



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

รายชื่อโรงแรมที่เปิดให้บริการสำหรับพนักงานขายทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนโรงแรมมากที่สุดในเขตภาคเหนือ โดยมีโรงแรมทั้งสิ้น 536 โรงแรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2553) โดยเปิดให้บริการนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางทั่วไป แต่เนื่องจากปัจจุบันเกิดปัญหาด้านอุปทานส่วนเกินขึ้นคือ มีจำนวนโรงแรมมากกว่าปริมาณความต้องการในการใช้บริการดังนั้น จึงทำให้เจ้าของธุรกิจโรงแรมได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดหันมาให้ความสนใจกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ที่มีการเดินทางเป็นประจำ นั่นก็คือ กลุ่มของพนักงานขาย และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีโรงแรมที่เปิดให้บริการสำหรับกลุ่มดังกล่าวอยู่เป็นจำนวนมาก อาทิเช่น

- 1) โรงแรมนิเวเอเชีย
- 2) โรงแรมเชียงใหม่เซลล์
- 3) โรงแรมบี1 (B1)
- 4) โรงแรมกระแสน้ำเรสซิเดนซ์
- 5) โรงแรมบี2 (B2)
- 6) โรงแรมคุ้มดำนาน
- 7) โรงแรมไฮเวย์ (High Way)
- 8) โรงแรมแฟมมีลี (Family)
- 9) โรงแรมปางสะพานเพลส
- 10) โรงแรมมิตรเซลล์
- 11) โรงแรมนิวมิตรภาพ
- 12) โรงแรมบ้านอ้ายหล้า
- 13) โรงแรมเชียงใหม่ฟลอรา
- 14) โรงแรมทาวน์ อินน์
- 15) โรงแรมนพเกล้าเพลส

ซึ่งทั้ง 15 โรงแรมที่กล่าวมาข้างต้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งของโรงแรมที่เปิดให้บริการ

กับกลุ่มพนักงานขาย และเป็น 15 โรงแรมที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของกลุ่มพนักงานขายเป็นอย่างดี (สัมภาษณ์คุณจักริน ยาสมุทร ผู้จัดการโรงแรมเชียงใหม่เซลล์)

ภาคผนวก ข

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ
โรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้ หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบ
พระคุณมา ณ โอกาสนี้

วิจิตร ชัยพฤษ์เจริญ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / (ถูก) หน้าข้อความที่ท่านเลือก

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () ต่ำกว่า 20 ปี

2. () 20 – 30 ปี

3. () 31 – 40 ปี

4. () 41 – 50 ปี

5. () 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. () โสด

2. () สมรส

3. () หม้าย / หย่าร้าง

4. การศึกษาขั้นสูงสุด

1. () ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

2. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า/ ปวช.

3. () ปวส. หรือ อนุปริญญา

4. () ปริญญาตรี

5. () ปริญญาโท

6. () ปริญญาเอก

10. ราคาห้องพักโดยเฉลี่ยต่อคืน

1. () ไม่เกิน 300 บาทต่อคืน
2. () 300 – 500 บาทต่อคืน
3. () 501 – 700 บาทต่อคืน
4. () มากกว่า 700 บาทต่อคืน (โปรดระบุ

11. ท่านเข้าพักที่โรงแรมใดในจังหวัดเชียงใหม่**บ่อยที่สุด** (โปรดระบุ.....)

12. เหตุผลใดที่ท่านเลือกพักโรงแรมในข้อ 11 ข้างต้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ชื่อเสียงโรงแรมเป็นที่รู้จัก
2. () เป็นโรงแรมที่คุ้นเคยรู้จักกับเจ้าของหรือพนักงาน
3. () เพื่อนพนักงานชายพักอยู่มาก
4. () มีความรู้สึกว่านอนหลับสบาย
5. () ห้องพักหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องสะอาด
6. () มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆดี
7. () คุณภาพเหมาะสมกับความต้องการ
8. () มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
9. () มีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ
10. () ราคาไม่แพง
11. () เบิกค่าใช้จ่ายได้เต็ม
12. () ใกล้แหล่งชุมชน
13. () เดินทางสะดวก
14. () มีโปรโมชั่นน่าสนใจ
15. () มีระบบอินเทอร์เน็ต
16. () มีบริการกาแฟในห้องพักและอาหารเช้าฟรี
17. () อื่นๆ โปรดระบุ

13. ถ้าท่านต้องการใช้บริการโรงแรมในครั้งต่อไป ท่านจะตัดสินใจเลือกอย่างไร

1. () พักโรงแรมเดิมเป็นประจำ โดยทำการจองล่วงหน้าก่อนเข้าพัก
2. () พักโรงแรมไหนก็ได้ที่เคยพัก ถ้ามีห้องว่าง
3. () ชอบเปลี่ยนโรงแรมไปเรื่อยๆ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ
4. () อื่นๆ โปรดระบุ

14. ท่านได้ข้อมูล หรือรู้จัก โรงแรมที่ท่านมาใช้บริการจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| 1. () ญาติ หรือเพื่อนแนะนำ | 2. () อินเทอร์เน็ต |
| 3. () การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | 4. () นิตยสาร |
| 5. () วิทยุ | 6. () ใบปลิว แผ่นพับ |
| 7. () อื่นๆ โปรดระบุ | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้
บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย X ทับช่องระดับที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกโรงแรม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. โรงแรมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
2. ขนาดของห้องพักกว้างขวาง					
3. ความสะอาดของห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอน หมอน ผ้าห่ม สะอาด					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นมีโทรทัศน์ โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น					
5. มีของใช้ในห้องพัก เช่น แปรงสีฟัน ไดรฟ์เป่าผม หมวก คลุมอาบน้ำ ฯลฯ					
6. มี UBC หรือ Cable TV					
7. มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการฟรี					
8. มีบริการกาแฟในห้องพักและอาหารเช้าฟรี					
9. มีระบบป้องกันอัคคีภัยเห็นได้เด่นชัด					
10. มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชม เช่น รปภ. บริเวณทางเข้า ในอาคาร หรือที่จอดรถ					
11. โรงแรมมีลิฟต์อำนวยความสะดวก					
12. มีสิ่งอำนวยความสะดวกนอกห้องพัก เช่น สระว่ายน้ำ ซักรีด ห้องออกกำลังกาย ห้องอาหารและห้องคารา โอเกะ เป็นต้น					
13. มีการออกแบบตกแต่งภายในห้องพักสวยงาม					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
1. ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. มีอัตราค่าบริการห้องพักต่ำกว่าโรงแรมทั่วไป					
3. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
4. มีเอกสารแสดงราคาห้องพักและค่าบริการต่างๆอย่างละเอียด					
5. ไม่มีกรขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด					
6. ราคาค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความเหมาะสม เช่น ห้องออกกำลังกายและอินเทอร์เน็ตเป็นต้น					
7. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้					
8. สามารถขอเอกสารทางการเงิน เช่น บิลเงินสดเพื่อนำไปเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทได้					
9. คิรราคาห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ถูกต้อง					
ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)					
1. มีบริการจองห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
2. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้าถึง					
3. โรงแรมอยู่ติดถนนใหญ่					
4. ทางเข้าโรงแรมสะดวกสบายไม่เปลี่ยว ไม่น่ากลัว					
5. สามารถเห็นโรงแรมได้เด่นชัด					
6. สภาพแวดล้อมรอบๆ โรงแรมไม่อยู่ในชุมชนที่แออัด					
7. ทำเลที่ตั้งใกล้ศูนย์การค้า และแหล่งธุรกิจ					
8. มีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ					
9. มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของโรงแรม					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. มีการโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต					
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสารการท่องเที่ยว					
3. มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)					
4. มีเอกสารแผ่นพับแนะนำเกี่ยวกับโรงแรม เช่น ราคาห้องพัก รูปแบบห้องพัก แผนที่ เป็นต้น					
5. มีโครงการสมัครสมาชิกเพื่อรับข่าวสารผ่านทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือ อีเมล (E-mail) เป็นต้น					
6. มีการสะสมแต้มแลกรับของรางวัลหรือได้ราคาพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งต่อไป หรือ เข้าพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน เป็นต้น					
7. มีการให้ส่วนลดเมื่อทำการจองห้องพักล่วงหน้า					
8. มีการให้ส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน					
9. มีการปรับลดราคาลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)					
10. ลดราคาห้องพักได้เมื่อแสดงตนเป็นพนักงานขาย					
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)					
1. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม					
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี					
3. พนักงานมีทักษะในการสื่อสารดี					
4. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ					
5. พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
6. พนักงานเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี					
7. พนักงานสามารถให้บริการ และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจลูกค้า					
8. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. การจองห้องพักจากช่องทาง การจองที่เลือกมีความรวดเร็วและถูกต้อง					
2. มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก					
3. การดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนของการเข้าพัก					
4. มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเดินทางเข้ามาถึง เช่น มีบริการน้ำดื่ม หรือ ผ้าเย็น เป็นต้น					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
5. การเช็คอิน (Check in) และการเช็คเอาท์ (Check Out) มีความรวดเร็วและถูกต้อง					
6. สามารถยืดหยุ่นในการคืนห้องพัก (Check out) สายๆ หรือบ่ายๆได้					
7. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามรายละเอียดห้องพักจากพนักงานประจำโรงแรม (Front Office)					
8. การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ด้วยความรวดเร็ว					
9. ความสะดวกสบายในการให้บริการของพนักงานยกกระเป๋า (Bell Boy) มีความรวดเร็ว					
10. เวลาเปิด-ปิด ของห้องอาหารสะดวกในการใช้บริการ					
11. การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับส่งอาหาร และเครื่องคัมถึงห้องพัก มีความรวดเร็วและถูกต้อง					
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1. ด้านหน้าโรงแรมมีป้ายชื่อโรงแรมมองเห็นได้เด่นชัด					
2. การตกแต่งพื้นที่หน้าโรงแรมสวยงาม					
3. สภาพตึกดูใหม่ ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี					
4. แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวก					
5. ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม					
6. บรรยากาศในห้องพัคดีไม่มีกลิ่นเหม็นอับ					
7. การดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคารโรงแรม					
8. มีสนามหญ้าสวนหย่อม เพื่อการผ่อนคลาย					
9. การจัดการที่จอดรถเป็นระเบียบ เรียบร้อย					
10. มีการจัดโซนพื้นที่การเข้าพักในโรงแรมอย่างเหมาะสม					
11. มีเพลงบรรเลงฟังสบายๆบริเวณล็อบบี้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)					
12. มีอุปกรณ์การเขียนอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น ดินสอ กระดาษ ของจดหมาย					
13. สบู่ แชมพู มีคุณภาพ					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าพนักงานขายในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย / (ถูก) ทับช่องที่ท่านพบปัญหาในการใช้บริการโรงแรม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ขนาดของห้องพักคับแคบ
- 2. ห้องพักรวมถึงชุดเครื่องนอนหมอน ผ้าห่ม ไม่สะอาด
- 3. ไม่มีของใช้ในห้องพักเช่นแปรงสีฟัน ไม้เรียวแปรงหวัดคลุมอาบน้ำ ฯลฯ
- 4. ไม่มี UBC หรือ Cable TV
- 5. ไม่มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการ
- 6. ไม่มีบริการกาแฟในห้องพักหรือบริการอาหารเช้าฟรี
- 7. ระบบรักษาความปลอดภัยไม่ดี
- 8. โรงแรมไม่มีลิฟต์อำนวยความสะดวก
- 9. ไม่มีสระว่ายน้ำ
- 10. ไม่มีบริการซักอบรีด
- 11. จำนวนห้องพักมีน้อยมักเต็มบ่อย
- 12. ห้องอาหารมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- 13. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านราคา (Price) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ห้องพักราคาสูง
- 2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีราคาสูง
- 3. ไม่รับชำระบัตรเครดิต
- 4. ไม่แสดงราคาห้องพักที่ชัดเจน

ปัญหาด้านราคา (Price) - ต่อ - (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 5. ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ค่าบริการซักอบรีด ห้องออกกำลังกายและอินเทอร์เน็ต ราคาสูง
- () 6. มีการขึ้นราคาห้องพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด
- () 7. คิรราคาห้องพักไม่ถูกต้อง ไม่ตรงกับความเป็นจริงบ่อยครั้ง
- () 8. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (Place) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่รับจองห้องพักทางโทรศัพท์
- () 2. ไม่รับจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต
- () 3. การเดินทางมาโรงแรมไม่สะดวก ถนนทางเข้าลำบาก
- () 4. ที่ตั้งของโรงแรมไม่ติดถนนใหญ่
- () 5. ทางเข้าโรงแรมเปลี่ยว และน่ากลัว
- () 6. โรงแรมเห็นไม่เด่นชัด หายาก
- () 7. โรงแรมตั้งอยู่ในชุมชนแออัด
- () 8. ที่จอดรถคับแคบและไม่เพียงพอ
- () 9. โรงแรมไม่อยู่ใกล้ศูนย์การค้าและย่านธุรกิจ
- () 10. โรงแรมไม่มีเว็บไซต์ (Web site)
- () 11. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร หนังสือพิมพ์
- () 2. ไม่มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม
- () 3. โรงแรมขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- () 4. โรงแรมไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ
- () 5. ไม่มีส่วนลดเมื่อเข้าพักหลายวัน
- () 6. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านบุคลากร (People) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. พนักงานมีกริยา วาจา ไม่สุภาพ สื่อสารเข้าใจยาก
- 2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่น่าเชื่อถือ ไม่น่าไว้วางใจ
- 3. พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า
- 4. พนักงานบริการลูกค้าทุกคนไม่เท่าเทียมกัน
- 5. พนักงานตอบปัญหาไม่ชัดเจน
- 6. พนักงานให้บริการล่าช้าทำให้ลูกค้ารอนาน
- 7. พนักงานแต่งกายและมีบุคลิกภาพไม่ดี
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (Process) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. มีความยุ่งยากและล่าช้าในการติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ
- 2. การเช็คอิน (Check in) และเช็คเอาท์ (Check out) ล่าช้าทำให้ลูกค้ารอนาน
- 3. การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ที่ล่าช้าไม่ทันใจ
- 4. เวลาเปิด-ปิดของบริการต่างๆ ไม่เหมาะสม เช่น ห้องอาหาร ซักอบรีด สระว่ายน้ำ และห้องคาราโอเกะ เป็นต้น
- 5. ไม่มีการจัดเตรียมห้องพักให้พร้อมก่อนให้บริการ
- 6. การคืนห้องพัก (Check out) ตรงเวลา ไม่ยืดหยุ่นให้กับลูกค้า
- 7. อื่นๆ โปรดระบุ

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ด้านหน้าโรงแรมไม่มีป้ายชื่อโรงแรมให้เห็นเด่นชัด
- 2. แผนกต้อนรับส่วนหน้าไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวก
- 3. สภาพตึกดูเก่า ไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร
- 4. บรรยากาศในห้องพักมีกลิ่นเหม็นอับ ไม่สดชื่น
- 5. การตกแต่งพื้นที่หน้าโรงแรมไม่สวยไม่มีพื้นที่พักผ่อนเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี
- 6. ภายในโรงแรมมีบรรยากาศที่ไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่สะอาด และไม่สวยงาม
- 7. การจัดการที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

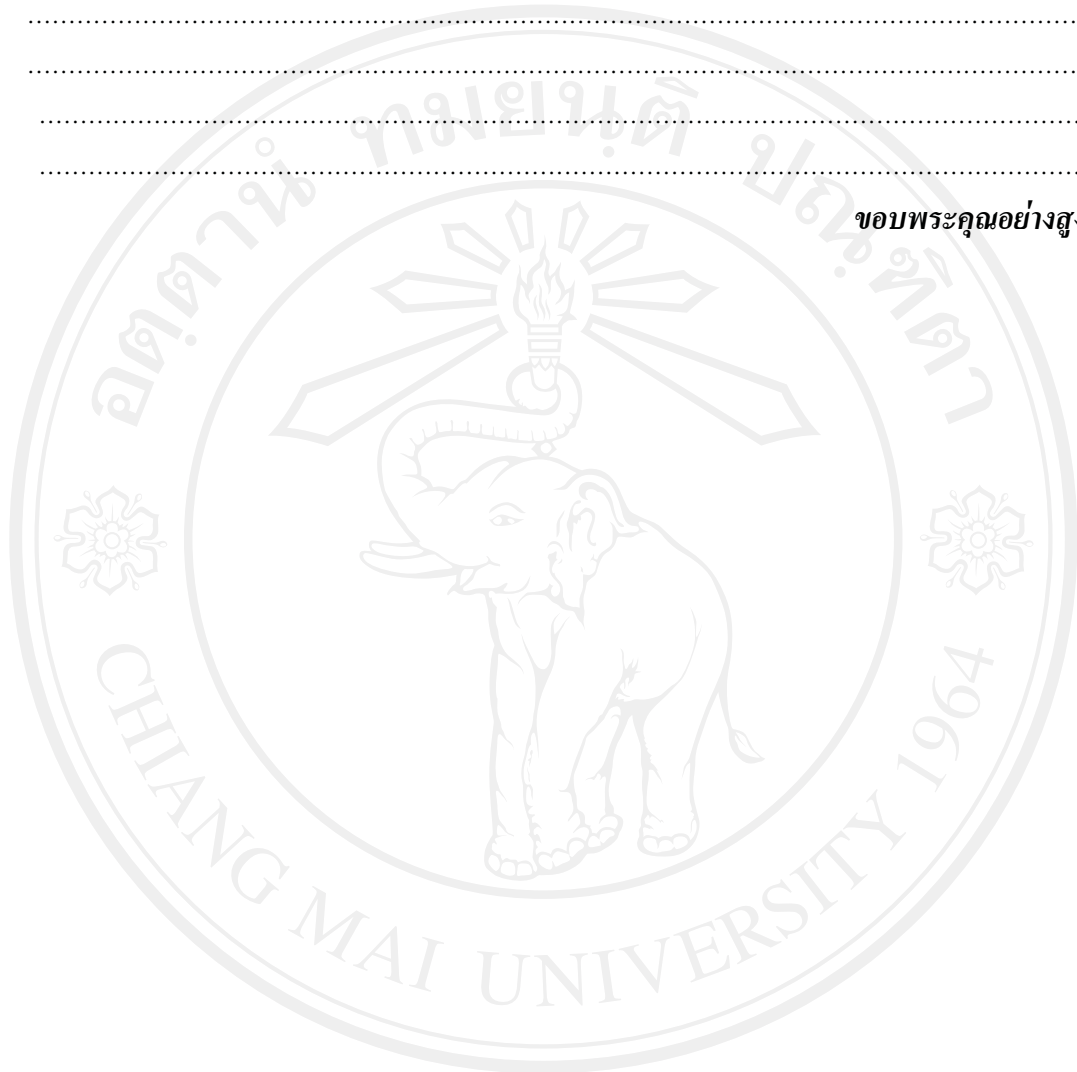
.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณอย่างสูง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายวิจิตร ชัยพุกษ์เจริญ
วัน เดือน ปี เกิด	1 สิงหาคม 2514
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2536
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2537-2540 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ.2540-2541 บริษัท สยามเจนเนอรัลแฟคตอรี จำกัด (มหาชน) พ.ศ.2542-ปัจจุบัน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved