



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการ
ของบริษัททำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาหาข้อมูลในการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม ผู้ดำเนินการ
ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม และหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบคำถาม
ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา และจะถือเป็นความลับ และผู้ดำเนินการศึกษาขอขอบพระคุณใน
ความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

บุญทวี เปเร่รา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกให้ตรงกับความเป็นจริงและความ
คิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการบริษัททำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ 1. ต่ำกว่า 21 ปี 2. 21 - 30 ปี
 3. 31 - 40 ปี 4. 41 - 50 ปี
 5. 51 - 60 ปี 6. ตั้งแต่ 61 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา 1. ไม่ได้ศึกษา 2. ประถมศึกษา
 3. มัธยมศึกษา/ ปวช. 4. อนุปริญญา/ ปวส.
 5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. ไม่ได้ประกอบอาชีพ 2. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 3. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว 6. ค้าขาย
 7. รับจ้าง 8. พนักงานบริษัท
 9. ประกอบอาชีพอิสระ (แพทย์ หนายความ เป็นต้น)
 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ท่านมาจากประเทศ

6. ท่านเคยเดินทางมาจังหวัดเชียงรายมาก่อนหรือไม่

1. ไม่เคย 2. เคย (ครั้งนี้เป็นครั้งที่)

7. ประเภทของการท่องเที่ยวที่ท่านใช้บริการหรือตั้งใจจะมาใช้บริการในจังหวัดเชียงราย

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Adventure | <input type="checkbox"/> 2. Business & Conventions |
| <input type="checkbox"/> 3. Beauty/SPA | <input type="checkbox"/> 4. Gastronomy |
| <input type="checkbox"/> 5. Culture/People/History | <input type="checkbox"/> 6. Shopping |
| <input type="checkbox"/> 7. Nature/Ecotourism | <input type="checkbox"/> 8. Rural/Agriculture |
| <input type="checkbox"/> 9. Sports | <input type="checkbox"/> 10. Leisure/Relaxing |
| <input type="checkbox"/> 11. Religious/Pilgrimage | <input type="checkbox"/> 12. Night Life |
| <input type="checkbox"/> 13. Casino/Gambling | <input type="checkbox"/> 14. Others |

8. ขณะนี้ท่านใช้บริการที่พักกับสถานประกอบการประเภทใด

1. โรงแรม 2. รีสอร์ท
 3. เกสต์เฮ้าส์ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. ในการเดินทางในครั้งนี้ ท่านมาพักค้างแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายจำนวนกี่คืน

1. 1 คืน 2. 2 คืน
 3. 3 คืน 4. 4 คืน
 5. ตั้งแต่ 5 คืน ขึ้นไป

10. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณจากการเดินทาง ในครั้งนี้

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า US\$ 500/ £300 | <input type="checkbox"/> 2. US\$ 500 -US\$ 1,500/ £300- £850 |
| <input type="checkbox"/> 3. US\$ 1,500 -US\$ 2,500/ £850- £1,400 | <input type="checkbox"/> 4. US\$ 2,500/ £1,400 ขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1. ในการเดินทางในครั้งนี ท่านได้ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวหรือไม่

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว (กรุณาทำต่อ ตอนที่ 1) |
| <input type="checkbox"/> 2. ไม่ได้ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว (กรุณาข้ามไปทำ ตอนที่ 2) |

ตอนที่ 1 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางในครั้งนี

1.1 สาเหตุที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางในครั้งนี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย | <input type="checkbox"/> 2. สะดวกสบาย เพราะมีคนจัดการให้ทุกอย่าง |
| <input type="checkbox"/> 3. ความเชื่อถือในชื่อบริษัท | <input type="checkbox"/> 2. เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก |
| <input type="checkbox"/> 5. คนแนะนำ | <input type="checkbox"/> 6. มาเป็นหมู่คณะจึงต้องใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 7. ได้รับส่วนลดพิเศษ | <input type="checkbox"/> 8. ความประทับใจในการบริการ จากประสบการณ์ในอดีต |
| <input type="checkbox"/> 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

1.2 แหล่งข้อมูลที่ท่านทราบเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ได้รับการติดต่อจากตัวแทน | <input type="checkbox"/> 2. ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยเดินทางมาก่อน |
| <input type="checkbox"/> 3. งานแสดงสินค้าจากการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 4. จากโฆษณาทางโทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> 5. จากโฆษณาทางวิทยุ | <input type="checkbox"/> 6. จากโฆษณาทางนิตยสารการท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 7. จากหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 8. จาก Internet และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ |
| <input type="checkbox"/> 9. จากจดหมายตรงถึงท่าน | <input type="checkbox"/> 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

1.3 ท่านคิดว่าท่านจะแนะนำให้ผู้ที่จะเดินทางมาที่นี่ให้ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวนี้ต่อไปหรือไม่

- | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ทำแน่นอน | <input type="checkbox"/> 2. อาจจะทำ | <input type="checkbox"/> 3. ไม่แน่ใจ | <input type="checkbox"/> 4. อาจจะไม่ทำ | <input type="checkbox"/> 5. ไม่ทำแน่นอน |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|---|

1.4 ในอนาคต ถ้าท่านกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอีก ท่านจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางหรือไม่ (ถ้าท่านตอบ ทำแน่นอน หรือ อาจจะทำ ในข้อนี้ ขอให้ท่านทำต่อข้อ 1.5)

- | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ทำแน่นอน | <input type="checkbox"/> 2. อาจจะทำ | <input type="checkbox"/> 3. ไม่แน่ใจ | <input type="checkbox"/> 4. อาจจะไม่ทำ | <input type="checkbox"/> 5. ไม่ทำแน่นอน |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|---|

1.5 เหตุผลที่ทำให้ท่านคาดว่าจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางมาจังหวัดเชียงรายครั้งต่อไป (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มีบริการให้เลือกหลากหลาย | <input type="checkbox"/> 2. มีส่วนลด |
| <input type="checkbox"/> 3. ให้บริการดีและรวดเร็ว | <input type="checkbox"/> 4. มีการรับประกันคุณภาพของการบริการ |
| <input type="checkbox"/> 5. ชื่อเสียงบริษัทเป็นที่รู้จักกันดี | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

(กรุณาข้ามไปทำต่อ ส่วนที่ 3)

ตอนที่ 2 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางในครั้งนี้

2.1 ท่านมีความสนใจที่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางในครั้งนี้อหรือไม่

1. มากที่สุด 2. มาก 3. น้อย 4. น้อยที่สุด 5. ไม่สนใจ

2.2 สาเหตุใดที่ท่านไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางในครั้งนี้

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่จำเป็น สามารถเที่ยวได้ด้วยตัวเอง | <input type="checkbox"/> 2. ต้องการใช้บริการไกด์อิสระ |
| <input type="checkbox"/> 3. ไม่มีข้อมูลของบริษัทนำเที่ยว | <input type="checkbox"/> 4. ไม่สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวได้ |
| <input type="checkbox"/> 5. ค่าใช้จ่ายสูง | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

2.3 ในอนาคต ถ้าท่านกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอีก ท่านจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางหรือไม่

1. ทำแน่นอน 2. อาจจะทำ 3. ไม่แน่ใจ 4. อาจจะไม่ทำ 5. ไม่ทำแน่นอน

2.4 ท่านทราบข้อมูลของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายหรือไม่

1. ไม่ทราบ
2. ทราบจากแหล่งข้อมูล (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ได้รับการติดต่อจากตัวแทน | <input type="checkbox"/> 2. ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยเดินทางมาก่อน |
| <input type="checkbox"/> 3. งานแสดงสินค้าจากการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 4. จากโฆษณาทางโทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> 5. จากโฆษณาทางวิทยุ | <input type="checkbox"/> 6. จากโฆษณาทางนิตยสารการท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 7. จากหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 8. จาก Internet และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ |
| <input type="checkbox"/> 9. จากจดหมายตรงถึงท่าน | <input type="checkbox"/> 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

2.5 ถ้าท่านจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว สื่อดังใดที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ตนเอง | <input type="checkbox"/> 2. คู่สมรส บุตร |
| <input type="checkbox"/> 3. บิดา มารดา ญาติที่นั้ง | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาพพจน์ของบริษัทนำเที่ยว | <input type="checkbox"/> 6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> 7. โปรแกรมชั้นต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1. ปัจจัยใดที่มีผลทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) | <input type="checkbox"/> 2. ด้านราคา (Price) |
| <input type="checkbox"/> 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | <input type="checkbox"/> 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) |
| <input type="checkbox"/> 5. บุคลากร (People) | <input type="checkbox"/> 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) |
| <input type="checkbox"/> 7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) | |

2. ส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละหัวข้อต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับใด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. มีการให้บริการหลายโปรแกรม					
2. มีการให้บริการที่มีคุณภาพ					
3. ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท					
4. มีการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านราคา (Price)					
1. ราคาในการให้บริการต่ำกว่าสถานประกอบการอื่น ๆ					
2. การรับชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต					
3. การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่าย (รวมทุกอย่าง นำเที่ยว อาหาร ที่พัก)					
4. มีส่วนลดเงินสด					

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. การคิดราคาค่าบริการแบบช่วงราคาตามจำนวนลูกค้า					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. มีจำนวนบริษัทสาขามาก ทำให้สะดวกในการใช้บริการ					
2. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกในการติดต่อ					
3. มีตัวแทนในต่างประเทศ สามารถจองผ่านตัวแทนได้					
4. สามารถจองและชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การประชาสัมพันธ์โดยการ ใช้แผ่นพับจากการท่องเที่ยว					
2. การประชาสัมพันธ์โดยการ ใช้จดหมายเชิญชวน / จดหมาย ตรง					
3. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์					
4. การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต					
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว					
6. คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านบุคลากร (People)					
1. พนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง โดยมีทักษะด้านภาษาที่ดี					
2. พนักงานมีความรู้ความชำนาญ					
3. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ					
4. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค					
5. พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
6. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส					
7. พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกายเหมาะสม					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)					
1. บริษัทมีสำนักงานถาวร ใหญ่โต น่าเชื่อถือ					

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ภายในบริษัทมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย สวยงาม และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
3. รถยนต์ที่ใช้ในการนำเที่ยว ใหม่ กว้างขวาง ที่นั่งสะดวกสบาย					
4. ความสะอาดภายในรถยนต์ที่ใช้ในการนำเที่ยว					
5. เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการ หรือด้านคุณภาพ					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ					
2. ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ					
3. มีการบริการน้ำดื่ม และผ้าเย็น ในระหว่างบริการนำเที่ยว					
4. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้					
5. มีการบริการที่สำเร็จในขั้นตอนเดียว					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงระดับปัญหาในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

1. ท่านพบปัญหาในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในแต่ละหัวข้อต่อไปนี้ในระดับใด

ปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. การบริการมีโปรแกรมให้เลือกน้อย					
2. การให้บริการที่ไม่มีคุณภาพ					
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านราคา (Price)					
1. ราคาในการให้บริการสูง					
2. ไม่มีการรับชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต					
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. สาขาของบริษัทมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ ไม่สะดวกในการติดต่อ					
2. ไม่สามารถจองและชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้					
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท					
2. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต มีจำนวนน้อย					
3. ขาดการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านบุคลากร (People)					
1. พนักงานให้คำแนะนำไม่ชัดเจน ขาดทักษะด้านภาษา					
2. พนักงานขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่พร้อม และไม่เต็มใจที่จะให้บริการ					
3. พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี และการแต่งกายไม่เหมาะสม					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)					
1. ไม่มีที่ตั้งสำนักงานถาวร ไม่น่าเชื่อถือ					
2. ภายในบริษัทมีบรรยากาศไม่ดี ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย					
3. รถยนต์ที่ใช้ในการนำเที่ยวสกปรก ไม่ปลอดภัย ไม่สะดวกสบาย					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. ความไม่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อ					
2. มีระบบการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ					
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

2. ข้อเสนอแนะ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

--	--	--

Questionnaire

The Service Marketing Mix Factors Affecting European Tourists in the Selection of Tour Operators in Muang District, Chiang Rai Province

This questionnaire is a part of an independent study to fulfill the requirement of the program in Master of Business Administration, Chiang Mai University. The purpose of this questionnaire is to survey the opinion of tourists from European countries in the selection of tour operators in Muang district, Chiang Rai province. The data will be kept confidential, used exclusively for the educational purpose, and can be reach by the limited number of researchers. We strongly hope to have your kind cooperation and we would like to thank you in advance.

Boontawee Pereira

Notes : Please mark ✓ into in front of the statement identical to your opinion

Part 1 General Information

1.1 Gender

1. Male 2. Female

1.2 Age

1. Under 21 2. 21 – 30
 3. 31 – 40 6. 41 – 50
 5. 51 – 60 4. Over 61

1.3 Education

1. None 2. Primary School

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 3. Secondary School | <input type="checkbox"/> 4. Diploma / Technical school |
| <input type="checkbox"/> 5. College or equivalent | <input type="checkbox"/> 6. Post Graduated |

1.4 Profession

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. None | <input type="checkbox"/> 2. Housewife |
| <input type="checkbox"/> 3. Student | <input type="checkbox"/> 4. Government Officer |
| <input type="checkbox"/> 5. Own Business | <input type="checkbox"/> 6. Employee |
| <input type="checkbox"/> 7. Commercial | <input type="checkbox"/> 8. Labor |
| <input type="checkbox"/> 9. Liberal profession (Physician, Lawyer) | |
| <input type="checkbox"/> 10. Other (Please identify.....) | |

1.5 Nationality

1.6 Have you ever been to Chiang Rai before?

- | | |
|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. No | <input type="checkbox"/> 2. Yes (This is my times.) |
|--------------------------------|---|

1.7 What activity you plan to do during staying here?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ADVENTURE | <input type="checkbox"/> BUSINESS & CONVENTIONS |
| <input type="checkbox"/> BEAUTY / SPA | <input type="checkbox"/> GASTRONOMY |
| <input type="checkbox"/> CULTURE/PEOPLE/HISTORY | <input type="checkbox"/> SHOPING |
| <input type="checkbox"/> NATURE / ECOTOURISM | <input type="checkbox"/> RURAL / AGRICULTURE |
| <input type="checkbox"/> SPORT | <input type="checkbox"/> LEISURE / RELAXING |
| <input type="checkbox"/> RELIGIOUS / PILGRIMAGE | <input type="checkbox"/> NIGHT LIFE |
| <input type="checkbox"/> CASINO / GAMBLING | <input type="checkbox"/> OTHER |

1.8 What kind of an accommodation you are using?

1. Hotel 2. Resort
 3. Guest House 4. Other (Please identify.....)

1.9 How many nights you plan to stay in Chiang Rai?

1. 1 night 2. 2 Nights
 3. 3 nights 4. 4 Nights
 5. 5 nights or more

1.10 How much money you have paid for the whole trip?

1. Less than US\$ 500 / £300 2. US\$500-US\$1,500 / £300-£850
 3. US\$1,500-US\$2,500 / £850-£1,400 4. US\$ 2,500 / £1,400 Up

Part 2 Information about the services of tour operators in Muang district, Chiang Rai province.

2.1 Do you use the services of tour operators for this trip?

1. Yes, I do. (Please continue on Section A)
 2. No, I don't. (Please go to Section B)

Section A. For the one who use the services of tour operator for this trip.

2.1.1 What kind of services you received from tour operators?

1. Hotel reservation 2. Transportation ticket buying
 3. Tour booking 4. Rent a car
 5. Other (Please identify.....)

2.1.2 The reason you choose to use tour operators' services for this trip?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Save cost | <input type="checkbox"/> 2. Convenience |
| <input type="checkbox"/> 2. Company reputation | <input type="checkbox"/> 3. First time going abroad |
| <input type="checkbox"/> 4. Friends' suggestion | <input type="checkbox"/> 5. Traveling in a big group |
| <input type="checkbox"/> 6. Special promotion | <input type="checkbox"/> 7. Impression from the past |
| <input type="checkbox"/> 8. Other (Please identify.....) | |

2.1.3 Source of information about the services of Tour Operator?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Sell representative | <input type="checkbox"/> 2. Friends' suggestion |
| <input type="checkbox"/> 3. Tourism trade shows | <input type="checkbox"/> 4. Television |
| <input type="checkbox"/> 5. Radio | <input type="checkbox"/> 6. Advertising in traveling magazines |
| <input type="checkbox"/> 7. Guide Books | <input type="checkbox"/> 8. Direct mail |
| <input type="checkbox"/> 9. Internet or Email | |
| <input type="checkbox"/> 10. Other (Please identify.....) | |

2.1.4 Will you suggest your friends to use the services of Tour Operators if they come to Chiang Rai?

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. Sure, I will. | <input type="checkbox"/> 2. May be. | <input type="checkbox"/> 3. Not sure. |
| <input type="checkbox"/> 4. May be not. | <input type="checkbox"/> 5. Definitely not. | |

2.1.5 If you have a chance to come back to Chiang Rai again in the future, will you use the service of Tour Operators? (If the answer is Sure, I will or May be, Please continue to 2.1.6)

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. Sure, I will. | <input type="checkbox"/> 2. May be. | <input type="checkbox"/> 3. Not sure. |
| <input type="checkbox"/> 4. May be not. | <input type="checkbox"/> 5. Definitely not. | |

2.1.6 What makes you feel like to use the services of Tour Operators for your trip in the future?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Variety of services | <input type="checkbox"/> 2. Reasonable prices |
| <input type="checkbox"/> 3. Good service | <input type="checkbox"/> 4. Quality control of service |
| <input type="checkbox"/> 5. Promotion | <input type="checkbox"/> 6. Other (Please identify.....) |

(Please go to Part 3)

Section B. For the one who did not use the services of Tour Operators for this trip.

2.2.1 The reasons you did not use the services of Tour Operators for this trip?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Not necessary | <input type="checkbox"/> 2. Prefer to use freelance guide |
| <input type="checkbox"/> 3. Have no information about Tour Operator | <input type="checkbox"/> 4. Can not find a Tour Operators |
| <input type="checkbox"/> 5. Expensive | <input type="checkbox"/> 6. Other (Please identify.....) |

2.2.2 If you have a chance to come back to Chiang Rai again in the future, will you use the service of Tour Operators?

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. Sure, I will. | <input type="checkbox"/> 2. May be. | <input type="checkbox"/> 3. Not sure. |
| <input type="checkbox"/> 4. May be not. | <input type="checkbox"/> 5. Definitely not. | |

2.2.3 Have you ever get any information about Tour Operators?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. No, I haven't. | |
| <input type="checkbox"/> 2. Yes, I have. I've heard from.....(more than 1 answers are applicable) | |
| <input type="checkbox"/> 1. Sell representative | <input type="checkbox"/> 2. Friends' suggestion |
| <input type="checkbox"/> 3. Tourism trade shows | <input type="checkbox"/> 4. Television |
| <input type="checkbox"/> 5. Radio | <input type="checkbox"/> 6. Advertising in traveling magazines |
| <input type="checkbox"/> 7. Guide Books | <input type="checkbox"/> 8. Direct mail |
| <input type="checkbox"/> 9. Internet or Email | <input type="checkbox"/> 10. Other (Please identify.....) |

2.2.4 Who is the most influential person to your decision in using of Tour Operator?

(more than 1 answer is alright)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Myself | <input type="checkbox"/> 2. Spouse |
| <input type="checkbox"/> 3. Family | <input type="checkbox"/> 4. Friends |
| <input type="checkbox"/> 5. Company reputation | <input type="checkbox"/> 6. Advertising |
| <input type="checkbox"/> 7. Promotions | <input type="checkbox"/> 8. Other (Please identify.....) |

Part 3 Service Marketing Mix Factors Affecting European Tourists in the Selection of Tour Operators

3.1 Which one of these factors make you use the services of Tour Operator?

- Product
- Price
- Place
- Promotion
- People
- Physical Evidence & Presentation
- Process

3.2 How important of each factor effect you in a decision of using the services of Tour Operator?

Notes : Please mark ✓ in to the box which refers to the importance of each factor to your decision.

4 = Most Important

3 = Important

2 = Middle important

1 = Less important

0 = Not important

Service Marketing Mix	Level of Importance				
	4	3	2	1	0
(Product)					
1. Variety of programs					
2. Quality of service					
3. Company Reputation					
4. Insurance					
5. Other (Please identify.....)					
(Price)					
1. Lower price than competitors					
2. Credit cards receivable					
3. Full package pricing (All inclusive)					
4. Cash Discount					
5. Pricing by number of people					
6. Other (Please identify.....)					
(Place)					
1. Number of branch office					
2. Location of the office					
3. Have representatives in many countries					
4. Booking via Internet					
5. Other (Please identify.....)					
(Promotion)					
1. Leaflet from TAT					
2. Direct mail					
3. Advertising Via Television, and radio.					
4. Advertising in Internet					
5. Tourism Trade Show					

Service Marketing Mix	Level of Importance				
	4	3	2	1	0
6. Suggestion from friends					
7. Discount					
8. Other (Please identify.....)					
(People)					
1. Good communication skills					
2. Knowledgeable					
3. Reliable					
4. Equality standard of service					
5. Quick response to clients' requirements					
6. Hospitality					
7. Personality					
8. Other (Please identify.....)					
(Physical Evidence & Presentation)					
1. Office Building and its look					
2. Interior decoration					
3. Vehicles' conditions					
4. cleanliness of the vehicles					
5. Awards winning company					
6. Other (Please identify.....)					
(Process) 1. Convenience					
2. Punctuality					
3. Cool water and cold towel service during tours					
4. Consistent work procedures					
5. One stop service					
6. Other (Please identify.....)					

Part 4 Problems and suggestions in using of Tour Operators in Muang district, Chiang Rai Province.

Notes : Please mark ✓ in to the box which refers to the importance of each factor to your decision.

4 = Very important problem

3 = important problem

2 = Normal problem

1 = Less important problem

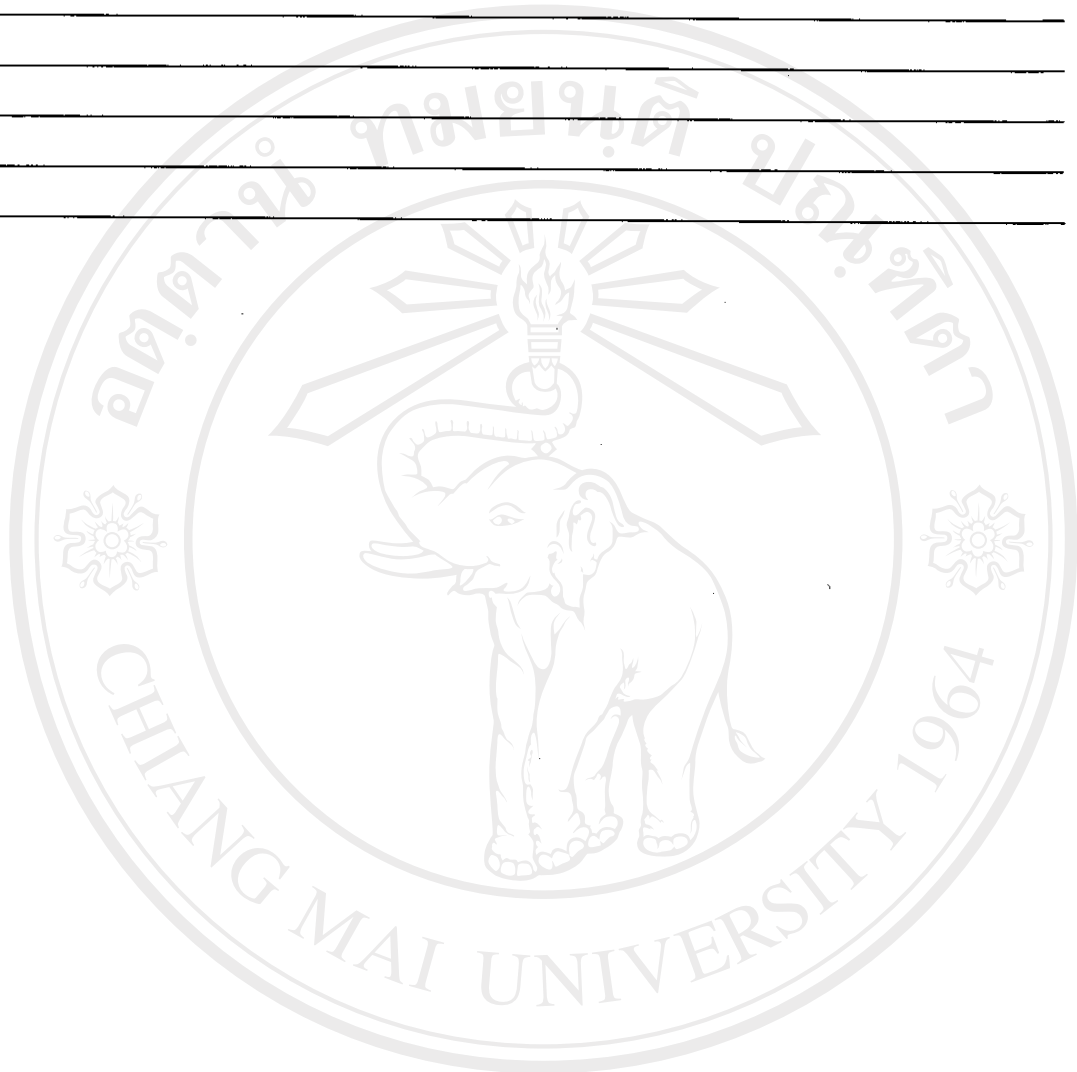
0 = Not important problem

1. How important the problems in each factor you've experienced?

Problems	Problem Level				
	4	3	2	1	0
(Product)					
1. Variety of tour programs					
2. Quality of services					
3. Places to visit are not as good as expected					
4. Other (Please identify.....)					
(Price)					
1. High cost of service					
2. Credit cards not excepted					
3. Expensive for a small number of persons					
4. Other (Please identify.....)					
(Place)					
1. No/not enough Branch offices					
2. Can not book through the Internet					

Problems	Problem Level				
	4	3	2	1	0
3. Other (Please identify.....)					
(Promotion)					
1. Not enough public relation activities					
2. Not enough advertising					
3. Not enough sale promotion					
4. Other (Please identify.....)					
(People)					
1. Bad communication skills					
3. Bad hospitality					
4. Bad personality					
5. Other (Please identify.....)					
(Physical Evidence and Presentation)					
1. Not trustworthy					
2. Poor interior decoration					
3. Vehicles are in bad condition					
4. Other (Please identify.....)					
(Process)					
1. Inconvenience					
2. inconsistency work processes					
3. unpunctuality					
4. Other (Please identify.....)					

2. Suggestion :



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Traduction

□□□

Questionnaire**Facteurs décisifs dans le choix des tours opérateurs des touristes européens dans le District de Chiangrai, Province de Chiangrai.**

Ce questionnaire a été rédigé dans le but de faire des recherches qui me permettront de finir mon mémoire de maîtrise, section commerce de l'Université de Chiangmai.

Je tiens à vous remercier à l'avance de votre aide en bien voulant répondre aux questions suivantes.

Tous les questionnaires présentés resteront anonymes.

Boontavi Perera

.....

Notes: Veuillez, s'il vous plaît, cocher la case correspondant à votre choix ou à vos renseignements personnels.

1ère partie: Renseignements personnels concernant les voyageurs dans le District de Chiangrai, Province de Chiangrai.

1.5 Sexe:

1. Masculin

2. Féminin

1.6 Age:

1. Moins de 21 ans

2. De 21 à 30 ans

3. De 32 à 40 ans

4. De 41 à 50 ans

5. De 51 à 60 ans

6. Plus de 61 ans

1.7 Niveau d'études:

1. Aucun

2. Collège

3. Lycée/ lycée technique

4. Deug

5. Licence ou équivalent

6. Supérieur à la maîtrise

1.8 Profession:

1. Sans profession

2. Père/mère au foyer

3. Ecolier/étudiant

4. Fonctionnaire

5. Profession indépendante

6. Employé

7. Commercial

8. Ouvrier

9. Profession libérale (médecin, avocat, etc...)

10. Autre (préciser).....

1.5 Nationalité:

1.6 Avez-vous déjà voyagé dans la Province de Chiangrai auparavant ?

1. Non 2. Oui (.....ème fois)

1.7 Quelles sont vos principales occupations lors de vos voyages ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Aventure | <input type="checkbox"/> Affaires et conférences |
| <input type="checkbox"/> Soins esthétiques / établissements thermals | <input type="checkbox"/> Gastronomie |
| <input type="checkbox"/> Culture | <input type="checkbox"/> Achats |
| <input type="checkbox"/> Nature / éco-tourisme | <input type="checkbox"/> Milieu rural / agriculture |
| <input type="checkbox"/> Sport | <input type="checkbox"/> Loisirs / détente |
| <input type="checkbox"/> Religion / pèlerinage | <input type="checkbox"/> Vie nocturne |
| <input type="checkbox"/> Casinos / jeux d'argent | <input type="checkbox"/> Autre(s) Préciser. |

1.8 Dans quelle catégorie d'établissement hôtelier restez-vous ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Hôtel | <input type="checkbox"/> 2. Resort / complexe hôtelier |
| <input type="checkbox"/> 3. Pension de famille / Guest House | <input type="checkbox"/> 4. Autre (préciser)..... |

1.9 Pendant votre voyage, combien de temps resterez-vous à Chiangrai ?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 nuit | <input type="checkbox"/> 2. 2 nuits |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 nuits | <input type="checkbox"/> 4. 4 nuits |
| <input type="checkbox"/> 4. Plus de 5 nuits | |

1.10 Quel est le budget approximatif consacré à votre séjour à Chiangrai ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Moins de 420 Euros | <input type="checkbox"/> 2. Entre 420 et 1260 Euros |
| <input type="checkbox"/> 3. Entre 1260 et 2100 Euros | <input type="checkbox"/> 4. Plus de 2100 Euros |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2ème partie: Renseignements concernant les Tours-opérateurs du District de Chiangrai, Province de Chiangrai.

2.1 Lors de votre séjour à Chiangrai, êtes-vous passé(e) par un tour-opérateur ?

1. Si oui, veuillez, s'il vous plaît, répondre aux questions de la partie A
 2. Si non, veuillez, s'il vous plaît, répondre aux questions de la partie B

Partie A: consacrée aux personnes utilisant ou ayant utilisé les services d'un tour-opérateur.

2.A.1. Dans quel but avez-vous contacté un tour-opérateur ?

1. Réservation d'une chambre 2. Réservation d'un billet/ticket de transport
 3. Réservation d'un tour 4. Location d'une voiture
 5. Autre(s) Préciser:.....

2.A.2. Pourquoi avez-vous contacté un tour-opérateur ?

1. Pour payer moins cher 2. Pour plus de commodité
 3. Le nom vous a inspiré confiance 4. c'est votre premier séjour à Chiangrai
 5. Cette agence vous a été recommandée 6. Vous êtes en groupe d'où la nécessité
 7. Vous avez eu une réduction 8. Vous avez été satisfait lors de votre dernier séjour
 9. Autre(s) Préciser:

2.A.3. Comment avez-vous connu ce tour-opérateur ?

1. Quelqu'un a contacté le tour-opérateur pour vous
 2. Vous connaissez une personne qui a déjà utilisé les services du tour-opérateur
 3. Expositions / forums touristiques
 4. Publicité à la télévision
 5. Publicité à la radio
 6. Publicité dans un livre de tourisme
 7. Livre de tourisme
 8. Par courrier
 9. Internet et courrier électronique
 10. Autre(s) Préciser:

2.A.4. A l'avenir, pensez-vous recommander le tour-opérateur que vous avez choisi à des personnes susceptibles de venir dans la Province de Chiangrai ?

1. Oui 2. Peut-être 3. Je ne suis pas sûr(e) 4. Je pense que non 5. Non

2.A.5. A l'avenir, si vous revenez à Chiangrai, pensez-vous faire appel à un tour-opérateur ?

1. Oui 2. Peut-être 3. Je ne suis pas sûr(e) 4. Je pense que non 5. Non

(Si vous répondez "oui" ou "peut-être" à cette question, veuillez, s'il vous plaît, répondre à la question 2.A.6.)

2.A.6. Dans le cadre d'un nouveau voyage à Chiangrai, quelles seront d'après vous les raisons pour lesquelles vous ferez appel à ce tour-opérateur ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Différents services intéressants | <input type="checkbox"/> 2. Les prix ne sont pas chers |
| <input type="checkbox"/> 3. Service rapide | <input type="checkbox"/> 4. Garantie de la qualité des services |
| <input type="checkbox"/> 5. Vous avez une réduction | <input type="checkbox"/> 6. Autre(s) Préciser:..... |

Partie B: consacrée aux personnes n'utilisant pas ou n'ayant pas utilisé les services d'un tour-opérateur.

2.B.1. Pourquoi n'êtes-vous pas passé par un tour-opérateur ?

- 1. Aucune nécessité
- 2. Guide privé
- 3. Aucun renseignement concernant les tours-opérateurs
- 4. Impossible de contacter un tour-opérateur
- 5. Prix élevés
- 6. Autre(s) Préciser:.....

2.B.2. A l'avenir, si vous revenez à Chiangrai, utiliserez-vous les services d'un tour-opérateur ?

1. Oui 2. Peut-être 3. Je ne suis pas sûr(e) 4. Je pense que non 5. Non

2.B.3. Avez-vous des renseignements concernant les tours-opérateurs de la Province de Chiangrai ?

- 1. Non
- 2. Oui et comment avez-vous eu ces renseignements (plusieurs réponses possibles)

- 1. Quelqu'un a contacté le tour-opérateur pour vous
- 2. Vous connaissez une personne qui a déjà utilisé les services du tour-opérateur
- 3. Expositions / forums touristiques
- 4. Publicité à la télévision
- 5. Publicité à la radio
- 6. Publicité dans les magazines de tourisme
- 7. Livre de tourisme
- 8. Par courrier
- 9. Internet et courrier électronique
- 10. Autre(s) Préciser:

2.B.4. Si vous passez par un tour-opérateur, qu'est-ce qui influencera votre choix ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Vous même | <input type="checkbox"/> 2. Mari /femme |
| <input type="checkbox"/> 3. Membre de votre famille | <input type="checkbox"/> 4. Ami |
| <input type="checkbox"/> 5. Notoriété de l'agence | <input type="checkbox"/> 6. Publicité |
| <input type="checkbox"/> 7. Offres spéciales | <input type="checkbox"/> 8. Autre(s) Préciser:..... |

3ème partie: Facteurs décisifs dans le choix des tours opérateurs dans le District de Chiangrai, Province de Chiangrai.

3.1 Quels sont les facteurs qui vous ont incité à choisir votre tour-opérateur ?

Indiquez votre ordre de préférence de 1 à 7.

- Les produits
- Les prix
- Le lieu de vente
- La publicité
- Le personnel
- Les biens matériels et la présentation
- Le service

3.2 Quels sont les points importants dans le choix d'un tour opérateur

Notes: Cochez la case correspondant à votre opinion

- 4 = très important
- 3 = important
- 2 = moyennement important
- 1 = peu important
- 0 = pas du tout important

Points importants concernant le choix d'un tour opérateur	Niveau d'importance				
	4	3	2	1	0
Les produits					
1. Grand choix de programmes					
2. Service de qualité					
3. Notoriété de l'agence					
4. Assurance (vol, perte, accident, etc...)					
5. Autre(s) Préciser:.....					
Les prix					
1. Des prix moins chers qu'ailleurs					
2. Possibilité de paiement par carte de credit					
3. Tout est compris (tour, nourriture, hébergement)					
4. Réductions					
5. Prix en fonction du nombre de clients					
6. Autre(s) Préciser:.....					
Lieu de vente					
1. Grand nombre de branches, contact facile					
2. Centre ville					
3. Représentants à l'étranger					
4. Possibilité de Réserver et payer par internet					
5. Autre(s) Préciser:.....					
7. Réduction pour les clients habituels					
8. Autre(s) Préciser:.....					

Points importants concernant le choix d'un tour opérateur	Niveau d'importance				
	4	3	2	1	0
Publicité					
1. Publicité (brochures)					
2. Publicité (courrier)					
3. Publicité (télévision, radio, journaux)					
4. Publicité sur internet					
5. Expositions, forums touristiques					
6. Tour-opérateur recommandé par une tierce personne					
Le personnel					
1. Personnel compétent (sites, langues)					
2. Personnel qualifié					
3. Personnel de confiance					
4. Service égal pour tous les clients					
5. Efficacité du personnel en cas de problème					
6. Comportement / caractère du personnel					
7. Personnalité / tenue vestimentaire					
8. Autre(s) Préciser:.....					
Biens matériels et présentation					
1. Local permanent, grand, respectable					
2. Atmosphère agréable, aménagement moderne, bien ordonné, joli					
3. Véhicules neufs, confortables					
4. Véhicules propres					
5. L'entreprise a reçu des récompenses, des prix pour ses services irréprochables et de qualité					
6. Autre(s) Préciser:.....					
Service					
1. Entreprise facile à contacter					
2. Ponctualité					
3. Boissons et serviettes rafraîchissantes offertes pendant les tours					
4. Travail irréprochable, juste et respectable					
5. Services centralisés					
6. Autre(s) Préciser:.....					

4ème partie: problèmes rencontrés dans les tours-opérateurs de la ville de Chiangrai, Province de Chiangrai:

A. Quels problèmes avez-vous eu ? Veuillez remplir, s'il vous plaît, le tableau ci-dessous.

Notes: Cochez la case correspondant à votre niveau

- 4 = énormément de problèmes 3 = beaucoup de problèmes
2 = quelques problèmes 1 = très peu de problèmes
0 = aucun problème

Problèmes	Niveau				
	4	3	2	1	0
Les produits					
1. peu de choix concernant les programmes					
2. Aucun service de qualité					
3. Sites touristiques inintéressants et ne correspondent pas à vos attentes					
4. Autre(s) Préciser:.....					
Les prix					
1. Des prix élevés					
2. impossibilité de payer par carte de crédit					
3. Prix en fonction du nombre de clients (peu de clients, prix élevés)					
4. Autre(s) Préciser:.....					
Lieu de vente					
1. Peu de branches, contact difficile					
2. Impossibilité de réserver et payer par internet					
3. Autre(s) Préciser:.....					
Publicité					
1. Peu de publicité, les clients ne peuvent se faire une idée des sites à visiter					
2. Peu de publicité (télévision, radio, journaux, internet)					
3. Aucune persuasion d'être privilégié(e)					
4. Autre(s) Préciser:.....					
Le personnel					
1. Personnel incompetent (sites, langues)					
2. Personnel inhumain, pas prêt à rendre service					
3. Personnel sans personnalité, tenue vestimentaire inappropriée					
4. Autre(s) Préciser:.....					
Présentation de l'entreprise					
1. Personnel irrespectueux et inspire peu confiance					
2. Lieu de travail désordonné, atmosphère tendue					
3. Véhicules sales, peu confortables et non sécurisés					
4. Autre(s) Préciser:.....					
Service					
1. Entreprise difficile à contacter					
2. Travail incorrect, manières irrespectueuses					
3. Autre(s) Préciser:.....					

2. Vos remarques:

.....
.....
.....
.....
.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายบุญทวี เประว่า	
วัน เดือน ปี เกิด	20 สิงหาคม 2517	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย โรงเรียนมงฟอร์ต วิทยาลัย เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2539	
ทุนการศึกษา	ทุนนักศึกษาวิจัยกองทุน AIEJ ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการญี่ปุ่น มหาวิทยาลัย MIE ประเทศญี่ปุ่น 2540-2541	
ประสบการณ์	พ.ศ. 2541-2543	วิศวกรโครงการ
	พ.ศ. 2544-ปัจจุบัน	หจก.เชียงใหม่ดีสคัฟเวอร์รี่ทัวร์ส (1988)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved