

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์ การเก็บข้อมูลจากสมาชิก จำนวน 120 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์ โดยการแนะนำจากบุคคล/คนรู้จัก และเข้าพักโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์ เป็นครั้งแรก โดยใช้บริการห้องพักมากกว่าบริการอื่น มีระยะเวลาในการพัก 2-4 วัน และส่วนใหญ่วิเศษพักโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์ถ้ามีโอกาสจะกลับมาพักอีก เหตุผลที่จะกลับมาพักเพราะอยู่ในเมืองเดินทางสะดวก ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเชียงใหม่ คือ ติดต่อธุรกิจมากกว่าด้านอื่น

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับแรกด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ ความปลอดภัยทรัพย์สินในห้องพัก ด้านราคา ได้แก่ บริการรับ บัตรเครดิตในการชำระเงิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ได้แก่ สะดวกในการเดินทาง มาพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ลดอัตราค่าห้องพักสำหรับแขกที่เข้าพักประจำ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพกับลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ บรรยากาศ ภายในห้องพัก ด้านกระบวนการ ได้แก่ สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการโรงแรมแพ็คเกจฟีลด์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือทางเดินแสงสว่างไม่เพียงพอ และระบบทำน้ำร้อนอุณหภูมิไม่เหมาะสม และห้องพักแสงสว่างไม่เพียงพอ

This independent study aimed to explore customer satisfaction toward the service of Paddy Field hotel. Data collection was conducted through the distribution of questionnaire to 120 customers. The data was then analyzed by descriptive statistics using for frequency, percentage, and means.

According to the findings, most respondents were single, female whose ages were between 21 – 30 years old. The highest level of education was found in Bachelor's degree. They were mostly employees of companies, and earned 10,001 – 20,000 baht as the average monthly income. Most of them knew about Paddy Field hotel by the recommendation from persons/fellows. At the time they answered the questionnaire, it was their first time to stay at Paddy Field hotel. It was revealed that the most favorite service they took from the hotel was to rent rooms for the period of 2-4 days. Most respondents stated that they would return to stay at this hotel because it was located in the city that helped facilitating them in an aspect of transportation. It was found that they mostly came from the central part of Thailand with the business reason.

Based upon the studying results regarding service marketing mix factors, it was found that in average, respondents rated for their satisfaction at the moderate level towards factors namely place, process, promotion, price, people, produce/service, and physical evidence, respectively.

The first sub-factor of each which rated by the respondents was shown as follows. In product/service factor, they rated for the treasure security inside the room, while the availability of credit card payment came first for the price factor. In place factor, they rated for the convenience of transportation, while the price reduction for regular guests came first for the promotion factor. In people factor, they rated for the polite communication of staff, while the atmosphere inside the room came first for the physical evidence factor. Lastly, in process factor, they rated for the fast services they received.

For problems found by respondents, its overall view was rated at the low level. The first three problems they mentioned were about the rooms and pathway, insufficient light, and the inappropriate water temperature caused by the hot water system.