50601627: MAJOR: PUBLIC AND POLITICAL MANAGEMENT

KEY WORD: CUSTOMERS' SATISFACTION, FIVE STARS HOTEL, (CRM) CUSTOMER

RELATIONSHIP MANAGEMENT, EXPECTATION DISCOFIRMATION THEORY, ZONE OF TOLERANCE

AJCHARA CHAIRIT: A STUDY OF CUSTOMERS SATISFACTION ON HOTEL SERVICES OF WORA BURA HUA HIN RESORT AND SPA. THESIS ADVISOR: ASST.PROF.SUDHAM RATTANACHOT. 73 pp.

Customers' satisfaction (CS) on service has obsessed in mind for long time. Today's service industry strategy to win CS through hotel service is very important that focuses upon succeeding through service product. Many service companies, especially, five stars hotel chain have high competition with foreign hotel chain in the service industrial, these were the major motivation for the research.

In order to better understanding the customer satisfaction, the customer relationship management (CRM) is applied to use in analyzing the customers' satisfaction on hotel services. This research therefore has been focused on CRM; by using the measurement method of expectation disconfirmation theory and the zone of tolerance.

The research analysis is based on 171 samples which had been randomly drawn from the people who using services of Wora Bura Hua Hin Resort and Spa. The Statistical Package for the Social Science (SPSS) was used to analyze the data: i.e. percentage, frequency, means and standard deviation had been used to describe the data. The hypotheses were tested by One-way ANOVA. And the model of relationships between independent and dependent variables was constructed by the use of Multiple Linear Regression.

As the results, the research found that in general the customers' satisfaction of every aspect was felled in "Excellence". However, these were excepted in aspect of the Wora Spa and recreation. In these two aspects the CS fell in only "Fair". It meant that there were some problems in the services of the Wora Spa and recreation. Especially in the Wora Spa, the test of hypotheses had been found that the differences in age significantly affected the differences in CS on the Wora Spa. It indicated that the younger customers had lower CS than the older ones, Moreover, the differences were found in an aspect of Food and Beverage. In this aspect, the differences in CS were significantly affected by age of customers. It also indicated that the younger had lower CS than the older.

Program of Public and Political Management	Graduate School, Silpakorn University	Academic Year 2010
Student"s signature		
Thesis Advisors"signature 1	2	

50601627 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน

คำสำคัญ: ความพึ่งพอใจของลูกค้า,โรงแรมห้าดาว, การจัดการลูกค้าสัมพันธ์,ทฤษฎีการไม่สอดคล้องกับความ คาดหวัง, แนวคิดของขอบเขตการยอมรับได้

อัจฉรา ชัยฤทธิ์: การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมวรบุระ หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา.อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ. 73 หน้า.

การได้รับบริการที่ดีย่อม เป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการ ปัจจุบันการสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ถือเป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญในการให้บริการ เพื่อสร้าง ผลิตภัณฑ์ และการบริการที่เหนือความ คาดหมาย ให้กับลูกค้า ปัจจุบันนี้ มีองค์กรด้านการให้บริการจำนวนมาก โดยเฉพาะโรงแรมในระดับห้าดาว ที่มี เครือข่ายตั้งอยู่ในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มีเจ้าของเป็นชาวต่างชาติ จึงทำให้ได้เปรียบในการ แข่งขัน โดยเฉพาะในเขตอำเภอหัวหิน มีโรงแรมระดับห้าดาวเป็นจำนวนมาก ทำให้โรงแรมวรบุระ หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเพื่อให้โรงแรมวรบุระ หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา สามารถแข่งขันกับโรงแรมระดับห้าดาวอื่น ๆ ในอำเภอ หัวหินได้

เพื่อที่จะทำความเข้าใจในกระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า งานวิจัยชิ้นนี้จึงใช้หลักของ การจัดการลูกค้าส้มพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ในการประเมินความพึงพอใจของ ลูกค้า ใช้ทฤษฎีการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง (Disconfirmation Expectation Theory) และแนวคิดของ ขอบเขตการยอมรับได้ (Zone Of Tolerance) เป็นกรอบแนวความคิดของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจาก การตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 171 ราย การสุ่ม จากลูกค้า ที่มาใช้บริการที่โรงแรมวรบุระหัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ใช้สถิติค่าร้อยละ (Frequency), ค่าความถี่ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานด้วย one-way ANOVA และ สร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ด้วย Multiple Linear Regression.

ผลการวิจัย พบว่า โดยทั่วไประดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ทั้งนี้ ยกเว้น ความพึงพอในต่อ สปา และ นันทนาการ โดยที่ทั้งสองด้านนี้ลูกค้าพึงพอใจในระดับ "พอใช้" ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามี ปัญหาทางด้านสปา และ นันทนาการ และการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความแตกต่างของความพึงพอใจมมีผล ต่อความแตกต่างของอายุของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญ โดยที่ลูกค้าที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจต่ำ และลูกค้าที่อายุมากมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจสูง ส่วนด้านอาหารและเครื่องดื่ม ก็มีผลต่อความพึงพอใจ เช่นกัน โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้า จะแตกต่างไปตามอายุอย่างมีนัยสำคัญ โดยลูกค้าอายุน้อยจะมีความพึงพอใจต่ำ และลูกค้าสูงอายุจะมีความพึงพอใจสูง ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 ประการนี้ สามารถนำไปใช้ในการ พิจารณาปรับปรุงการบริการสปา และ อาหารและเครื่องดื่ม

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร	ปีการศึกษา 2553
ลายมือชื่อนักศึกษา		
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์1	2	.3

ACKNOWLEDGEMENT

At first I would like to thank all those who helped me with their valuable support during my research to accomplish my master thesis.

I would like to extend my sincere thanks to Khun Nolthawat Nuamngam a great boss who give the occasion to learn in Master Degree and thought me the knowledge I was seeking for years and motivated me to achieve a research in the field of customer relationship management.

Grateful thanks to Asst.Prof.Sudham Rattanachot Ph.D., Asso.Prof.Pornchai Theppanya Ph.D. and Ajarn Akom Charoensuk Ph.D. from Faculty of Management Science, Silpakorn University and Muban Chombueng Ratjabhat University whom if without their support and cooperation, this research would have not come to a fruitful end and helped me a lot during questionnaire design and preparation for

data collection which was really a heavy task.

At last but not least I would like to appreciate my parents which I owe a big debt of gratitude to them for their full support during my entire life.