

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส และโรงแรมปางสะหวันเพลส จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้านักมาใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลสและโรงแรมปางสะหวันเพลส กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย จากผู้ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส จำนวน 200 ราย และผู้ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลส จำนวน 200 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลสส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลสส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีอายุ 25-34 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-8 คน ระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน ส่วนใหญ่ มีการจองห้องพักล่วงหน้าก่อนเข้าพัก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางวิมานเพลส ส่วนใหญ่พักห้องพักราคา 501-1,000 บาท มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการโรงแรมปางสะหวันเพลสส่วนใหญ่พักห้องพักราคา 350-500 บาท มากที่สุด ได้รับข้อมูลของโรงแรมจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ และตัดสินใจในการเลือกที่พักเองมากที่สุด

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดภายในห้องพักและบริเวณ โรงแรม เหมือนกัน

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ เหมือนกัน

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถหาโรงแรมได้ง่ายและไปมาสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เหมือนกัน

ด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานบริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเหมาะสมกับการให้บริการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงแรมปางสะหวันเพลส มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก เหมือนกัน

This study aimed to find the comparison of customer satisfaction towards services at Pangviman Place Hotel and Pangsawan Place Hotel in Chiang Mai Province. Population for this study was specified to the group of customers at Pangviman Place Hotel and Pangsawan Place Hotel. The sample group was 400 customers, from 200 customers who checked in at Pangviman Place Hotel and 200 customers who checked in at Pangsawan Place Hotel. The convenient samplings were applied and the instrument used for data collection was the questionnaire. Data analysis was proceeded by applying descriptive statistics for instance frequency, percentage and mean.

The result of the study was found out that most of customers from Pangviman Place Hotel who answered questionnaires are female but most of customers from Pangsawan Place Hotel who answered questionnaires are male. Generally customers who answered questionnaires were mostly aged 25 to 34 years old, they were office workers in private companies, earned 5,000 - 10,000 Baht per month, came from the central part of Thailand. The purpose of traveling to Chiang Mai Province was for vacation and relaxation. They usually traveled as a group of 2-8 persons, stayed 1-2 nights. Most of them reserved the room before check in. Most of customers from Pangviman Place Hotel paid for the room at 501-1,000 Baht but most of customers from Pangsawan Place

Hotel paid for the room at 350-500 Baht. Most of them receive hotel's information by the recommendation of their relatives or friends. Customers usually made their own decision to select the accommodation.

The result of study on customer satisfaction towards services marketing mix factors, in product/service factors was found that customers from Pangviman Place Hotel and Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score were same about the cleanliness in guest room and hotel.

In price factors was found that customers from Pangviman Place Hotel and Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score were same about the value for money.

In place factors was found that customers from Pangviman Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the reservation by internet. While customers from Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the convenience to find the hotel.

In promotion factors was found that customers from Pangviman Place Hotel were satisfy at the moderate level but customers from Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score were same about the printing media advertisement.

In people factors was found that customers from Pangviman Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the hotel staff has good personality and grooming. While customers from Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the hotel staff was cheerful and friendly.

In physical evidence and presentation factors was found that customers from Pangviman Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the elegance and suitable of the staff uniform. While customers from Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was about the equipment and facilities are trendy and enough.

In process factors was found that customers from Pangviman Place Hotel and Pangsawan Place Hotel were satisfy at the high level and the sub-factor that rated at the highest score were same about the speed of check in and check out.