

ภาคผนวก

**แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง**  
**การพัฒนาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในเขตกรุงเทพมหานคร**

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลนักท่องเที่ยว

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

☐ เพศทางเลือก

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

☐ 21-30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี

☐ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. อาชีพ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ เกษียณ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ว่างงาน

5. รายได้บุคคลต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐ 15,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 25,000 บาท

☐ 25,001 – 30,000 บาท

☐ มากกว่า 30,000 บาท

6. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายของท่าน

1. ท่านมาที่ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายด้วยสาเหตุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

☐ อยากพักผ่อนหย่อนใจ มาเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศ

☐ ต้องการสินค้าที่มีเฉพาะที่ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย

☐ ต้องการสินค้า/บริการที่ราคาถูก

☐ ต้องการรับประทานอาหารนอกบ้าน

☐ ต้องการสังสรรค์กับครอบครัว/คู่รัก/ญาติ/เพื่อนฝูง

☐ ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่
2. สินค้าและบริการที่ท่านมักซื้อจากตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

☐ มารับประทานอาหาร

☐ อาหารและขนม

☐ เสื้อผ้ารองเท้า

☐ เครื่องประดับแต่งกาย

☐ ของใช้

☐ ของสวยงามประดับบ้าน
3. ท่านมักจะมาที่ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในช่วงเวลาใดเป็นส่วนใหญ่
 

☐ วันหยุดเสาร์อาทิตย์

☐ วันธรรมดาตอนช่วงกลางวัน

☐ วันธรรมดาตอนช่วงเย็น

☐ ไม่แน่นอน
4. ท่านมาที่ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายบ่อยเพียงใด
 

☐ มากกว่าเดือนละครั้ง

☐ เดือนละครั้ง

☐ เดือนละหลายครั้ง
5. ค่าใช้จ่ายรวม(ทั้งค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าสินค้าที่ซื้อ)แต่ละครั้งที่ท่านจ่ายประมาณเท่าใด
 

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท

☐ 501-1000 บาท

☐ มากกว่า 1000 บาท
6. ท่านมักมาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายกับผู้ใดเป็นส่วนใหญ่
 

☐ มาคนเดียว

☐ ครอบครัว/คู่รัก/ญาติ

☐ เพื่อนฝูง

☐ ผู้ร่วมงาน
7. ท่านมาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายด้วยวิธีใด
 

☐ ขนพาหนะส่วนตัว

☐ รถรับจ้าง

☐ ขนส่งมวลชน

ส่วนที่ 3 ภูมาระดับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย

5 = มากที่สุด    4 = มาก    3 = ปานกลาง    2 = น้อย    1 = น้อยที่สุด

| กลยุทธ์การตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย                                                                                | ระดับความต้องการพัฒนา |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---|---|---|---|
|                                                                                                                               | 5                     | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>1. สินค้า/บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย</b>                                                                        |                       |   |   |   |   |
| 1.1 ควรมีสินค้า/บริการหลากหลายประเภท เช่น อาหาร ขนม เสื้อผ้า ของใช้<br>ร้านนวด ร้านอาหาร ฯลฯ ในตลาดเดียวกัน                   |                       |   |   |   |   |
| 1.2 ควรมีสินค้า/บริการแต่ละชนิดให้เลือกได้หลายร้าน เช่น มีเสื้อผ้าสำหรับ<br>คนทำงาน ผู้ใหญ่ วัยรุ่น เด็ก คนอ้วน ฯลฯ หลายสไตล์ |                       |   |   |   |   |
| 1.3 ควรขายสินค้า/บริการที่มีคุณภาพดี เป็นที่เชื่อถือของลูกค้า                                                                 |                       |   |   |   |   |
| 1.4 ควรขายสินค้า/บริการที่ทันสมัย ไม่เก่าเก็บ ไม่ตกยุค                                                                        |                       |   |   |   |   |
| 1.5 ควรขายสินค้าบางอย่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หาซื้อไม่ได้จากที่อื่น                                                         |                       |   |   |   |   |
| 1.6 ควรขายสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานจริงของท่าน (ไม่ใช่สินค้าเพื่อการโชว์)                                                  |                       |   |   |   |   |
| <b>2. ราคาของสินค้า/บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย</b>                                                                 |                       |   |   |   |   |
| 2.1 ราคาสินค้า/บริการโดยส่วนใหญ่ต่ำกว่าราคาในตลาดอื่น                                                                         |                       |   |   |   |   |
| 2.2 ราคาสินค้า/บริการบางชนิดต่ำกว่าราคาในตลาดอื่น                                                                             |                       |   |   |   |   |
| 2.3 ราคาสินค้า/บริการสามารถต่อรองได้                                                                                          |                       |   |   |   |   |
| 2.4 ราคาสินค้า/บริการเหมาะสมกับระดับคุณภาพของสินค้า/บริการนั้น                                                                |                       |   |   |   |   |
| <b>3. ทำเลที่ตั้งและสภาวะทางกายภาพของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย</b>                                                        |                       |   |   |   |   |
| 3.1 ควรตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเข้าถึงด้วยขนส่งมวลชนรูปแบบต่างๆ                                                           |                       |   |   |   |   |
| 3.2 ควรตั้งอยู่ในแหล่งที่ใกล้ชุมชน เช่น หมู่บ้าน โรงพยาบาล หน่วยงานราชการ<br>ย่านธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยว                       |                       |   |   |   |   |
| 3.3 ควรมีการออกแบบและบำรุงรักษาอาคารสถานที่ให้สวยงาม                                                                          |                       |   |   |   |   |
| 3.4 ควรมีการแบ่งหมวดหมู่สินค้าชนิดเดียวกันอยู่ด้วยกัน                                                                         |                       |   |   |   |   |
| 3.5 ควรมีทางเดินที่ไม่ซับซ้อนวุ่นวาย ตำแหน่งห้องสุขา /ทางเข้า ทางออกหาง่าย                                                    |                       |   |   |   |   |
| 3.6 ควรมีแผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าให้ลูกค้าค้นหาได้ง่าย                                                              |                       |   |   |   |   |
| 3.7 ควรรักษาความสะอาดอย่างเคร่งครัด มีถังขยะวางตามจุด                                                                         |                       |   |   |   |   |
| <b>4. การส่งเสริมการตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย</b>                                                                  |                       |   |   |   |   |
| 4.1 ควรมีกิจกรรมพิเศษ เช่น การแสดงดนตรี การจัดงานย้อนยุค                                                                      |                       |   |   |   |   |
| 4.2 ควรมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์กลางของตลาดช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ                                                        |                       |   |   |   |   |
| 4.3 ควรมีการร่วมกันลดราคาทั้งตลาดในบางครั้ง                                                                                   |                       |   |   |   |   |
| 4.4 ควรสนับสนุนการออกสื่อ เช่น เป็นที่เล่นเกมโชว์ มีรายการทีวีมาถ่ายทำ                                                        |                       |   |   |   |   |

## ข้อมูลประวัติคณะผู้วิจัย

### ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-สกุล นางสาวกตัญญู หิรัญญสมบุญ

เพศ ☐ ชาย ☒ หญิง วันเดือนปีเกิด 23 เมษายน พ.ศ.2506 อายุ 52 ปี

สถานภาพ ☐ โสด ☒ สมรส

ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์

### ประวัติการศึกษา

| ชื่อย่อปริญญา      | สาขา                     | สถาบันที่จบ                                         | ปีที่จบ |
|--------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------|---------|
| MBA                | International Management | University of Dallas, U.S.A.                        | 1988    |
| พศ.บ.(เกียรตินิยม) | การตลาดทั่วไป            | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | 2528    |

สาขาวิจัยที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)

การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ

การจัดการการบริการ

### ทุนการศึกษาและทุนวิจัยที่เคยได้รับ

| ปี พ.ศ.       | ทุนการศึกษาและทุนวิจัย                                                                                                                                                                                             | สถาบันที่ให้                                                                     |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 2526-<br>2527 | ทุนเรียนดี<br>ได้รับการยกเว้นค่าเล่าเรียนตลอดปี3และปี 4                                                                                                                                                            | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                              |
| 2528          | ทุนพระยาไชยยศสมบัติ<br>คะแนนสูงสุดของภาควิชาพาณิชยศาสตร์                                                                                                                                                           | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                              |
| 2554          | 1. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ<br>ตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวแบบ<br>backpackerที่สัญจรในบริเวณเกาะ<br>รัตนโกสินทร์ชั้นใน<br>2. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจที่พักแรมในย่าน<br>ถนนข้าวสารและบริเวณใกล้เคียง | วิทยาลัยการบริหารและจัดการ<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ<br>ทหารลาดกระบัง |

|      |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                 |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 2555 | 1.การตัดสินใจเลือกเช่ารถแท็กซี่ของผู้ขับที่แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล<br>2.กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจให้เช่ารถแท็กซี่ในกรุงเทพมหานคร<br>3.การใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร | วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 2556 | 1.ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของร้านสเต็กมวกเหล็ก(2557)<br>2.ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก (2557)<br>3.การพัฒนาสภาวะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเพื่อบริการนักท่องเที่ยวชาวไทย (2557)                      | วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |

### ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

#### ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ (ระดับชาติและนานาชาติ)

1. “The Gaps between Service Quality Levels of Service Providers and Customers of Popular Service Companies in Thailand”. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2011.
2. “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจที่พัฒนาระบบประหยัดในเกาะรัตนโกสินทร์ขึ้นในเพื่อบริการนักท่องเที่ยว” วารสารเซนจอห์น . 2012.
3. “Marketing Mix affecting Specialty Restaurant Service Selection in Bangkok”. EconPapers. 2013.
4. “Core Competency of Muaklek Steakhouse”. Proceedings of the 8th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Croatia, 19 December 2014.
5. “Competitive Advantage of Muaklek Steakhouse”. Proceedings of the 8th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Croatia, 19 December 2014.

6. “Physical Evidence Development of Tourist Attraction Site in Nakhomrachasima Province for Servicing Thai Tourist”. Proceedings of the 8th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Croatia, 19 December 2014.

#### **การเสนอผลงานวิชาการ**

1. The Gaps between Service Quality Levels of Service Providers and Customers of Popular Service Companies in Thailand. Paris, France. 2011.
2. Marketing Mix Affecting Accommodation Service Buying Decisions of Backpacker Tourist Traveling at Inner Rattanakosin Island in Bangkok, Thailand. Romania. 2012.
3. Marketing Mix affecting Specialty Restaurant Service Selection in Bangkok. Slovenia. 2013.
4. Using Chemical and Natural Hairdressing Service in Salon of Women in Bangkok. Thailand. 2014.
5. Marketing Strategy of Taxi Leasing Business in Bangkok. Thailand. 2014.
6. Core Competency of Muaklek Steakhouse. 2014.

#### **ผลงานสิทธิบัตร/สิ่งประดิษฐ์/งานสร้างสรรค์ (ศิลปะ หรือ อื่นๆ)**

---

อื่นๆ

---