

อภิญา ฉัตรนรเศรษฐ 2553: ความพึงพอใจที่มีผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย กรณีศึกษาคุณภาพบริการของศูนย์การค้าเขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรณวณิชย์, พ.บ. 169 หน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการคุณภาพบริการของผู้จัดการศูนย์การค้า 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย 3) ศึกษาเจตนาเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย 4) ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม และ 5) ศึกษาถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสืบค้นและวิธีวิจัยเชิงพรรณนา โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกและเก็บแบบสอบถามจำนวน 403 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย 5 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เกาหลี จีน และสิงคโปร์ ที่ซื้อสินค้าจากศูนย์การค้าที่ตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยเรื่องการจัดการคุณภาพบริการ พบว่า ผู้จัดการศูนย์การค้าให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพมากกว่าด้านอื่นๆ และยังให้ความสำคัญในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านนโยบายด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-44 ปี อาชีพผู้ปฏิบัติงานธุรกิจและนักธุรกิจการค้า มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า/รองเท้า และซื้อสินค้าเพื่อให้ตัวเอง ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพบริการของศูนย์การค้าโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจบ้าง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพและด้านนโยบาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจบ้าง สำหรับด้านความเชื่อถือได้ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านการแก้ปัญหา อยู่ในระดับเฉยๆ ผลการวิจัยเรื่องเจตนาเชิงพฤติกรรม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความเป็นไปได้ของพฤติกรรมการบอกต่ออยู่ในระดับเป็นไปได้มาก มีระดับความเป็นไปได้ของพฤติกรรมความตั้งใจที่จะซื้อและความอ่อนไหวต่อราคาอยู่ในระดับเป็นไปได้ปานกลาง และมีระดับความเป็นไปได้ของพฤติกรรมการร้องเรียนอยู่ในระดับเป็นไปได้น้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มพึงพอใจและเฉย ๆ มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อและความตั้งใจที่จะซื้อสูงกว่ากลุ่มที่ไม่พึงพอใจและ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่พึงพอใจ มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดความอ่อนไหวต่อราคาเกิดพฤติกรรมการร้องเรียนมากกว่ากลุ่มอื่น ถิ่นที่อาศัยของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการแก้ปัญหา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ชาวจีน และชาวมาเลเซีย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) ควรออกข้อกำหนดเรื่องการคืนและการเปลี่ยนสินค้าให้มีความชัดเจน 2) ควรจัดการกิจกรรมลดราคาสินค้าเป็นระยะ 3) ควรจัดให้มีช่องทางกรร้องเรียนมากกว่าหนึ่งช่องทาง

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Apinya Chatnoraset 2010: Satisfaction Affecting Behavioral Intentions of Asian Tourists: A Case Study of Service Quality of Bangkok Shopping Mall. Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Interdisciplinary Graduate Program. Thesis Advisor: Associate Professor Yupawan Vannavanit, M.B.A. 169 pages.

The objectives of this research are 1) to study the shopping malls managers' service quality management 2) to study the satisfaction of Asian tourists 3) to study the behavioral intentions of Asian tourists 4) to study the level of satisfaction affecting behavioral intentions and 5) to study country of residence affecting the level of satisfaction. Research methodology applied in this study is exploratory research and descriptive research by personal depth interview and 403 questionnaires from samples that are Asian tourists from five countries: Japan, Malaysia, Korea, China and Singapore, who shopped from shopping malls in Bangkok. The data analysis employed descriptive and inferential statistics; the level of significance is at 0.05.

The result on managers' service quality management found that shopping malls managers focus more on the physical aspect than other dimensions and also focus on the personal interaction and policy. Personal data of tourists, The majority of females aged 25-44 years, Business operators and business trader, leisure is the purpose of travel, shop clothing / shoes and shop for themselves. For the levels of tourists satisfaction toward overall service quality of shopping mall were at the level of somewhat satisfied. When separated the dimensions found that the physical aspect and policy were at the level of somewhat satisfied. For reliability, personal interaction and problem solving were at the level of neutral. The result on behavioral intentions found that tourists are intention of word of mouth communications were at the level of very likely, at the level of moderate likely for purchase intention and price sensitivity, at the level of unlikely for complaining behavior. The groups of satisfied and neutral are more likely for word of mouth communications and purchase intentions than a group of unsatisfied that are more likely for price sensitivity and complaining behavior. Country of residence affecting Asian tourists satisfaction toward service quality in shopping mall especially in solving problems for the Chinese, Singaporean. Researcher proposes some recommendations as followings 1) Should have the clearly rule about returning and replacement of the goods. 2) Should be organized periodically discount sales event. 3) Should provide more than one complaint channels.

---

Student's signature

---

Thesis Advisor's signature