



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ก

รายชื่อรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รายชื่อรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เกาะช้างแกรนด์ลาгуน่า
2. เกาะช้างคิฟบีช
3. เกาะช้างรีสอร์ทแอนด์สปา
4. เกาะช้างพาราไดซ์รีสอร์ท
5. เค.ซี. แกรนด์รีสอร์ท
6. ช้างปาร์ครีสอร์ท
7. บ้านปูเกาะช้าง
8. ป่านวิมานรีสอร์ท
9. ภูมียามาบีชรีสอร์ท
10. รามายานารีสอร์ท
11. อมารี เอมเมลรัล โคฟ รีสอร์ท
12. อัยยปุระรีสอร์ทแอนด์สปา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved



ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด (ฉบับภาษาไทย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง
ของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบในการศึกษารายวิชาการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” ในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จโดยสมบูรณ์ ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านไว้ ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
 3) ปริญญาตรี 4) ปริญญาตรีขึ้นไป

4. อาชีพ

- 1) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ 2) พนักงานบริษัทเอกชน
 3) ธุรกิจส่วนตัว 4) ผู้ประกอบอาชีพอิสระ
 5) นักเรียน / นักศึกษา 6) เกษียณอายุ / ไม่ได้ทำงาน
 6) อื่นๆ (โปรดระบุ))

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,001 บาท 2) 15,001-30,000 บาท
 3) 30,001-45,000 บาท 4) 45,001-60,000 บาท
 5) 60,001 บาทขึ้นไป

6. ภูมิลำเนา

- 1) กรุงเทพมหานคร 2) จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ))

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง
ของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

7. ปัจจัยต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกพักรีสอร์ทแห่งนี้เพียงใด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการมีผล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
❶ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 ชื่อเสียงของรีสอร์ท
1.2 มีภาพลักษณ์ที่ดี
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
1.4 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี
1.5 มีรูปลักษณ์อาคารภายนอกสวยงาม
1.6 มีการตกแต่งห้องพักสวยงาม
1.7 มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วน ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว
1.8 มีประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลาย
1.9 เปิดให้บริการด้านอาหารตลอด 24 ชั่วโมง
1.10 มีพื้นที่ภายในห้องพักไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร
1.11 มีการตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม
1.12 มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการมีผล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
๒ ปัจจัยด้านราคา					
2.1 มีอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
2.2 มีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย
2.3 มีการปรับราคาลดลงในช่วงโลว์ซีซั่น
2.4 มีส่วนลดพิเศษ
2.5 มีอัตราค่าบริการต่ำกว่าริสอร์ทระดับเดียวกันแห่งอื่น
2.6 เปิดรับชำระด้วยบัตรเครดิต
๓ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก
3.2 มีระบบการจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์หรือตัวแทนจำหน่าย
3.3 มีระบบการจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต
3.4 มีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์
3.5 มีสำนักงานรับจองห้องพักในกรุงเทพฯ
3.6 มีสำนักงานรับจองห้องพักในจังหวัดตราด
3.7 มีบริการรับ-ส่งจากท่าเรือ
3.8 มีบริการรับ-ส่งจากสนามบิน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการมีผล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
๔ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย					
4.1 มีการมอบส่วนลดสำหรับการเข้าพัก ครั้งต่อไป
4.2 มีการมอบของที่ระลึกเมื่อเข้าพัก เช่น พวงกุญแจ
4.3 มีการจัดเทศกาลพิเศษ เช่น เทศกาลอาหาร ทะเล
4.4 มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน
4.5 มีการออกร้านจัดรายการส่งเสริมการขาย ในงานนิทรรศการการท่องเที่ยว
4.6 มีโครงการสะสมแต้มแลกรับของรางวัล
๕ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ					
5.1 แผนกต้อนรับมีคุณภาพในการให้บริการเป็น อย่างดี
5.2 แผนกบริการห้องพักมีคุณภาพในการ ให้บริการเป็นอย่างดี
5.3 ให้บริการลูกค้าทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศอย่างเสมอภาค
5.4 ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว
5.5 ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง
5.6 ให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร
๖ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ					
6.1 มีทำเลที่ตั้งดีชายหาด
6.2 มีชายหาดส่วนตัว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการมีผล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
6.3 มีสถานที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางเข้าถึง
6.4 มีสภาพทางธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น
6.5 มีพื้นที่กว้างขวาง
6.6 มีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่พลุกพล่าน มีความเป็นส่วนตัว
6.7 มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางไป-มา ภายใต้อากาศได้อย่างสะดวก
6.8 มีความปลอดภัยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล
๗ ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ					
7.1 มีเครือข่ายตัวแทนรับจองห้องพักจำนวนมาก
7.2 มีตัวแทนรับจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ
7.3 มีการเข้าร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอื่น เช่น สายการบิน บริษัททัวร์
7.4 อยู่ในเครือข่ายของโรงแรมชั้นนำ
๘ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ					
8.1 มีบริการสระว่ายน้ำ
8.2 มีบริการสปอร์ตคลับ / ฟิตเนส
8.3 มีบริการอินเทอร์เน็ต
8.4 มีบริการนวดแผนโบราณ
8.5 มีบริการสปา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการมีผล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
8.6 มีบริการกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น จักรยานภูเขา, ตกปลา, ไคหมีก, พายเรือคายัค
8.7 มีบริการแพ็คเกจดำน้ำ
8.8 มีบริการเรือสำราญขนาดเล็ก
8.9 มีบริการเรือนำเที่ยวรอบเกาะ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

8. ท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทแห่งนี้โดยรวมเพียงใด (วงกลมระดับคะแนนที่ต้องการ)

ไม่พอใจเลย

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

พอใจอย่างมาก

*** ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม***

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพัก
 รีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด (ฉบับภาษาอังกฤษ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

Questionnaire

For

Service Marketing Mix Factor Affecting Tourists Selection of High-End Resorts on Koh Chang, Trat Province

This questionnaire was designed to collect data for an independent study concerning the key factors that influence tourist's choice for high-end resort on Koh Chang. The study is to partially fulfill a requirement of a Master's degree in Business Administration at Chiang Mai University. Your response to this questionnaire will be valuable for this research. Therefore, I appreciate your time and your voluntary cooperation.

Direction: Please mark ✓ into or fills in the blank according to your background information.

Section 1: Demographic

1. Sex

- 1) Male 2) Female

2. Age

- 1) Less than 21 years 2) 21-30 years
 3) 31-40 years 4) 41-50 years
 5) 51-60 years

3. Education Level

- 1) Below High School 2) High School
 3) Bachelor's Degree 4) Above Bachelor Degree's

4. Occupation

- 1) Government / State Enterprise 2) Company's Employee
 3) Private Business 4) Freelance
 5) Student 6) Retirement / Unemployed
 7) Others (please specify:)

5. Average Monthly Income

- 1) Less than US\$375
- 2) US\$375 – US\$750
- 3) US\$751 – US\$1,125
- 4) US\$1,126 – US\$1,500
- 5) More than US\$1,500

6. Domicile (Continent)

- 1) Asia
- 2) Australia
- 3) America
- 4) Europe
- 5) Africa

Section 2: Service Marketing Mix Factor Affecting Tourists Selection of High-End Resorts on Koh Chang, Trat Province

Direction: Please mark ✓ into the column that most describes your opinion

7. How much did these factors affect your choice for this resort?

Marketing Mixed	Importance				
	Least	Less	Medium	Much	Most
1 Product					
1.1 Resort's reputation
1.2 Having good images
1.3 Having full facilities
1.4 Having good security
1.5 Being beautiful exterior building
1.6 Beautiful room decoration
1.7 Proportional room designed and personalized
1.8 Having various choice of food

Marketing Mixed	Importance				
	Least	Less	Medium	Much	Most
1.9 Having 24 hours food service
1.10 Having at least 18 square meters a room
1.11 Having beautiful landscape
1.12 Properly design for usage area
② Price					
2.1 Reasonable price
2.2 Having several prices for selection
2.3 Decreased price in low season
2.4 Giving special discount
2.5 Service rate is cheaper than other of the same grade
2.6 Accept credit card payment
③ Distribution Channel					
3.1 Having convenient contact
3.2 Able to reserve room through tour agent or agency
3.3 Having reservation system via internet
3.4 Having information on Website
3.5 Having reservation office in Bangkok
3.6 Having reservation office at Trat Province

Marketing Mixed	Importance				
	Least	Less	Medium	Much	Most
3.7 Having transportation service from the port
3.8 Having transport service from the airport
4 Promotion					
4.1 Giving discount for next visit
4.2 Giving complimentary gifts when check-in such as key ring
4.3 Providing special festival such as Seafood Festival
4.4 Advertise through mass media
4.5 Having shop booth by promotion sale in tourism exhibition
4.6 Having point accumulation for reward
5 People					
5.1 Reception department has good quality service and warmth
5.2 Room Service has a good quality service
5.3 Giving equal services both to Thai and foreigner
5.4 Having expeditious service
5.5 Services with ethics
5.6 Kind and hospitable service

Marketing Mixed	Importance				
	Least	Less	Medium	Much	Most
6 Physical Attribute					
6.1 Close to the beach
6.2 Having private beach
6.3 Located at proper zone and convenient to approach
6.4 Having vivid natural environment and outstanding location
6.5 Having spacious and luxurious area
6.6 Located on not crowded area and quiet and private area
6.7 Easy journey within the island
6.8 Secure to marine tourism.
7 Partnerships					
7.1 Having extensive alliance for reservation
7.2 Having trustworthy reservation agent
7.3 This resort has joined with other travel business such as Airline, Tour Company
7.4 Being in network of leading hotel
8 Activities Programming					
8.1 Having swimming pool
8.2 Having sport club / fitness
8.3 Having Internet service

Marketing Mixed	Importance				
	Least	Less	Medium	Much	Most
8.4 Having Thai traditional massage
8.5 Having spa
8.6 Having outdoor activities such as mountain bike, fishing, kayaking
8.7 Having diving package
8.8 Having small amusement ship for service
8.9 Having boat service to sightseeing around the island

Section 3: Satisfaction to Servicing of the High-End Resort at Koh Chang, Trat Province

8. In conclusion, are you satisfied with the services at this resort? (Please circle the correct level)

Unsatisfied

Most satisfied

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

***** Thank you for your kind patience and participation *****

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายยุทธชัย คณาสิริวัฒน์

วัน เดือน ปี เกิด

16 มิถุนายน 2510

ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนปทุมคงคา
ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาศิลปศาสตร์
สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์

ประสบการณ์ทำงาน

ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ทีซีซี พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ผู้จัดการโครงการ บริษัท พรอนันต์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอส เค แอสเสท จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved