



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ
ทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)” ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาวิทยานเรศวร

กรุณาตอบแบบสอบถาม ให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง ผลที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการ และสามารถประกอบการค้าบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลก

หมายเหตุ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว คือ เว็บไซต์ที่ประกอบธุรกิจผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยการเสนอสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับงานวิจัยนี้จะหมายถึง 3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ การซื้อบัตรโดยสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Ticketing) การจองโรงแรม (Reservations) และการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

ท่านเคยสั่งจอง ซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์หรือไม่

☐ เคย (กรุณาระบุชนิดการซื้อสินค้าและบริการที่ท่านเคยใช้)

☐ ตัวเครื่องบิน (Air Ticketing)

☐ ที่พัก (Hotel Reservations)

☐ รายการนำเที่ยว (Package Tour)

☐ ไม่เคยเลย เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ไม่มีความสนใจที่จะการใช้บริการทางด้านการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์

☐ ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการยุ่งยาก ไม่สะดวกในการใช้บริการ

☐ การใช้บริการไม่สามารถต่อรองและปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามความต้องการได้

☐ สินค้าหรือการบริการที่เสนอขายในเว็บไซต์ไม่น่าสนใจ

☐ ไม่ไว้วางใจที่จะให้ข้อมูลบัตรเครดิตผ่านทางอินเทอร์เน็ต

☐ การใช้บริการทางด้านการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์มีราคาแพงกว่าการใช้บริการโดยวิธีอื่น

☐ เกรงว่าผู้ขายจะไม่ทำการให้บริการภายหลังที่มีการชำระเงินแล้ว

☐ ไม่มีบัตรเครดิต

ตอนที่ 1 คุณสมบัติและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม (จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละคำถาม

- 1.1 กรุณากรอก E-mail Address ของท่าน
- 1.2 เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- 1.3 อายุ ☐ ต่ำกว่า 15 ปี ☐ 15 - 24 ปี
☐ 25 - 34 ปี ☐ 35 - 44 ปี
☐ 45 - 54 ปี ☐ 55 - 64 ปี
☐ ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป
- 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. ☐ อนุปริญญา/ปวส.
☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.5 อาชีพหลักในปัจจุบัน ☐ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ☐ แม่บ้าน
☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง
☐ ค้าขาย/ ประกอบอาชีพส่วนตัว ☐ เกษียณอายุ
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000 - 9,999 บาท
☐ 10,000 - 29,999 บาท ☐ 30,000 - 49,999 บาท
☐ ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป

สำหรับท่านที่เคยซื้อตั๋วเครื่องบิน (Air Ticket)

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้เว็บไซต์เพื่อการซื้อตั๋วเครื่องบิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง O หน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยซื้อตั๋วเครื่องบินผ่านทางเว็บไซต์ภายในปีที่ผ่านมากี่ครั้ง

☐ 1 – 3 ครั้ง

☐ 4 – 6 ครั้ง

☐ 7 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านเคยซื้อตั๋วเครื่องบินจากเว็บไซต์ใด (กรุณาระบุชื่อเว็บไซต์)

1. http://

2. http://

3. http://

☐ จำชื่อเว็บไซต์ไม่ได้

3. ท่านรู้จักเว็บไซต์ที่ท่านซื้อตั๋วเครื่องบินจากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ทีวี

☐วิทยุ

☐ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

☐ ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก

☐ ใบปลิว / แผ่นพับ

☐ หนังสือรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์

☐ แผ่นป้ายโฆษณาตามท้องถนน

☐ ป้ายโฆษณาบนเว็บไซต์ต่างๆ

☐ รู้จักผู้ประกอบการที่เสนอขายสินค้าและให้บริการนั้นอยู่แล้ว จึงหาซื้อเว็บไซต์เพิ่มเติม

☐ ภาพโฆษณาบนพาหนะต่างๆ เช่น แท็กซี่ รถเมล์ สามล้อ รถตู้ หรือรถยนต์ส่วนบุคคล

☐ ค้นหารายชื่อเว็บไซต์จากเว็บค้นหา หรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์

☐ เชื่อมโยง (Link) มาจากเว็บไซต์อื่นๆ

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

☐ จำไม่ได้

5. ท่านพึงพอใจในการซื้อตั๋วเครื่องบินดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

☐ พอใจมาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่พอใจเลย

กรุณาให้เหตุผลพอสังเขป

.....

.....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจของท่าน	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานการส่งจองตั๋วเครื่องบินบนเว็บไซต์					
ด้านการใช้อินเตอร์เน็ต					
การเผยแพร่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการจองตั๋ว					
คุณภาพและประสิทธิภาพของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้					
ค่าบริการกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในปัจจุบัน					
จำนวนเว็บไซต์เพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลตัวเครื่องบินที่ต้องการ					
ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลตัว					
เว็บไซต์ที่ให้บริการทางด้านการซื้อตัวเครื่องบิน					
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์					
ความชัดเจน ถูกต้องของข้อมูลตัวเครื่องบินที่แสดงบนเว็บไซต์					
การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อแสดงข้อมูลในการซื้อตัว เช่น ภาพเคลื่อนไหว การใช้รูปภาพ ภาพ 3 มิติ เป็นต้น					
ความเหมาะสมของราคาตัวเครื่องบินเมื่อเทียบกับการซื้อด้วยวิธีอื่น เช่น การเดินทางไปซื้อที่ร้านบริษัท					
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการซื้อตัวเครื่องบินบนเว็บไซต์					
2. ด้านระบบบริการส่งข้อ					
ความชัดเจนในการชี้แจงวิธีการส่งจองและการให้บริการ					
ขั้นตอนในการส่งจองตัวเครื่องบิน					
3. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย					
การรักษาความลับของลูกค้าที่ใช้บริการ					
การรับรองความปลอดภัยในการชำระเงินจากสถาบันการเงิน/ธนาคาร					
การชี้แจงถึงวิธีการรักษาความปลอดภัยบนเว็บไซต์					
4. ด้านการให้บริการ					
การประสานการซื้อตัวเครื่องบินในปัจจุบัน เช่น ถ้าเกิดการผิดพลาดในการเดินทางมีการเปลี่ยนการเดินทางให้ใหม่					
การให้คำปรึกษาหลังการให้บริการ					

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ

ซื้อตัวเครื่องบินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism) อย่างไร

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มากที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปานกลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อยที่สุด 1
1. คุณลักษณะและบริการ (Product / Service)					
ความครบถ้วนของข้อมูลตัวเครื่องบิน					
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและน่าติดตาม					
ข้อมูลความปลอดภัยในการซื้อตัวเครื่องบินเกี่ยวกับการ รักษาสีทึบในข้อมูลส่วนบุคคล และมีการประกาศให้ผู้ เยี่ยมชมเว็บทราบ					
ข้อมูลรายละเอียดตัวเครื่องบินและการให้บริการที่เสนอ ขาย					
ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ บุคคลที่ติดต่อได้					
เว็บไซต์ใช้งานง่าย เข้าถึงการซื้อตัวเครื่องบินได้สะดวก รวดเร็ว					
มีห้องสนทนา/กระดานแสดงความคิดเห็น Chat Room/Forum, Web board					
ข้อมูลตัวเครื่องบินทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีการอัปเดต ข้อมูลเป็นประจำ					
แสดงข้อสถานที่และตราในการขายตัวเครื่องบิน					
มีการแสดงผลแบบ Multimedia เช่น มี Web Cam, Audio, Video Clips					
มีระบบการลงทะเบียนเป็นสมาชิก					
2. ด้านราคา (Price)					
ราคาในการขายตัวเครื่องบิน					
การแสดงราคาตัวเครื่องบิน					
ความหลากหลายด้านราคาของตัวเครื่องบิน					
ตัวเครื่องบินราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น					

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มากที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปานกลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อยที่สุด 1
เงื่อนไขในการซื้อตัวเครื่องบิน การชำระเงิน การคืนเงิน กรณียกเลิกหรือเลื่อนการเดินทาง และการรับประกัน					
มีระบบชำระเงินออนไลน์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต					
มีการชำระเงินออฟไลน์ เช่น เช็ค ธนาณัติ โอนเงินเข้าบัญชี ธนาคาร พนักงานเก็บเงิน					
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
มีเกมส์หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตอบคำถามชิงรางวัล ฯลฯ					
มีโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ขายตัวเครื่องบินทางสื่ออื่น นอกจากอินเทอร์เน็ต					
มีของฟรี เช่น รางวัล เดินทางฟรี ฯลฯ					
มีส่วนลดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือมีการสะสม คะแนนเพื่อรับสิทธิพิเศษ					
มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก					
มี Link เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ					
4. ด้านกระบวนการ (Process of Service Production)					
ความยุ่งยากในขั้นตอนการซื้อตัวเครื่องบิน เช่น มีขั้นตอน มากเกินไป					
มีความปลอดภัยในการชำระเงิน					
มีส่วนบริการลูกค้า (Customer Service) แบบออนไลน์					
มีระบบอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้ว เช่น สามารถสั่งซื้อหรือสั่งจองตัวเครื่องบินได้ภายในเวลา รวดเร็ว					
สามารถออกหลักฐานการชำระเงิน (Invoice) หรือเอกสาร หลักฐานในการขอรับบริการ (Voucher) ให้แก่ผู้ซื้อตัวได้ ด้วยระบบออนไลน์					
สามารถเลือกใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจาก ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ					

ตอนที่ 5 การตัดสินใจซื้อตั๋วเครื่องบินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Tourism)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการตัดสินใจของท่าน	ซื้อตั๋วเครื่องบินซ้ำ	เลิกซื้อตั๋วเครื่องบิน
ท่านคิดว่าจะยังคงซื้อตั๋วเครื่องบินผ่านทางเว็บไซต์อีกต่อไปหรือไม่		

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านให้บริการ.....

.....

.....

.....

“ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”



สำหรับท่านที่เคยจองโรงแรม (Hotel Reservations)

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้เว็บไซต์เพื่อการจองโรงแรม (Hotel Reservations)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยจองโรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ภายในปีที่ผ่านมากี่ครั้ง

- ☐ 1-3 ครั้ง
☐ 4-6 ครั้ง
☐ 7 ครั้งขึ้นไป

3. ท่านเคยจองโรงแรมจากเว็บไซต์ใด (กรุณาระบุชื่อเว็บไซต์)

1. http://
 2. http://
 3. http://

☐ จำชื่อเว็บไซต์ไม่ได้

4. ท่านรู้จักเว็บไซต์ที่ท่านจองโรงแรมจากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ ทิว | ☐ วิทยู |
| ☐ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร | ☐ ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก |
| ☐ ใบปลิว / แผ่นพับ | ☐ หนังสือรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ |
| ☐ แผ่นป้ายโฆษณาตามท้องถนน | ☐ ป้ายโฆษณาบนเว็บไซต์ต่างๆ |
| ☐ รู้จักผู้ประกอบการที่เสนอขายสินค้าและให้บริการนั้นอยู่แล้ว จึงหาซื้อเว็บไซต์เพิ่มเติม | |
| ☐ ภาพโฆษณาบนพาหนะต่างๆ เช่น แท็กซี่ รถเมล์ ตามล้อ รถตู้ หรือรถยนต์ส่วนบุคคล | |
| ☐ ค้นหารายชื่อเว็บไซต์จากเว็บค้นหา หรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ | |
| ☐ เชื่อมโยง (Link) มาจากเว็บไซต์อื่นๆ | |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| ☐ จำไม่ได้ | |

5. ท่านพึงพอใจในการจองโรงแรมดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

- ☐ พอใจมาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ ไม่พอใจเลย

กรุณาให้เหตุผลพอสังเขป

.....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจจองโรงแรมผ่าน E-Tourism

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจของท่าน	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานการจองโรงแรมบนเว็บไซต์					
ด้านการใช้อินเตอร์เน็ต					
การเผยแพร่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการจองโรงแรม					
คุณภาพและประสิทธิภาพของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้					
ค่าบริการกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในปัจจุบัน					
จำนวนเว็บไซต์เพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลการจองโรงแรมที่ต้องการ					
ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ที่ช่วยในการค้นหาข้อมูล					
เว็บไซต์ที่ให้บริการทางด้านการจองโรงแรม					
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์					
ความชัดเจน ถูกต้องของข้อมูลการจองโรงแรมที่แสดงบนเว็บไซต์					
การนำเทคโนโลยีมาเพื่อแสดงข้อมูลในการจองโรงแรม เช่น ภาพเคลื่อนไหว การใช้รูปภาพ ภาพ 3 มิติ เป็นต้น					
ความเหมาะสมของราคาการจองโรงแรมเมื่อเทียบกับการซื้อด้วยวิธีอื่น เช่น การเดินทางไปซื้อที่ร้าน/บริษัท					
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการจองโรงแรมบนเว็บไซต์					
2. กระบวนการบริการการจอง					
ความชัดเจนในการชี้แจงวิธีการสั่งจองและการให้บริการ					
ขั้นตอนในการจองโรงแรม					
3. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย					
การรักษาความลับของลูกค้าที่จองโรงแรม					
การรับรองความปลอดภัยในการชำระเงินจากสถาบันการเงิน/ธนาคาร					
การชี้แจงถึงวิธีการรักษาความปลอดภัยบนเว็บไซต์					
4. ด้านการให้บริการ					
การประกันการจองโรงแรมในปัจจุบัน เช่น ถ้าเกิดความผิดพลาดในการเข้าพักมีการเปลี่ยนการเข้าพักให้ใหม่					
การให้คำปรึกษาหลังการให้บริการ					
การแนะนำการบริการใหม่ ๆ หลังการให้บริการ					

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจจองโรงแรม

ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด
ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ
จองโรงแรมผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism) อย่างไร

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มาก ที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปานกลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อย ที่สุด 1
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product / Service)					
ความครบถ้วนของข้อมูลการจองโรงแรม					
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและน่าติดตาม					
ข้อมูลความปลอดภัยในการจองโรงแรมเกี่ยวกับการรักษาสิทธิใน ข้อมูลส่วนบุคคล และมีการประกาศให้ผู้เยี่ยมชมเว็บทราบ					
ข้อมูลรายละเอียดการจองโรงแรมและการให้บริการที่เสนอขาย					
ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ บุคคลที่ติดต่อได้					
เว็บไซต์ใช้งานง่าย เข้าถึงการจองโรงแรมได้สะดวกรวดเร็ว					
มีห้องสนทนา/กระดานแสดงความคิดเห็น Chat Room/Forum, Web board					
ข้อมูลการจองโรงแรมทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ มีการอัปเดตข้อมูล ประจำ					
แสดงชื่อสถานที่และตราในการจองโรงแรม					
มีการแสดงผลแบบ Multimedia เช่น มี Web Cam, Audio					
มีระบบการลงทะเบียนเป็นสมาชิก					
2. ด้านราคา (Price)					
ราคาในการจองโรงแรม					
การแสดงราคาการจองโรงแรม					
ความหลากหลายด้านราคาของการจองโรงแรม					
การจองโรงแรมมีราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น					
เงื่อนไขในการจองโรงแรม การชำระเงิน การคืนเงินกรณียกเลิก หรือเลื่อนการเข้าพัก และการรับประกัน					
มีระบบชำระเงินออนไลน์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต					
มีการชำระเงินออฟไลน์ เช่น เช็ค ธนาณัติ โอนเงินเข้าบัญชี ธนาคาร พนักงานเก็บเงิน					

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มาก ที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปานกลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อย ที่สุด 1
3. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
มีเกมส์หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตอบคำถามชิงรางวัล ฯลฯ					
มีโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ขายห้องพักทางสื่ออื่นนอกจาก อินเทอร์เน็ต					
มีของฟรี เช่น รางวัล เข้าพักฟรี ฯลฯ					
มีส่วนลดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือมีการสะสมคะแนน เพื่อรับสิทธิพิเศษ					
มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก					
มี Link เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ					
4. ด้านกระบวนการ (Process of Service Production)					
ความยุ่งยากในขั้นตอนการจองโรงแรม เช่น มีขั้นตอนมากเกินไป					
มีความปลอดภัยในการชำระเงิน					
มีส่วนบริการลูกค้า (Customer Service) แบบออนไลน์					
มีระบบอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้ว เช่น สามารถทำการจองโรงแรมได้ภายในเวลารวดเร็ว					
สามารถออกหลักฐานการชำระเงิน (Invoice) หรือเอกสาร หลักฐานในการขอรับบริการ (Voucher) ให้แก่ผู้จองโรงแรมได้ ด้วยระบบออนไลน์					
สามารถเลือกใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาไทย และภาษาอังกฤษ					

ตอนที่ 5 การตัดสินใจจองโรงแรมผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Tourism)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการตัดสินใจของท่าน	จองโรงแรมซ้ำ	เลิกการจองโรงแรม
ท่านคิดว่าจะยังคงทำการจองโรงแรม ผ่านทางเว็บไซต์อีกต่อไป		

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism) ที่ท่านใช้
บริการ.....

“ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สำหรับท่านที่เคยซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย(Package Tour)

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้เว็บไซต์เพื่อการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย(Package Tour)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) ผ่านทางเว็บไซต์ภายในปีที่ผ่านมาก็ครั้ง

- ☐ 1-3 ครั้ง
☐ 4-6 ครั้ง
☐ 7 ครั้งขึ้นไป

2. ท่านเคยซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) จากเว็บไซต์ใด (กรุณาระบุชื่อเว็บไซต์)

1. http://
 2. http://
 3. http://

☐ จำชื่อเว็บไซต์ไม่ได้

3. ท่านรู้จักเว็บไซต์ที่ท่านซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) จากที่ใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ ทิว | ☐ วิทย์ |
| ☐ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร | ☐ ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก |
| ☐ ใบปลิว / แผ่นพับ | ☐ หนังสือรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ |
| ☐ แผ่นป้ายโฆษณาตามท้องถนน | ☐ ป้ายโฆษณาบนเว็บไซต์ต่างๆ |
| ☐ รู้จักผู้ประกอบการที่เสนอขายสินค้าและให้บริการนั้นอยู่แล้ว จึงหาซื้อเว็บไซต์เพิ่มเติม | |
| ☐ ภาพโฆษณาบนพาหนะต่างๆ เช่น แท็กซี่ รถเมย์ สามล้อ รถตู้ หรือรถยนต์ส่วนบุคคล | |
| ☐ ค้นหารายชื่อเว็บไซต์จากเว็บค้นหา หรือเว็บรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ | |
| ☐ เชื่อมโยง (Link) มาจากเว็บไซต์อื่นๆ | |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| ☐ จำไม่ได้ | |

4. ท่านพึงพอใจในการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

☐ พอใจมาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ ไม่พอใจเลย

กรุณาให้เหตุผลพอสังเขป

.....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรายการนำเที่ยว

แบบเหมาจ่าย (Package Tour) ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจของท่าน	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) บนเว็บไซต์					
ด้านหน้าเว็บไซต์					
การเผยแพร่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการซื้อ Package Tour					
คุณภาพและประสิทธิภาพของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้					
ค่าบริการกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในปัจจุบัน					
จำนวนเว็บไซต์เพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูล Package Tour ที่ต้องการ					
ความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ที่ช่วยในการค้นหาข้อมูล					
เว็บไซต์ให้บริการทางด้าน การจองโรงแรม					
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์					
ความชัดเจน ถูกต้องของข้อมูล Package Tour ที่แสดงบนเว็บไซต์					
การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแสดงข้อมูล Package Tour เช่น ภาพเคลื่อนไหว การใช้รูปภาพ ภาพ 3 มิติ เป็นต้น					
ความเหมาะสมของราคาการขาย Package Tour เมื่อเทียบกับการซื้อด้วยวิธีอื่น เช่น การเดินทางไปซื้อที่ร้าน/บริษัท					
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล Package Tour บนเว็บไซต์					
2. ด้านระบบบริการสั่งซื้อ					
ความชัดเจนในการชี้แจงวิธีการสั่งซื้อและการให้บริการ					
ขั้นตอนในการซื้อ Package Tour					
3. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย					
การรักษาความลับของลูกค้าที่ใช้บริการ					
การรับรองความปลอดภัยในการชำระเงินจากสถาบันการเงิน/ธนาคาร					
การชี้แจงถึงวิธีการรักษาความปลอดภัยบนเว็บไซต์					
4. ด้านการให้บริการ					
การประกันการซื้อ Package Tour ในปัจจุบัน เช่น ถ้าเกิดความผิดพลาดในการนำเที่ยวมีการเปลี่ยนการบริการให้ใหม่					
การให้คำปรึกษาหลังการให้บริการ					
การแนะนำการบริการใหม่ ๆ หลังการให้บริการ					

**ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรายการนำเที่ยวแบบ
เหม่าจ่าย (Package Tour) ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism)**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรายการนำเที่ยว
แบบเหม่าจ่าย (Package Tour) ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism) อย่างไร

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มากที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปาน กลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อย ที่สุด 1
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/Service)					
ความครบถ้วนของข้อมูลการซื้อ Package Tour					
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและน่าติดตาม					
ข้อมูลความปลอดภัยในการซื้อ Package Tour เกี่ยวกับการรักษาสิทธิ ในข้อมูลส่วนบุคคล และมีการประกาศให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ทราบ					
ข้อมูลรายละเอียดการซื้อ Package Tour และการให้บริการที่เสนอ ขาย					
ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ บุคคลที่ติดต่อได้					
เว็บไซต์ใช้งานง่าย เข้าถึงการซื้อ Package Tour ได้สะดวกรวดเร็ว					
มีห้องสนทนา/กระดานแสดงความคิดเห็น Chat Room/Forum, Web board					
ข้อมูลการซื้อ Package Tour ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ มีการอัปเดต ข้อมูลเป็นประจำ					
แสดงข้อสถานที่และตราในการขาย Package Tour					
มีการแสดงผลแบบ Multimedia เช่น มี Web Cam, Audio, Video Clips					
มีระบบการลงทะเบียนเป็นสมาชิก					
2. ด้านราคา (Price)					
ราคาในการซื้อ Package Tour					
การแสดงราคา Package Tour					
ความหลากหลายด้านราคาของ Package Tour					
การซื้อ Package Tour มีราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น					
เงื่อนไขในการซื้อ Package Tour การชำระเงิน การคืนเงินกรณี ยกเลิกหรือเลื่อนการเดินทาง และการรับประกัน					
มีระบบชำระเงินออนไลน์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต					

ปัจจัยด้านการตลาด	สำคัญ มากที่สุด 5	สำคัญ มาก 4	สำคัญ ปาน กลาง 3	สำคัญ น้อย 2	สำคัญ น้อย ที่สุด 1
มีการชำระเงินออนไลน์ เช่น เช็ค ธนาณัติ โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร พนักงานเก็บเงิน					
3. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
มีเกมส์หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตอบคำถามชิงรางวัล ฯลฯ					
มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ขาย Package Tour ทางสื่ออื่น ๆ นอกจากอินเทอร์เน็ต					
มีของฟรี เช่น รางวัล เทียบฟรี ฯลฯ					
มีส่วนลดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือมีการสะสมคะแนนเพื่อรับ สิทธิพิเศษ					
มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก					
มี Link เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ					
4. ด้านกระบวนการ (Process of Service Production)					
ความยุ่งยากในขั้นตอนซื้อ Package Tour เช่น มีขั้นตอนมากเกินไป					
มีความปลอดภัยในการชำระเงิน					
มีส่วนบริการลูกค้า (Customer Service) แบบออนไลน์					
มีระบบอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้ว เช่น สามารถ ทำการซื้อ Package Tour ได้ภายในเวลารวดเร็ว					
สามารถออกหลักฐานการชำระเงิน (Invoice) หรือเอกสารหลักฐานใน การขอรับบริการ (Voucher) ให้แก่ซื้อ Package Tour ได้ด้วยระบบ ออนไลน์					
สามารถเลือกใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ					

ตอนที่ 5 การตัดสินใจซื้อ Package Tour ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Tourism)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการตัดสินใจของท่าน	ซื้อ Package Tour ซ้ำ	เลิกการซื้อ Package Tour
ท่านคิดว่าจะยังคงทำการซื้อ Package Tour ผ่านทางเว็บไซต์อีกต่อไป		

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism) ที่ท่านใช้บริการ

.....

.....

“ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”

มหาวิทยาลัยนเรศวร

แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ

**The Study of Marketing Factors that affect the Customers'
Decisions in buying products and services via E – Tourism**

This questionnaire is a part of thesis entitled “The Study of Marketing Factors that affect the Customers' Decisions in buying products and services via E – Tourism”, according to the master degree program on Hotel and Tourism, Liberal Arts Faculty, Naresuan University

Please fill in the questionnaire. The study result will be useful for inbound e-tourism website development which will be in line with service demand and enable an e-commerce to be operated effectively in the world market.

Remark E-tourism website is the website operated through internet system network by offering tourism product or service. This study will include three categories of business related to tourism namely; e-ticketing, hotel reservations and package tour.

Have you ever reserved or bought tourism product and service through website?

- ☐ Yes (please mention type of product and service)
- ☐ Air Ticketing
 - ☐ Hotel Reservations
 - ☐ Package Tour
- ☐ Never because (you can choose more than 1 answer.)
- ☐ No interest in using tourism service from website
 - ☐ Difficult steps concerned with product purchase or service use, and inconvenience.
 - ☐ Unable to bargain and change if requested
 - ☐ Product or service offered in the website is not interesting.
 - ☐ Don't trust to provide credit card information through internet
 - ☐ The use of tourism service on website is expensive than the use of another type of service.
 - ☐ Not sure about service after payment
 - ☐ No credit card

Part 1 Qualification and Characters of Participant (confidential)

Notification Please mark ☒ in **O** in front of your choice.

1.1 Please give your e-mail address

1.2 Sex ☐ Male ☐ Female

1.3 Age ☐ Below 15 years ☐ 15-24 years
☐ 25-34 years ☐ 35-44 years
☐ 45-54 years ☐ 55-64 years
☐ 65 years and above

1.4 Education ☐ Below or Equivalent to High School / Vocational Degree ☐ Diploma
☐ Bachelor Degree ☐ Higher than bachelor degree

1.5 Occupation ☐ Student ☐ Housewife
☐ Government/State Government Official ☐ Employee
☐ Merchant / Own business ☐ Retirement
☐ Other (please mention)

1.6 Monthly Salary ☐ Below 5,000 Baht ☐ 5,000 -9,999 Baht
☐ 10,000 -29,999 Baht ☐ 30,000 -49,999 Baht
☐ 50,000 Baht and above

For those who have ever bought Air-Ticket

Part 2 Experience in Using Website for E-Ticketing

Notification Please mark $\checkmark$ in **O** in front of your choice.

1. How many time you bought e-ticket via website within this year?

☐ 1 – 3

☐ 4 – 6

☐ More than 7

2. What website you ever bought an e-ticket? (Please mention)

1. http://

2. http://

3. http://

☐ Forget the website

3. How do you know about the website used to buy a ticket? (You can choose more than 1 answer.)

☐ TV

☐ Newspaper/ Magazine

☐ Leaflets

☐ Billboard on road

☐ Link from another website

☐ Picture on vehicles such as taxi, bus, tri-cycle, wagon or private car

☐ Search website from search engine or directory website

☐ Other (please mention).....

☐ Search additional website name after knowing the product and service

operator

4. How satisfy you are for e-ticketing?

☐ very satisfy ☐ satisfy

☐ quite satisfy

☐ not satisfy

Please explain briefly.

.....

.....

Part 3 Satisfaction toward Decision in Buying a Ticket Via E-Tourism

Notification Please mark ☒ in front of your choice.

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
1. Basic Structure of E-Ticketing Reservations on website					
Internet Use					
Spread of internet network used for ticketing					
Quality and efficiency of internet network					
Service fee and current internet communication					
Number of website used to help search required ticket information					
Convenience in using website for searching ticket information					
E-Ticketing Website					
Reliability of website					
Conciseness of ticket information displayed on website					
Technology used to show ticketing information such as animation, 3 dimension picture etc.					
Appropriateness of ticket fare when compared with another type of ticketing such as buying from the agent/company					
Convenience in searching ticketing information on website					
2. Order System					
Conciseness of notification for order and service					
Step concerned with ticket reservation					
3. Security System					
Security of customer confidential					
Guarantee the security when payment from financial institute/bank					
Notification about security on website					

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
4. Services					
Guarantee current ticketing such as re-route arrangement for mistake in journey					
Advise after service					
Recommendation about new service					

Part 4 Marketing Factors Influenced toward Buying Decision Behavior of E-Tourism Products and Services

Notification Please mark ✓ in front of your choice.

What do you think about marketing factors influenced toward buying decision behavior of E-Tourism products and services?

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
1. Product and Service					
Perfection of ticketing information					
Interesting data presentation form					
Security information in ticketing about personal data and announcement to website visitor					
Details of ticket and service offered					
Details of service operator and contact person					
Easy to use the website and access when ticketing					
Provide chat room, forum, webboard					
Updated ticket information					
Show place and logo in ticketing					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
Display the result in the form of multimedia such as web Cam, Audio, Video Clips					
Provide membership registration system					
2. Price					
Ticket fare					
Ticket fare display					
Variety of ticket fare					
Ticket is cheaper than buying from another source.					
Conditions in ticketing, payment, refund in case of cancellation or postpone and guarantee					
Having online payment such as credit card, debit card					
Having off line payment such as cheque, money order, transfer, messenger.					
3. Promotion					
Having games or activities such as lucky winner etc.					
Advertisement/public relations on another channels besides internet					
Free gift such as free ticket etc.					
Discount and promotional activity or point accumulation for special privilege					
Privilege for member					
Having link to another sources of tourism information					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
4. Process of Service Production					
Difficulty of ticketing such as too many steps.					
Safety payment					
Having online customer service					
Having a system to provide after service to customer such as enable to order or reserve ticket rapidly					
Able to issue an invoice or voucher on line to customer					
Able to choose another language besides Thai and English					

Part 5 Decision to Purchase Ticket via E-Tourism

Notification Please mark ☒ in front of your choice.

Your Decision Behavior	Buy more ticket	Quit to buy ticket
Would you like to buy more plane ticket through website?		

Recommendation for E-Tourism development

.....

.....

.....

"Thank you for your kind cooperation."

For those who have ever bought hotel reservations

Part 2 Experience in Using Website for Hotel Reservations

Notification Please mark $\checkmark$ in ☐ in front of your choice.

1. How many time you made a reservation hotel via website with in this year?

- ☐ 1 – 3
☐ 4 – 6
☐ more than 7

2. What website you ever made a reservation hotel? (please mention)

1. http://
 2. http://
 3. http://
☐ Forget the website

3. How do you know about the website used to hotel reservation? (You can choose more than 1 answer.)

- | | |
|--|--|
| ☐ TV | ☐ Radio |
| ☐ Newspaper/ Magazine | ☐ Relatives or Friends |
| ☐ Leaflets | ☐ Website Directory |
| ☐ Billboard on road | ☐ Billboard on website |
| ☐ Link from another website | ☐ Can't remember |
| ☐ Picture on vehicles such as taxi, bus, tri-cycle, wagon or private car | |
| ☐ Search website from search engine or directory website | |
| ☐ Other (please mention)..... | |
| ☐ Search additional website name after knowing the product and service | |

operator

4. How satisfy you are for hotel reservation?

- ☐ very satisfy ☐ satisfy ☐ quite satisfy ☐ not satisfy

Please explain briefly.

.....

Part 3 Satisfaction toward Decision in Reservation a Hotel Via E-Tourism

Notification Please mark ☒ in front of your choice.

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
1. Basic Structure of Hotel Reservations on website					
Internet Use					
Spread of internet network used for hotel reservations					
Quality and efficiency of internet network					
Service fee and current internet communication					
Number of website used to help search required hotel information					
Convenience in using website for searching hotel information					
Hotel Reservations Website					
Reliability of website					
Conciseness of hotel information displayed on website					
Technology used to show hotel information such as animation, 3 dimension picture etc.					
Appropriateness of hotel fare when compared with another type of hotel such as buying from the agent/company					
Convenience in searching hotel information on website					
2. Order System					
Conciseness of notification for order and service					
Step concerned with hotel reservation					
3. Security System					
Security of customer confidential					
Guarantee the security when payment from financial institute/bank					
Notification about security on website					

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
4. Services					
Guarantee current hotel reservation such as re-reservation arrangement for mistake in to stay					
Advise after service					
Recommendation about new service					

Part 4 Marketing Factors Influenced toward Buying Decision Behavior of E-Tourism Products and Services

Notification Please mark ☒ in front of your choice.

What do you think about marketing factors influenced toward buying decision behavior of E-Tourism products and services?

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
4. Product and Service					
Perfection of hotel information					
Interesting data presentation form					
Security information in hotel reservation about personal data and announcement to website visitor					
Details of hotel reservation and service offered					
Details of service operator and contact person					
Easy to use the website and access when hotel reservation					
Provide chat room, forum, web board					
Updated hotel reservation information					
Show place and logo in hotel reservation					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
Display the result in the form of multimedia such as web Cam, Audio, Video Clips					
Provide membership registration system					
2. Price					
Hotel reservation fare					
Hotel reservation fare display					
Variety of Hotel reservation fare					
Hotel is cheaper than buying from another source.					
Conditions in hotel reservation, payment, refund in case of cancellation or postpone and guarantee					
Having online payment such as credit card, debit card					
Having off line payment such as cheque, money order, transfer, messenger.					
3. Promotion					
Having games or activities such as lucky winner etc.					
Advertisement/public relations on another channels besides internet					
Free gift such as free to staying etc.					
Discount and promotional activity or point accumulation for special privilege					
Privilege for member					
Having link to another sources of tourism information					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
4. Process of Service Production					
Difficulty of hotel reservation such as too many steps.					
Safety payment					
Having online customer service					
Having a system to provide after service to customer such as enable to order or reserve hotel rapidly					
Able to issue an invoice or voucher on line to customer					
Able to choose another language besides Thai and English					

Part 5 Decision to Purchase Hotel Reservation via E-Tourism

Notification Please mark ✓ in front of your choice.

Your Decision Behavior	more hotel reservation	Quit to hotel reservation
Would you like to reservation more plane hotel through website?		

Recommendation for E-Tourism development

.....

.....

.....

"Thank you for your kind cooperation."

For those who have ever bought Package Tour

Part 2 Experience in Using Website for Package Tour

Notification Please mark ☒ in ☐ in front of your choice.

1. How many time you bought package tour via website with in this year?

☐ 1 – 3

☐ 4 – 6

☐ More than 7

2. What website you ever bought a package tour? (Please mention)

1. http://

2. http://

3. http://

☐ Forget the website

3. How do you know about the website used to buy a package tour?

(You can choose more than 1 answer.)

☐ TV

☐ Radio

☐ Newspaper/ Magazine

☐ Relatives or Friends

☐ Leaflets

☐ Website Directory

☐ Billboard on road

☐ Billboard on website

☐ Link from another website

☐ Can't remember

☐ Picture on vehicles such as taxi, bus, tri-cycle, wagon or private car

☐ Search website from search engine or directory website

☐ Other (please mention).....

☐ Search additional website name after knowing the product and service

operator

4. How satisfy you are for package tour?

☐ very satisfy ☐ satisfy

☐ quite satisfy

☐ not satisfy

Please explain briefly.

.....

.....

Part 3 Satisfaction toward Decision in Buying a Package Tour Via E-Tourism

Notification Please mark $\checkmark$ in front of your choice.

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
1. Basic Structure of Package Tour Reservations on website					
Internet Use					
Spread of internet network used for package tour					
Quality and efficiency of internet network					
Service fee and current internet communication					
Number of website used to help search required package tour information					
Convenience in using website for searching package tour information					
E-Ticketing Website					
Reliability of website					
Conciseness of package tour information displayed on website					
Technology used to show package tour information such as animation, 3 dimension picture etc.					
Appropriateness of package tour fare when compared with another type of package tour such as buying from the agent/company					
Convenience in searching package tour information on website					
2. Order System					
Conciseness of notification for order and service					
Step concerned with package tour reservation					
3. Security System					
Security of customer confidential					
Guarantee the security when payment from financial institute/bank					
Notification about security on website					

Your Satisfaction	Most Satisfy 5	Very Satisfy 4	Fairly Satisfy 3	Quite Satisfy 2	Satisfy 1
4. Services					
Guarantee current package tour such as re-route arrangement for mistake in journey					
Advise after service					
Recommendation about new service					

Part 4 Marketing Factors Influenced toward Buying Decision Behavior of E-Tourism Products and Services

Notification Please mark $\checkmark$ in front of your choice.

What do you think about marketing factors influenced toward buying decision behavior of E-Tourism products and services?

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
1. Product and Service					
Perfection of package tour information					
Interesting data presentation form					
Security information in package tour about personal data and announcement to website visitor					
Details of package tour and service offered					
Details of service operator and contact person					
Easy to use the website and access when package tour					
Provide chat room, forum, webboard					
Updated package tour information					
Show place and logo in package tour					
Display the result in the form of multimedia such as web Cam, Audio, Video Clips					
Provide membership registration system					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
2. Price					
Package Tour fare					
Package Tour fare display					
Variety of package tour fare					
Package tour is cheaper than buying from another source.					
Conditions in package tour, payment, refund in case of cancellation or postpone and guarantee					
Having online payment such as credit card, debit card					
Having off line payment such as cheque, money order, transfer, messenger.					
3. Promotion					
Having games or activities such as lucky winner etc.					
Advertisement/public relations on another channels besides internet					
Free gift such as free package tour etc.					
Discount and promotional activity or point accumulation for special privilege					
Privilege for member					
Having link to another sources of tourism information					
4. Process of Service Production					
Difficulty of package tour such as too many steps.					
Safety payment					
Having online customer service					

Marketing Factors	Most Important 5	Very Important 4	Fairly Important 3	Quite Important 2	Important 1
Having a system to provide after service to customer such as enable to order or reserve package tour rapidly					
Able to issue an invoice or voucher on line to customer					
Able to choose another language besides Thai and English					

Part 5 Decision to Purchase Package Tour via E-Tourism

Notification Please mark ✓ in front of your choice.

Your Decision Behavior	Buy more package tour	Quit to buy package tour
Would you like to buy more plane package tour through website?	☐	☐

Recommendation for E-Tourism development

.....

.....

"Thank you for your kind cooperation."



ภาคผนวก ข

ภาพลงประกาศแบบสอบถามบนเว็บไซต์

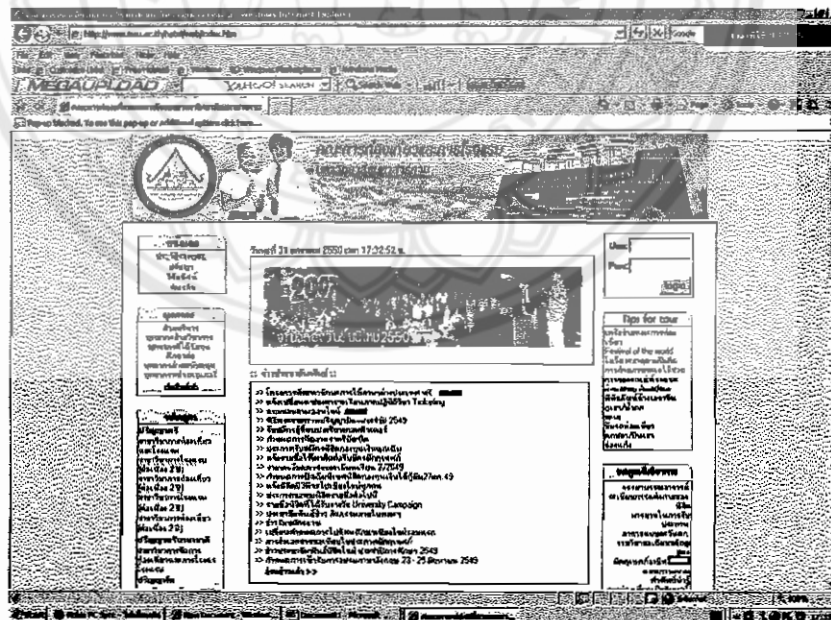
มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ข

ภาพลงประกาศแบบสอบถามบนเว็บไซต์



ภาพ 13 แสดงการลงประกาศแบบสอบถามบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ภาพ 14 แสดงการลงประกาศแบบสอบถามบนเว็บไซต์การคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แบบสอบถาม

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริการ

ขอแจ้งการขอสงวนลิขสิทธิ์ของเอกสารวิจัย (E-Tourism)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง-ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (E-Tourism) ในหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

คุณ/คุณสม/นาย/นาง/นางสาว/นาย เป็นเจ้าพนักงานเป็นเจ้าพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ระบบบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (E-Tourism) ในประเทศให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ และขอสงวนลิขสิทธิ์ในชื่อและเนื้อหาที่ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลในเอกสารนี้

หมายเหตุ: กรุณาทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในช่องว่างที่เหมาะสมกับคำตอบที่เลือก โดยทำเครื่องหมายกากบาทในช่องว่างที่เหมาะสมกับคำตอบที่เลือก

1. คุณเคยจองซื้อ หรือใช้บริการทางเว็บไซต์ระบบบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์หรือไม่?

☐ ใช่ (คุณระบุชนิดการซื้อสินค้าและบริการที่เลือกซื้อไว้)

☐ ไม่เคยซื้อ (E-Ticketing)

☐ ไม่เคย (Hotel Reservation)

☐ ไม่เคย (Package Tour)

ภาพ 15 แสดงการลงแบบสอบถามฉบับภาษาไทยบนเว็บไซต์

Questionnaire

The Study of Marketing Factors that affect the Customers' Decisions in buying products and services via E-Tourism

Decisions in buying products and services via E-Tourism

This questionnaire is a part of the research entitled "The Study of Marketing Factors that affect the Customers' Decisions in buying products and services via E-Tourism", according to the master degree program on Hotel and Tourism, Liberal Arts Faculty, Rajabhat Udon Thani.

Please fill in the questionnaire. The study result will be useful for e-tourism website development which will be in line with service demand and enable an e-commerce to be operated effectively in the world market.

Remark: E-tourism website is the website operated through internet system network by offering tourism product or service. This study will include three categories of business related to tourism namely: e-ticketing, hotel reservation and package tour.

1. Have you ever reserved or bought tourism product and service through website?

☐ Yes (please mention type of product and service)

☐ E-Ticketing

☐ Hotel Reservation

☐ Package Tour

☐ Never because (you can choose more than 1 answer)

☐ No interest in using tourism service from website

ภาพ 16 แสดงการลงแบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษบนเว็บไซต์



ภาคผนวก ค

หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยนเรศวร



ประกาศบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อควบคุมการทำวิทยานิพนธ์
ระดับปริญญาโท

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโท ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยมีคุณภาพ
และมาตรฐานสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นไปตามข้อ ๒๖.๒.๑
แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.๒๕๕๖

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๓ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.๒๕๓๓
บัณฑิตวิทยาลัยจึงแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อควบคุมการทำวิทยานิพนธ์ของ นางสาวลินจง โพธิ์
ศรีประจักษ์ ๔๔๙๑๒๗๔๙ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

- | | | |
|---------------------------|----------|-----------------------------|
| ๑. ดร.สันติธร | ภุชภักดี | ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | ธรรมบุตร | กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ |

ให้อาจารย์ที่ปรึกษาดำเนินการควบคุมการทำวิทยานิพนธ์ ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย
นเรศวร เรื่อง แนวปฏิบัติในการทำวิทยานิพนธ์ ประกาศ ณ วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๕๕

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ.๒๕๕๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์นิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร



ที่ ศธ 0527.02.01/ ๒143

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวลินจง โพธิ์รี รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง - ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี ดร.สันติธร ภูริภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูทมนวิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/6204

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ทองใบ สดขารี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวลลิตา โพธิ์ หนัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ โดยมี ดร.สันติธร ภูริภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/๒๕๔๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอมองขาม จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขออนุมัติคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ละเอียด สิลาน้อย

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวลินจง โพหาริ รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี ดร.สันติธร ภูริภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ กุศลนิบล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 111



ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานบริการการศึกษา โทร. 2438, 2066

ที่ ศธ 0527.02.01/๒๑๔๖

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์

ด้วยนางสาวลินจง โพชารี รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง - "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยว
ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท
โดยมี ดร.สันติธร ภูริภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0527.02.01/6247

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองข่าวสารท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวลินจง โพธิ์รี รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว โดย มี ดร.สันติธร ภูมิภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/6144

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวลินจง โพธิ์ศรี รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว โดยมี ดร.สันติธร ภูมิภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111



ที่ ศธ 0527.02.01/ 6149

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คณะบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวลลิตา พงษ์ศิริ รหัสประจำตัว 48912749 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism)" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต โดยมี ดร.สันติกร ภูมิภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้บัณฑิตวิทยาลัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 115 - 119

โทรสาร 0-5526-1000 - 4 ต่อ 2444 กด 111