

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรม
 ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่จัดการประชุม

ชื่อผู้เขียน นางสาวสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

| | | |
|-----------------------|--------------------|---------------|
| อาจารย์ฉัตรแก้ว | สิมารักษ์ | ประธานกรรมการ |
| รองศาสตราจารย์บุญเลิศ | จิตต์ังวัฒนา | กรรมการ |
| อาจารย์ประหยัด | पालกะวงส์ ณ อยุธยา | กรรมการ |

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่จัดการประชุม ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรม เป็นสถานที่จัดการประชุม ของหน่วยงานประเภทต่าง ๆ และปัญหาในการใช้บริการของโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 186 หน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยงานเอกชน จำนวน 85 หน่วยงาน หน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 84 หน่วยงาน และหน่วยงานประเภทสมาคม / ชมรม / มูลนิธิ จำนวน 17 หน่วยงาน ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

หน่วยงานกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีปัจจัยในการเลือกโรงแรมไม่แตกต่างกันกล่าวคือพิจารณาโรงแรมจากปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ห้องประชุม อุปกรณ์การจัดประชุม ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในการเลือกได้แก่ ปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่ม คุณสมบัติของพนักงาน และราคา

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มประสบเช่นเดียวกัน คือปัญหาการขาดการติดต่อหรือสื่อสารจากฝ่ายขายของโรงแรม หลังจากจัดงานประชุมเสร็จแล้ว

ส่วนปัญหาที่หน่วยงานกลุ่มตัวอย่างประสบแตกต่างกันไปได้แก่ ปัญหาด้านห้องประชุม อุปกรณ์การจัดประชุม ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม การบริการของพนักงาน และด้านราคา ซึ่งมีสาเหตุมาจากการเลือกใช้บริการของโรงแรมที่มีมาตรฐานต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการบริการในโรงแรม ให้สนองตอบความต้องการของลูกค้า และแนวทางในการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางด้านการจัดประชุมแห่งหนึ่งของประเทศไทย ต่อไปในอนาคต

| | | |
|--------------------------------|---|----------|
| Independent Study Title | Marketing Factors Affecting the Selection of Hotel Facilities in Chiang Mai as a Meeting Venue | |
| Author | Ms. Rosamarin Arunothaipipat | |
| M.A. | Tourism Industry Management | |
| Examining Committee | Lect.Chatkeaw Simaraks | Chairman |
| | Assoc.Prof.Boonlert Jittangwattana | Member |
| | Lect.Prayad Palakavongse Na Ayuthya | Member |

ABSTRACT

The main objectives of this independent study are to explore marketing factors affecting the selection of hotel facilities in Chiang Mai as a meeting venue for different types of organizations as well as to examine the problems various organizations encounters while using hotel's services.

The 186-sampling size in this study had been segmented into 3 distinctive groups namely 85 corporate sector, 84 government agencies / state enterprise sector, and 17 private associations. The results of the study are as follows:

The similar factors influencing hotel selections among these 3 groups are Location, Function Rooms, Audio Visual Equipment, Guest Rooms, Facilities, Channels of Distribution, and Promotion. However, there are little differences in the factors of Food and Beverage, Staff, and Price.

After sales service is the common problem detected among the 3 groups. Little or non is done after the organizing of the meeting is over. On the other hand, the 3 groups found different problems in Function Room, Audio Visual Equipment, Guest Rooms, Food and Beverage, Staff Service, and Price which mainly resulting from different hotel selection.

Recommendations and suggestions for improvement are presented at the end of this study to help the hotels in Chiang Mai be ready to meet customers' requirements. Along with the way to promote Chiang Mai to be the center of meeting and conferences in Thailand in the future.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University