



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวนภัสนันท์ กันตะ

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

- |           |  |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม   |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ส่วนที่ 3 | ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ   |

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

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 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ .....

3. สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส ( ) 3. อื่นๆ (โปรดระบุ .....

4. การศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.  
 ( ) 3. ปวส.หรืออนุปริญญา ( ) 4. ปริญญาตรี  
 ( ) 5. สูงกว่าระดับปริญญาตรี (โปรดระบุ .....

5. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ  
 ( ) 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน  
 ( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว ( ) 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ .....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,000 – 10,000 บาท  
 ( ) 3. 10,001 – 15,000 บาท ( ) 4. 15,001 – 20,000 บาท  
 ( ) 5. 20,001 – 25,000 บาท ( ) 6. 25,000 บาทขึ้นไป

7. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางมาในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

- ( ) 1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน ( ) 2. ติดต่อธุรกิจ/ทำการค้า  
 ( ) 3. ปฏิบัติงานราชการ ( ) 4. ประชุมสัมมนา  
 ( ) 5. เยี่ยมญาติ/เพื่อน ( ) 6. ทักษิศึกษา  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ .....) )

8. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

- ( ) 1. มาเป็นครั้งแรก ( ) 2. 2-3 ครั้ง  
 ( ) 3. 4-5 ครั้ง ( ) 4. 5-6 ครั้ง  
 ( ) 5. มากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป

9. ระยะเวลาที่ท่านพักอาศัยในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- ( ) 1. 1 วัน ( ) 2. 2-3 วัน  
 ( ) 3. 4-5 วัน ( ) 4. 5-6 วัน  
 ( ) 5. มากกว่า 7 วันขึ้นไป

10. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมเดินทางมายังเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ( ) 1. ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์  
 ( ) 2. ช่วงวันจันทร์-ศุกร์  
 ( ) 3. ช่วงวันหยุดราชการ  
 ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ .....) )

11. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการที่พักแรม ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด

- ( ) 1. เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ( ) 2. แฟน/คู่สมรส  
 ( ) 3. สมาชิกในครอบครัว ( ) 4. หัวหน้างาน/บริษัท/องค์กร  
 ( ) 5. ตัวท่านเอง  
 ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ .....) )

12. ราคาของที่พักรถต่อห้องต่อคืนที่ท่านใช้บริการ

- ( ) 1. ไม่เกิน 500 บาท                      ( ) 2. 501 – 1,000 บาท  
( ) 3. 1,001 – 2,000 บาท                      ( ) 4. 2,001 – 3,000 บาท  
( ) 5. 3,000 บาทขึ้นไป

13. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร                      ( ) 2. สื่อวิทยุ โทรทัศน์  
( ) 3. หนังสือท่องเที่ยว                      ( ) 4. เว็บไซต์  
( ) 5. มีบุคคลแนะนำ  
( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ .....) )

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service)</b>					
1.1 ชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของที่พัก					
1.2 ขนาดของห้องพักที่พอเหมาะพอดี					
1.3 จำนวนห้องพักที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ					
1.4 ความสะอาดของห้องพัก					
1.5 ลักษณะการตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงาม มีรสนิยม					
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่มีความครบครัน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น					
1.7 การมีเคเบิลทีวีเพื่อการรับชม					
1.8 การมีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้บริการ					
1.9 การมีสระว่ายน้ำ					
1.10 การมีฟิตเนส หรือบริเวณเพื่อการออกกำลังกาย					
1.11 การมีบริการเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา เป็นต้น					
1.12 การมีห้องอาหาร เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม					
1.13 การมีบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดไกด์นำเที่ยว หรือการจัดรถเช่า/คนขับเพื่อการเดินทาง เป็นต้น					
1.14 ความทันสมัยของอุปกรณ์ภายในห้องพัก เช่น ทีวีจอแบน เครื่องเล่น DVD เป็นต้น					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service) (ต่อ)</b>					
1.15 การมีบริการซักอบรีด					
1.16 การมีบริการอาหารเช้า					
1.17 การมีผลิตภัณฑ์เสริม (augmented product) ในห้องพัก เช่น ผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น					
<b>2. ด้านราคา (Price)</b>					
2.1 ราคาที่พักมีความเหมาะสม					
2.2 ราคาที่พักสามารถต่อรองได้ เช่น ในกรณีที่พักหลายห้อง หรือ หลายคืน					
2.3 ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล					
2.4 การมีห้องพักในหลายระดับราคาให้เลือก					
2.5 ความสามารถในการชำระค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต					
2.6 ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ทางที่พักจัดให้					
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
<b>3. ด้านสถานที่ (Place)</b>					
3.1 ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางมาพัก					
3.2 ความใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด สถานที่ราชการ เป็นต้น					
3.3 ความใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่น					
3.4 สถานที่พักที่มีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว					
3.5 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ					
3.6 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ					
4.2 การโฆษณาในหนังสือแนะนำเที่ยว					
4.3 การมีเว็บไซต์ของที่พักอย่างเป็นทางการ					
4.4 การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น					
4.5 การลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าประจำ หรือสมาชิก					
4.6 การปรับลดราคาห้องพักลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)					
4.7 การมีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้มจำนวนคืนที่พัก เพื่อแลกใช้สิทธิในการพักฟรี					
4.8 การออกบูธในงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ					
<b>5.ด้านบุคลากร (People)</b>					
5.1 พนักงานที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
5.2 พนักงานที่ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.3 พนักงานที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม					
5.4 พนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					
5.5 พนักงานที่สามารถแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี					
5.6 พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้					
5.7 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค					
5.8 พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ทักท้วงทันทีเมื่อลูกค้าลืมของ หรือชำระเงินเกิน เป็นต้น					



ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)</b>					
6.1 การจองห้องพักที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					
6.2 การทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อเดินทางมายังสถานที่พัก					
6.3 ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าห้องพัก (Check-in) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					
6.4 การคิดค่าห้องพัก และค่าบริการอื่นๆ ที่มีความถูกต้อง					
6.5 ความพร้อมของห้องพักสำหรับการให้บริการได้ทันที เช่น เตียงที่ปูเรียบร้อย จัดหมอน ผ้าห่ม ผ้าขนหนู และเครื่องคั้มให้บริการพร้อม เป็นต้น					
6.6 การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room-Service) เช่น บริการรับสั่ง-ส่งอาหาร/เครื่องคั้มถึงห้องพักที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง					
6.7 การทำความสะอาดห้องพักของแม่บ้านเมื่อแขกออกจากห้องที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ และรวดเร็ว					
6.8 ขั้นตอนการออกจากที่พัก (Check-out) ที่มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					
<b>7. ด้านการสร้าและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
7.1 ป้ายชื่อที่พักที่มองเห็นได้ชัดเจน					
7.2 ความสะอาดของบริเวณอาคารสถานที่โดยรวม					
7.3 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม					
7.4 อุดมภูมิที่เหมาะสมและการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในอาคาร					
7.5 ลักษณะการตกแต่งบริเวณรับรอง (Lobby) ที่ดูดี มีรสนิยม					
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการในบริเวณรับรอง (Lobby)					
7.7 เครื่องแบบของพนักงานที่เรียบร้อย ดูดี					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (ต่อ)</b>					
7.8 การมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เช่น การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำการ การมีระบบกล้องวงจรปิด เป็นต้น					
7.9 โลโก้ (Logo) ของที่พัก มีความสวยงาม					
7.10 การมีบริการรถรับส่ง ของที่พัก					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวนภัสนันท์ กันตะ	
วัน เดือน ปีเกิด	28 มกราคม 2523	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2547	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2547 – 2551	ผู้จัดการทั่วไปร้านทองจอมทอง
	พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมราชพฤกษ์ 2007

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved