



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์  
วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อ  
สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขา  
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดี  
ขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆต่อ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและ  
เป็นความจริงมากที่สุด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นาย ธนัชนันท์ วัฒนศิริชัยกุล

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ  
เดอะ แกรนด์ วิภาณันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ภูมิลำเนา

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. อเมริกา               | <input type="checkbox"/> 2. ยุโรป      |
| <input type="checkbox"/> 3. เอเชีย                | <input type="checkbox"/> 4. ออสเตรเลีย |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ ..... |  |

2. เพศ

- |                                 |                                  |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง |
|---------------------------------|----------------------------------|

3. อายุ

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 18 - 21 ปี                  | <input type="checkbox"/> 2. 21 - 30 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 31 - 40 ปี                  | <input type="checkbox"/> 4. 41 - 50 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. 51 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ ..... |  |

4. สถานภาพ

- |                                 |                                  |   |
|---------------------------------|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส | <input type="checkbox"/> 3. อื่นๆ (โปรดระบุ ..... |
|---------------------------------|----------------------------------|---|

5. การศึกษาสูงสุด

- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี                      |
| <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี                             |
| <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี (โปรดระบุ ..... |

6. อาชีพ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา  | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ             |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน    |
| <input type="checkbox"/> 5. ธุรกิจส่วนตัว      | <input type="checkbox"/> 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน       |
| <input type="checkbox"/> 7. เกษียณอายุ         | <input type="checkbox"/> 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. จำนวนครั้งที่เคยมาพักที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้)

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

9. ระยะเวลาในการเข้าพักครั้งล่าสุด ที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

- ( ) 1. น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 1 เดือน  
( ) 2. 1 - 3 เดือน  
( ) 3. 3 - 6 เดือน  
( ) 4. ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป (โปรดระบุ .....

10. จำนวนสมาชิกที่พักในห้องชุด (รวมตัวท่านด้วย)

- ( ) 1. พักคนเดียว  
( ) 2. 2 – 3 คน  
( ) 3. 4 – 5 คน  
( ) 4. มากกว่า 5 คนขึ้นไป (โปรดระบุ .....

11. ราคาเช่าห้องชุดที่ท่านใช้บริการอยู่ในช่วงราคาใด

- ( ) 1. 10,000 - 15,000 บาท  
( ) 2. 15,001 – 20,000 บาท  
( ) 3. 20,001 – 25,000 บาท  
( ) 4. มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป (โปรดระบุ .....

12. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่

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

13. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

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

14. ท่านทราบข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่จากแหล่งข้อมูลใด (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. ตัวแทน (Agent)  
 ( ) 11. อื่นๆ (โปรดระบุ .....) )

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเดอะ แกรนด์  
 วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับ  
 ความพึงพอใจของท่านที่มีต่อข้อความดังกล่าว

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service)</b>					
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
1.2 ขนาดของห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ พอเหมาะพอดี					
1.3 จำนวนห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มี ให้บริการอย่างเพียงพอ					
1.4 ห้องชุดให้เช่าที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มี หลากหลายรูปแบบ					
1.5 ความสะอาดของห้องชุดที่ท่านพัก					
1.6 ลักษณะการตกแต่งห้องชุดที่มีความสวยงาม มีรสนิยม					
1.7 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุดที่เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น ที่วี ตู้ เสื้อผ้า โต้ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน โซฟา ถังขยะ เป็นต้น					
1.8 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีเคเบิลทีวีเพื่อการ รับชม					
1.9 การบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เพียงพอต่อการให้บริการ					
1.10 การให้บริการฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service)</b>					
1.11 การให้บริการห้องอาหาร และ Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
1.12 บริการซักอบรีด ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
1.13 บริเวณที่สามารถนำสัตว์เลี้ยงได้ที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
<b>2. ด้านราคา (Price)</b>					
2.1 ค่าเช่ารายเดือน มีความเหมาะสม					
2.2 ค่าประกันความเสียหาย 1 เดือนของค่าเช่า					
2.3 ค่าเช่าของห้องชุดมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาลหรือไม่ปรับราคาบ่อย					
2.4 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก					
2.5 ความสามารถในการชำระค่าห้องชุดด้วยบัตรเครดิต					
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและสินค้าใน Minimart ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการทำความสะอาด เป็นต้น ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
2.8 สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้					
2.9 การลดอัตราค่าเช่าห้องชุดสำหรับลูกค้าที่พักในระยะยาวมากกว่า 6 เดือน หรือกลับมาพักซ้ำ					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
3.1 ที่ตั้งของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ สะดวกในการเดินทางมาพัก					
3.2 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น					
3.3 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
3.4 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว					
3.5 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ					
3.6 สถานที่ตั้งของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีความปลอดภัย					
3.7 มีบริการจองห้องชุดได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต โทรสาร เป็นต้น					
3.8 มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เพียงพอต่อการตัดสินใจ					
3.9 เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.1 มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ เช่น ราคาห้องชุด รูปแบบห้องชุด แผนที่ เป็นต้น					
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว เช่น นิตยสาร ชิตตี้ไลฟ์ เชียงใหม่ CHIANGMAI MAG เป็นต้น					



ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.3 การโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทน หรือ Agency เช่น Chiang Mai Properties เป็นต้น					
4.4 การประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น					
4.5 การลดอัตราค่าห้องชุดร้อยละ 5 ของค่าเช่า ในกรณีสำรองห้องชุด ล่วงหน้า อย่างน้อย 3 เดือน					
<b>5.ด้านบุคลากร (People)</b>					
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 ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของไว้ในห้องชุด เป็นต้น					
5.9 มีพนักงานให้บริการ 24 ชั่วโมง					
5.10 พนักงานรักษาความปลอดภัยมีกิริยามารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.11 พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)</b>					
6.1 การจองห้องชุดผ่านทางเว็บไซต์ โทรศัพท์ โทรสาร หรือ การติดต่อโดยตรงที่ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก					
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมาถึงเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องชุด ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					
6.4 การชำระเงินไม่ต้องรอนาน					
6.5 ความพร้อมของห้องชุดสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น					
6.6 การให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น)					
6.7 การทำความสะอาดห้องชุดของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้อง มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว					
6.8 การคืนห้องชุดไม่ต้องรอนาน ในการตรวจสอบทรัพย์สิน ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
<b>7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
7.1 ป้ายชื่อเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ที่มองเห็นได้ชัดเจน					
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					

ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม ของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
7.4 อุณหภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายใน เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง ที่คูดี มีรสนิยม					
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง					
7.7 เครื่องแบบของพนักงานเรียบร้อย สวยงาม					
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น					
7.9 โลโก้ (Logo) ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จดจำง่าย					
7.10 ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ก่อนเข้าคิกของ เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับปัญหาที่พบในการใช้บริการของท่าน

ข้อมูลปัญหาในการให้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ( ) เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่มีชื่อเสียง ไม่เป็นที่รู้จัก
- 2 ( ) ลักษณะการตกแต่งห้องชุด ไม่สวยงาม
- 3 ( ) ห้องชุด ไม่สะอาด หรือไม่เรียบร้อย
- 4 ( ) เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ มีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม ไม่เพียงพอ/ มีช่องให้เลือกน้อย
- 5 ( ) บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ไม่เพียงพอ
- 6 ( ) ค่าเช่ารายเดือน ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 7 ( ) ค่าประกันความเสียหาย ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 8 ( ) ค่าเช่าของห้องชุด ไม่คงที่ในแต่ละฤดูกาล
- 9 ( ) ไม่มีห้องชุดในหลายระดับราคาให้เลือก
- 10 ( ) ที่ตั้งของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่สะดวกในการเดินทางมาพัก
- 11 ( ) เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไกลจากแหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 12 ( ) เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ที่จอดรถไม่เพียงพอ
- 13 ( ) เว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่เพียงพอ
- 14 ( ) การโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทน หรือ Agency เช่น Chiang Mai Properties เป็นต้น มีน้อยเกินไป
- 15 ( ) ประชาสัมพันธ์เดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น มีน้อยเกินไป
- 16 ( ) พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ
- 17 ( ) พนักงานพูดจาไม่สุภาพ อ่อนน้อม
- 18 ( ) พนักงานไม่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้
- 19 ( ) พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว

- 20 ( ) การจองห้องชุดผ่านทางเว็บไซต์ เป็นไปอย่างล่าช้า มีความยุ่งยาก
- 21 ( ) ความไม่พร้อมของห้องชุดในการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่มมีให้บริการพร้อม เป็นต้น
- 22 ( ) ขั้นตอนให้บริการที่ผิดพลาด เช่น การคิดค่าบริการต่างๆ มีการแยกมิเตอร์ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น)
- 23 ( ) ป้ายชื่อเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 24 ( ) บรรยากาศของสถานที่โดยรวมที่ไม่น่าเข้าพัก ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ ขาดความสวยงาม
- 25 ( ) ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ ระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น ไม่เพียงพอ หรือมีน้อยเกินไป
- 26 ( ) โลโก้ (Logo) ของเดอะ แกรนด์ วิกานันท์ เรสซิเดนซ์ จดจำยาก
- 27 ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 28 ( ) ไม่พบปัญหา

## 2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

## ภาคผนวก ข

### Questionnaire

**Subject**                    **Foreign Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of the Grand Wipanan Residence, 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 a graduate student at the Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The data will be used for improving services to meet the customer needs. This questionnaire will not affect the respondents in any way.

Feel free to answer this questionnaire and give suggestion. Your response will be kept confidentially.

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

Mr. Thanatphan Wattanasirichaikul

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  
The Grand Wipanan Residence, Chiang Mai Province;
- Part 3                    Problems and suggestions of the respondents.

Put the ✓ 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  
 ( ) 2. Bachelor's degree  
 ( ) 3. 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 lodged in The Grand Wipanan Residence, Chiang Mai Province (including this time)?

1. Once       2. Twice  
 3. Three times       4. Four times  
 5. At present

## 9. What is the length of stay at The Grand Wipanan Residence, Chiang Mai Province?

1. Up to 1 month  
 2. 1 – 3 months  
 3. 3 – 6 months  
 4. More than 6 months (please specify.....)

## 10. How many members (including you) do stay in the room?

1. Alone  
 2. 2 – 3 persons  
 3. 4 – 5 persons  
 4. More than 5 persons (please specify.....)

## 11. What is the monthly rent?

1. 10,000 – 15,000 Baht  
 2. 15,001 – 20,000 Baht  
 3. 20,001 – 25,000 Baht  
 4. More than 25,000 Baht (please specify.....)



12. 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 to stay at the Grand Wipanan Residence?

- ( ) 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 the Grand Wipanan Residence?

(Answering more than 1 choice is able.)

- ( ) 1. Newspaper and magazine  
 ( ) 2. Radio  
 ( ) 3. Tourist Guide book  
 ( ) 4. Website  
 ( ) 5. Recommended 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 the service marketing mix of  
The Grand Wipanan Residence, 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
<b>1. Product or Service</b>					
1.1 Reputation and renounce of The Grand Wipanan Residence					
1.2 Room sizes of The Grand Wipanan Residence is suitable.					
1.3 The number of room at The Grand Wipanan Residence is sufficient.					
1.4 There are varieties of room at The Grand Wipanan Residence.					
1.5 Cleanliness of the rooms					
1.6 Beautiful and stylish decorations of the room					
1.7 Full facilities in the room such as refrigerator, TV, closet, working table and chair, sofa, etc.					
1.8 Cable TV is provided.					
1.9 The Grand Wipanan Residence provides high speed wireless Internet.					
1.10 The Grand Wipanan Residence provides an up-to-date fitness room or exercising area.					
1.11 The Grand Wipanan Residence has a restaurant and minimart for service.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
<b>1. Product or Service</b>					
1.12 The Grand Wipanan Residence provides laundry service.					
1.13 There is an area for pet at The Grand Wipanan Residence.					
<b>2. Price</b>					
2.1 Reasonable monthly rent					
2.2 1-month rent for security deposit					
2.3 Constant price in any season or the price is not often adjusted.					
2.4 Different rooms and rents					
2.5 Able to pay by a credit card					
2.6 Reasonable price of food in the restaurant and goods in minimart of The Grand Wipanan Residence					
2.7 Appropriateness of additional services such as electricity, water, telephone cost, internet, cleaning cost etc.					
2.8 Cash receipt can be issued to be used for disbursement with the company at a later time.					
2.9 Discount for a customer who stays more than 6 months or a return customer.					

Customer Satisfaction	Level of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
<b>3. Place</b>					
3.1 Location of The Grand Wipanan Residence is easily accessible.					
3.2 The Grand Wipanan Residence is near community areas such as market and shopping mall, etc.					
3.3 The Grand Wipanan Residence is near tourist attractions.					
3.4 The Grand Wipanan Residence is tranquil and private.					
3.5 The Grand Wipanan Residence has spacious and sufficient parking lot.					
3.6 The Grand Wipanan Residence is located in the safe and quiet neighborhood.					
3.7 Room reservation can be made via many channels such as telephone, internet, etc.					
3.8 Information provided in the web site is sufficient for decision making.					
3.9 The Grand Wipanan Residence opens 24/7.					
<b>4. Promotion</b>					
4.1 There is pamphlet presenting the information about The Grand Wipanan Residence such as room rate, room styles and location.					
4.2 Advertisement in tour guide book such as Citylife Magazine, Chiang Mai Mag, etc.					
4.3 Advertising in the agency website or by agency such as Chiang Mai Properties, etc.					

Customer Satisfaction	Level of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
<b>4. Promotion</b>					
4.4 Public relation via social network like Facebook, Twitter, etc.					
4.5 Discount on the rent in the case of making advance reservation for at least 3 months.					
<b>5. People</b>					
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 prompt and correct 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 handle problems at hand.					
5.7 Employees treat customers equally.					
5.8 Employees are honest for example the immediate contact to customer when the customer left their belongings in the room after checking out.					
5.9 Employees are available for services for 24 hours.					
5.10 Security guards are well mannered and enthusiastic in giving services.					
5.11 Employee have good command of English.					

Customer Satisfaction	Levels of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
<b>6. Process</b>					
6.1 Room reservation via website, telephone, fax or personal contact at The Grand Wipanan Residence is quick and uncomplicated.					
6.2 Customer greeting and welcoming when arriving The Grand Wipanan Residence					
6.3 Check-in process is quick and uncomplicated.					
6.4 Payment process is quick.					
6.5 Readiness of the rooms for service.					
6.6 Room and service charges are accurate and are processed by using separate meter, etc.)					
6.7 Cleaning process is quick and meet the standard.					
6.8 Check-out process is quick and uncomplicated.					
<b>7. Physical Evidence</b>					
7.1 The Grand Wiphanan Residence's sign is obvious and easy to be notice.					
7.2 The overall building and of the Grand Wipanan Residence is clean.					

Customer Satisfaction	Level of Satisfaction				
	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
<b>7. Physical Evidence</b>					
7.3 Good atmosphere and attractiveness of the Grand Wipanan Residence					
7.4 Proper temperature and well air circulation of the Grand Wipanan Residence					
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 the Grand Wipanan Residence is easy to remember.					
7.10 Electronic key system for entering the building.					

### Part 3 Problems found when using service and suggestions

Please put the 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 The Grand Wipanan Residence** (answering more than 1 choice is acceptable)

- 1 ( ) The Grand Wipanan Residence is not renowned.
- 2 ( ) Room decoration style is not attractive and lack of taste.
- 3 ( ) Unclean and untidy room
- 4 ( ) The Grand Wipanan Residence has too limited channels in a cable TV. Provided.
- 5 ( ) Wireless internet is not sufficient.
- 6 ( ) Inappropriate monthly rent is rent too high.
- 7 ( ) Security deposit charge is not appropriate.
- 8 ( ) Renting charge is not stable in each season.
- 9 ( ) There are not different rate of room.
- 10 ( ) Location of the Grand Wipanan Residence is inconvenient to access.
- 11 ( ) The Grand Wipanan Residence is far from community area such as market, shopping mall, etc..
- 12 ( ) The Grand Wipanan Residence has insufficient parking lot.
- 13 ( ) Web site is not informative enough.
- 14 ( ) Advertisement in the website of agency such as Chiang Mai Properties is insufficient.
- 15 ( ) Public relation of the Grand Wipanan Residence via social network like Facebook, Twitter, etc.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 ( ) Mistakes in the process of charging are not available.
- 23 ( ) The Grand Wipanan Residence Sign is not clearly seen.
- 24 ( ) Overall atmosphere of The Grand Wipanan Residence is not good and The Grand Wipanan Residence lacks of attractiveness.
- 25 ( ) 24/7 security system such as security guards and surveillance camera system, etc. are insufficient.
- 26 ( ) Logo of The Grand Wipanan Residence is difficult to remember.
- 27 ( ) Other (please specify).....
- 28 ( ) No problem was found

**2. Other suggestions**

.....

.....

.....

.....

.....

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

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นาย ธนัชพันธ์ วัฒนศิริชัยกุล

วัน เดือน ปีเกิด

14 กันยายน 2519

ประวัติการศึกษา

Bachelor of Science Major in Industrial Design, The Art Institute of Fort Lauderdale, FL USA 2003

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2545 - 2549 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

บริษัท สินธนา มาร์รีน เซอร์วิส จำกัด

พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน ผู้บริหารโครงการ บริษัท วิภาณันท์ โปรเจ็ก จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved