5 Decoration in the lobby area is tasteful.					
7.6 Cleanliness of restroom in the lobby area					
7.7 The uniform of employees is suitable and neat.					
7.8 24/7 security system such as security guards and surveillance camera system, etc.					
7.9 Logo of Raming Lodge Hotel is easy to remember					
7.10 There is an free escort service from Raming Lodge Hotel to airport, train station, bus station (Arcade), etc.					

Part 3 Problems found in using service and suggestions

Please mark \surd in the box () in front of the statement that you considered as a problem in using the service.

Problems in using service of the hotel (answering more than 1 choice is able)

- 1 () Raming Lodge Hotel is not renowned.
- 2 () Room decoration style is not attractive and lack of taste.
- 3 () Wireless Internet is too slow.
- 4 () Raming Lodge Hotel has too limited channels in a cable TV provided
- 5 () Unclean room
- 6 () Inappropriate room price/ rent is too expensive
- 7 () Unstable room price in each season
- 8 () There is no different rate of room for option.
- 9 () Location of Raming Lodge Hotel is inconvenient to access.
- 10 () Raming Lodge Hotel is far from community area such as market, shopping mall, etc.
- 11 () Raming Lodge Hotel has insufficient parking lot.
- 12 () Web Site is not informative enough.
- 13 () Advertisement in touring book such as Citylife Magazine, Chiang Mai Mag, etc. is insufficient.
- 14 () Public relation of Raming Lodge Hotel via social network like Facebook, Twitter, etc. is insufficient.
- 15 () No member card for collecting the point (number of days) and getting a free room or it is insufficient.
- 16 () Insufficient employees in giving services
- 17 () Employees are impolite and disrespectful.
- 18 () Employees are unable to give well suggestion about tourist attractions in the local area.
- 19 () Employees cannot fluently communicate with English.
- 20 () Room reservation via website is too time-consuming and involves many processes.

- 21 () The rooms are not prepared for prompt service such as a bed sheet is not laid, no pillow, blanket and beverage provided in the room.
- 22 () Room service such as food and beverage delivery is slow and mistaken.
- 23 () Cleaning the room by the housemaid after the guest left is not nice and tidy, and slowly done.
- 24 () The Raming Lodge hotel sign is not clearly seen.
- 25 () Overall atmosphere of the hotel is not good; the hotel lacks of attractiveness
- 26 () Lobby decoration is not attractive and lacks of taste.
- 27 () 24/7 security system such as security guards and surveillance camera system, etc. are insufficient
- 28 () Other (please specify).....
- 29 () No problem was found

2. Other suggestions

.....

.....

.....

.....

.....

Much appreciated for your precious time and cooperation in answering this questionnaire

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นาย รัฐวิทย์ รัตนยงค์ไพโรจน์

วัน เดือน ปีเกิด

13 มีนาคม 2528

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนลำปางกัลยาณี
ปีการศึกษา 2546

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชา ภาษาอังกฤษ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2550

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรม เรือนระมิงค์

พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน ผู้จัดการแผนกท่องเที่ยว โรงแรม เรือนระมิงค์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved