

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้เขียน นางสาวสุสดี สมปาน

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ และปัญหาในการให้บริการของ โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรที่ศึกษา คือ ลูกค้าชาวต่างประเทศ และชาวไทย ที่มาใช้บริการ โรงแรมละไมวันทา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา แบ่งเป็นลูกค้าชาวต่างประเทศ 180 ราย และชาวไทย 20 ราย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 60,000 บาทขึ้นไป มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มาเกาะสมุยเป็นครั้งแรก และเข้าพักในโรงแรมละไมวันทาเป็นครั้งแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และ ด้านราคา ตามลำดับ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้านปรากฏผลดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ความสะอาดของห้องพัก ความสะดวกสบายของเตียงนอน และภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรม

ด้านราคา คือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง คือ มีที่ตั้งดีคิชายหาด ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และใกล้แหล่งชุมชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีส่วนลดกรณีจองผ่านเว็บไซต์ มีส่วนลดกรณีเข้าพักครั้งต่อไป และมีการแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบ ทางไปรษณีย์ หรืออีเมล

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานให้บริการได้รวดเร็ว และถูกต้อง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดและการบำรุงรักษาโรงแรม และการออกแบบและตกแต่งโรงแรม

ด้านกระบวนการ คือ ระบบการชำระเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการ และระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีเสียงดังรบกวน เครื่องปรับอากาศเสีย/ไม่เย็น ห้องน้ำไม่สะอาด และอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักมี ไม่เพียงพอ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services of Lamai Wanta Hotel
at Amphoe Ko Samui, Surat Thani Province

Author Miss Phusadee Sompan

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Piyaphan Klunklin Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

This independent study aims at analyzing customers' satisfaction and service problems at the Lamai Wanta Hotel, Amphoe Ko Samui, Surat Thani province. The data was collected from customers of the Lamai Wanta Hotel, Amphoe Ko Samui, Surat Thani province. The questionnaire was designed and distributed by quota sampling to 200 hotel customers, consisting of 180 foreigners and 20 Thais. Data obtained from questionnaire respondents was analyzed by using descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

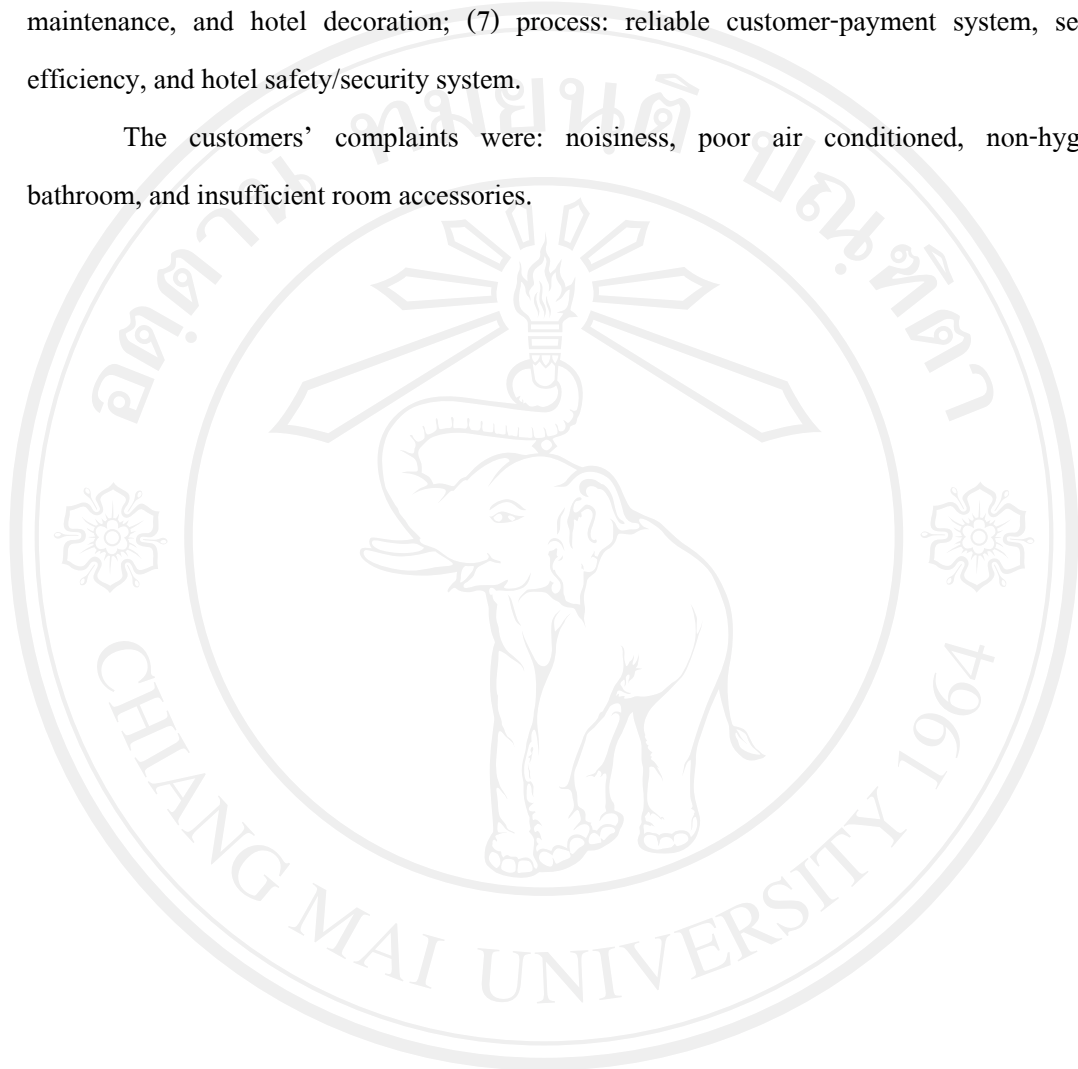
Most respondents were male, 40-49 years old. They are employees of private companies in European countries, with monthly income more than 60,000 Baht. They came to Ko Samui and stayed at Lamai Wanta Hotel for the first time.

For the services marketing mix factors, the respondents were highly satisfied in the factor of: physical evidence, place, people, process, product, and price, and moderate satisfied in promotion factor.

For each services marketing mix factor, the three highest averages score were as following: (1) product: clean room, comfortable bed, and reputation and image of hotel; (2) price: flexible choices of payment, breakfast included, and reasonable room rate; (3) place: close to the beach, easy communication, and close to urban center; (4) promotion: discount for booking through website, discount for the customer's next visit, and customers being informed for a new

promotion by mail or e-mail; (5) people: good interpersonal relationship, enough employees for customer services, and efficient customer services; (6) physical evidence: cleanliness, maintenance, and hotel decoration; (7) process: reliable customer-payment system, service efficiency, and hotel safety/security system.

The customers' complaints were: noisiness, poor air conditioned, non-hygienic bathroom, and insufficient room accessories.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved