



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง

อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว
ชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านคิดว่าตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเครือข่ายในจังหวัด
เชียงใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท
สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตศึกษาศาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัยจึงขอ
ความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลในแบบสอบถามนี้ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา ทั้งนี้
ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับและนำไปใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น ขอขอบพระคุณที่ท่าน
กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

นายไตรภพ โคตรวงษา

ผู้วิจัย

All rights reserved

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง

อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว
ชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1. ชาย☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 24 ปี☐ 2. 25 - 34 ปี☐ 3. 35 - 44 ปี☐ 4. 45 - 54 ปี☐ 5. 55 - 64 ปี☐ 6. มากกว่า 64 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

☐ 1. โสด☐ 2. แต่งงาน☐ 3. หย่า☐ 4. หม้าย

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย☐ 2. อนุปริญญา☐ 3. ปริญญาตรี☐ 4. ปริญญาโท☐ 5. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

☐ 1. รับราชการ☐ 2. รัฐวิสาหกิจ☐ 3. เจ้าของกิจการ☐ 4. ลูกจ้าง☐ 5. นักเรียน นักศึกษา☐ 6. ไม่ประกอบอาชีพ☐ 7. เกษียณอายุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อปีต่อคน

☐ 1. น้อยกว่า 25,000 ปอนด์สเตอร์ลิง☐ 2. มากกว่า 25,001 ปอนด์สเตอร์ลิง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว
ชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่

ท่านคิดว่าส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องที่ท่านคิด
ว่าตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.1 เครื่องหมายการค้าและระดับ ดาวของโรงแรม					
1.2 สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก					
1.3 ความหลากหลายและคุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่ม					
1.4 ความหลากหลายของสิ่ง อำนวยความสะดวกและบริการ ภายในโรงแรม					
1.5 ความสะอาดสะอ้านภายใน ห้องพักและบริเวณ โรงแรม					
1.6 ระบบรักษาความปลอดภัย ภายใน โรงแรม					

2. ด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 ความหลากหลายของอัตราค่าบริการห้องพักที่ให้เลือก					
2.2 ราคาเทียบกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม					
2.3 ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายกับบริการที่ได้รับ					
2.4 มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด เช็ค เดินทาง เครดิต การ์ด เป็นต้น					

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 ความสะดวกในการเข้าถึงและหลากหลายของการจองห้องพัก					
3.2 สามารถจองห้องพักผ่านเครือข่ายโรงแรมได้ทั่วโลก					
3.3 สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต					
3.4 สามารถจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านบริษัทตัวแทน เช่น บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว บริษัทสายการบิน เป็นต้น					

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 บุคคลรู้จักแนะนำให้เลือกใช้บริการ					
4.2 โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โบว์ชัวร์ เป็นต้น					
4.3 โฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต					
4.4 โฆษณาผ่านโทรทัศน์					
4.5 มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล และเทศกาล					
4.6 มีบัตรสมาชิกและสิทธิประโยชน์ให้ของโรงแรมในเครือข่าย					
4.7 มีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน					

5. ด้านบุคคล (People)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.1 พนักงานให้บริการถูกต้องและรวดเร็วทันที่					
5.2 พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีแบบไทย ยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีความเป็นกันเอง					
5.3 พนักงานมีบุคลิกภาพดี การแต่งกายสุภาพ สะอาดสะอ้าน					
5.4 พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง					
5.5 พนักงานมีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี					

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.1 ความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพัก และการคืนห้องพัก					
6.2 ความรวดเร็วในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม					
6.3 ความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน					
6.4 ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงาน					
6.5 ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร					

7. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.1 สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ					
7.2 สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทยผสมผสานกับความทันสมัยได้อย่างลงตัว					
7.3 การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ					
7.4 เครื่องแบบพนักงานสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะ					

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.5 อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย					
7.6 คุณภาพและการออกแบบของเอกสาร แบบฟอร์ม หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของโรงแรม					

ขอขอบคุณอย่างสูงในการสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

Tourist Survey Questionnaire

Subject

**“Influences of Services Marketing Mix on British Tourists in Choosing Chain Hotels
in Chiang Mai Province”**

Instruction: Please mark ✓ in the blank which you most agree with. The Questionnaire is divided into 2 parts:

Part 1: General Information.

Part 2: Influences of Services Marketing Mix on British Tourists in Choosing Chain Hotels in Chiang Mai Province.

This questionnaire is a partial fulfillment of Master of Arts degree in Tourism Industry Management, Chiang Mai University. Information contains in this study will be used only for the research. The researcher would like to express sincere thanks to all of the cooperation which may receive from the respondents.

Triphop Khrotwongsa

Researcher

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Tourist Survey Questionnaire

Subject

“Influences of Services Marketing Mix on British Tourists in Choosing Chain Hotels in Chiang Mai Province”

Part 1 : General Information.

1. Sex

☐ 1. Male

☐ 2. Female

2. Age

☐ 1. Below 24 years

☐ 2. 25-34 years

☐ 3. 35-44 years

☐ 4. 45-54 years

☐ 4. 55-64 years

☐ 6. 64 years old or over

3. Marital status

☐ 1. Single

☐ 2. Married

☐ 3. Divorce

☐ 4. Widow

4. Education

☐ 1. High School

☐ 2. Certificate, Diploma

☐ 3. Bachelor Degree

☐ 4. Master Degree

☐ 5. Ph. D.

5. Occupation

☐ 1. Government Officer

☐ 2. State Enterprise Officer

☐ 3. Business Owner

☐ 4. Private company employee

☐ 5. Student

☐ 6. Unemployed

☐ 7. Retired

6. Average income per year per person

☐ 1. below 25,000 British Pound Sterling

☐ 2. 25,001 British Pound Sterling or over

Part 2 : Influences of the Services Marketing Mix on British Tourists in Choosing Chain Hotels in Chiang Mai Province.

How the services marketing mix below you choose when selecting chain hotels in Chiang Mai Province. Mark ☒ at the most agreed choice. (Please mark all Questions).

1. The attributes of hotel product	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
1.1 Brand and level or number of hotel stars					
1.2 Facilities and features in guest room					
1.3 Varieties and Quality of food and beverages					
1.4 Varieties of facilities and services in hotel					
1.5 Cleanliness in guest room and hotel					
1.6 Security and Safety system					

2. Price versus Quality	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
2.1 Variety of room rates					
2.2 Price and quality of food and beverages					
2.3 Value for money					
2.4 Payment methods such as cash, traveler's cheque, credit card					

3. How important are the ways and means of getting information and methods of payment?	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
3.1 Information and Room reservation is easy					
3.2 Global chain hotel reservation					
3.3 Reservation and payment can be made is easy by hotel internet system					
3.4 Reservation and payment can be made by Travel agents, Airlines					

4. How these Promotional schemes are important to you?	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
4.1 Recommendations from friends and relatives					
4.2 Print Advertisings such as magazine, newspapers, brochure.					
4.3 Internet Advertisements					
4.4 Television Advertisements					
4.5 Seasonal sales promotion					
4.6 Member cards and benefits					
4.7 Social, Culture and environmental responsibility					

5. What level of importance of hotel people affecting your hotel choice?	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
5.1 Actual and immediately service of hotel staff					
5.2 Thai hospitality (smiling and Friendly service)					
5.3 Good personality, grooming and cleanliness					
5.4 Good English communication					
5.5 Good knowledge and skill of hotel staff					

6. How important is the service process?	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
6.1 Speed of Check-in and Check-out					
6.2 Speed of food and beverage service					
6.3 Speed and actually of hotel staff service					
6.4 Speed of problems solving					
6.5 Speed and information giving accuracy of					

7. How important factors below are important to you?	Level of importance				
	Most	Less most	Medium	Few	No affect
7.1 Uniqueness hotel design					
7.2 Thai style and modern art					
7.3 Decorations in guest room are unique					
7.4 Special design of hotel staff uniform					
7.5 Special design of equipment and facilities					
7.6 Quality and design of hotel forms and print of advertisements					

THANK YOU VERY MUCH

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นายไตรภพ โคตรวงษา

วัน เดือน ปีเกิด

18 สิงหาคม พ.ศ. 2518

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2536

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนศรีบุญเรืองวิทยาคาร

อ.ศรีบุญเรือง จ.หนองบัวลำภู

พ.ศ. 2540

ปริญญาตรี สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สถาบันราชภัฏยะเซียงเทรา

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2540 – ปัจจุบัน

อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved