

A STUDY ON CUSTOMER PERCEIVED SERVICE QUALITY OF ONLINE TRAVEL AGENTS (OTAs): A CASE STUDY OF FOREIGN USERS IN BANGKOK, THAILAND

THIENSIRI THEVEENUGUL 5438698 ICTH/M

M.M. (TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PISUT YUWANOND, Ph.D., VEERADES PANVISAVAS, Ph.D.

ABSTRACT

The internet revolution has brought about significant changes in the way in which travel agencies interact with customers. With the advent of the internet, customers have more power to access products, services and business providers online. In many kinds of businesses, including tourism and hospitality industry, customers can easily search for tourism and hospitality products and services twenty-four hours a day.

The purpose of this study was to find out the level of customers perceived service towards online travel agents website and services from representatives. Moreover, it looked into the potential attributes leading to customer satisfaction with online travel agents websites. The research framework considered seven dimensions of E-SERVQUAL consisting of efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact (Zeithaml et al, 2000). This study used this concept as a framework of the study. Data collection was based upon convenience sampling method, while target population was non-Thai nationalities who live in Bangkok, Thailand. This research found out customers perceived online travel agents' service well, although, there were two main areas that companies should pay more attention to. These were supporting services and complimentary services because they play major roles in customer satisfaction.

KEY WORDS: CUSTOMER PERCEIVED SERVICE QUALITY/ SERVICE QUALITY/
E-SERVQUAL/ ONLINE TRAVEL AGENTS

90 pages

การรับรู้คุณภาพในการให้บริการของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางอิเล็กทรอนิกส์
กรณีศึกษาผู้ใช้งานชาวต่างชาติที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

A STUDY ON CUSTOMER PERCEIVED SERVICE QUALITY OF ONLINE TRAVEL
AGENTS (OTAs): A CASE STUDY OF FOREIGN USERS IN BANGKOK, THAILAND

เชียรสิริ เทวีบุญกุล 5438698 ICTH/M

กจ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: พิสุทธิ ยูวานนท์, Ph.D., วีระเดช พันธุ์วิสาส, Ph.D.

บทคัดย่อ

การพัฒนาและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
อย่างเห็นได้ชัดถึงวิธีการที่องค์กรธุรกิจต่างๆ สื่อสารกับผู้ใช้บริการและลูกค้า โดยผู้ใช้บริการสามารถ
เข้าถึงสินค้าและบริการขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในธุรกิจหลายประเภท
รวมทั้งธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและการบริการ ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์และบริการการ
ท่องเที่ยวได้โดยสะดวก

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของตัวแทนจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางอิเล็กทรอนิกส์และเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า รายงานนี้ยังค้นหาประเด็นที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Zeithaml (2000) เป็นกรอบในการค้นหาข้อมูล โดย
ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ความมีประสิทธิภาพ, ความ
น่าเชื่อถือ, การบรรลุเป้าหมาย หรือ ความสมปรารถนา, ความเป็นส่วนตัว, การตอบสนองต่อผู้รับบริการ,
การชัดเจน และการติดต่อสื่อสาร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก ผู้เข้าร่วมวิจัยคือ
ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย จากการศึกษา พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยรับรู้ถึงคุณภาพใน
ระดับที่ดี โดยมีบางประเด็นที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุง คือการให้บริการในการดูแลลูกค้า ทั้งนี้เพื่อ
ความพึงพอใจของลูกค้า

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ/ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ/ E-SERVQUAL/ ตัวแทนจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางอิเล็กทรอนิกส์