

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). **สารคดีเข้าใจถิ่น เข้าใจเที่ยว เชียงราย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). **สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2550 จังหวัดเชียงราย**. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/643/Chiang%20Rai_Book2007.xls
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). **นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว“เที่ยวไทยคริกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก”**. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก <http://thai.tourismthailand.org/festival-event/grand-content-6119.html>
- กฤษณ์ รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุณหันธ์. (2547). **การมุ่งเน้นลูกค้าและการตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิต.
- เกรียงเทพ วีระนนทนาพันธ์, มิชาเอล ลิทท์มันน์ และคริสเตียน ไฮฟมันน์. (2546). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันต่อบริการด้านข้อมูลของมัคคุเทศก์ชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- เกียรติศักดิ์ หัสนิธิ. (2544). E-Tourism สื่อสารการท่องเที่ยวทางอิเล็กทรอนิกส์บทบาทต่อการท่องเที่ยวไทยนับจากปี 2000. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 20, 54 – 58.
- เกศลินี กลั่นบุศย์. (2540). **ความคาดหวังของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ พย.ม., กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถาบันธนาคารในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ สส.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์. (2537). **คุณภาพของบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์เวชสาร.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทน์ วรรณถนอม. (2547). **การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า.

- ชุกกลิน อุนวิจิตร และฤดีกร เดชาชัย. (2551). **โครงการสำรวจทัศนคติความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (จังหวัดเชียงราย).** กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ดวงศิริ เวียงคำ. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์.** การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เต็มดวง เจริญสุข. (2541). **การศึกษาเปรียบเทียบกิจกรรมการพยาบาลตามความคาดหวังกับตามความเป็นจริงของผู้คลอดและพยาบาล.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทรวงทิพย์ วงศ์พันธุ์. (2541). **คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทองหล่อ เดชไทย. (2540). **หลักการบริหารงานสาธารณสุข.** นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุข.
- ธัญวัชร ไชยตระกูลชัย. (2543). Marketing Thought: TA กับ CRM. Brand Age, 1(8), 146.
- นวรรตน์ ตฤยศิริ. (2531). **การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นันทพร รัฐถาวร. (2543). **การพัฒนาคุณภาพบริการของเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- นัยนา คำกันศิลป์. (2545). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและการบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ กรณีศึกษา เรือรอยัลโดมอนต์.** การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย, ศุภวัณณ์ พลายน้อย และสมศรี ศิริขวัญชัย. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2540). **การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 5).** กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- ปุ่นยวีร์ ศรีรัตน. (2551). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
กิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไทยไปกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) กรณีศึกษา
เส้นทางท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร,
พิษณุโลก.
- ผู้จัดการรายวัน. (2552). คนไทยไม่หวั่นเศรษฐกิจเที่ยวโต34%โพลล์ชี้ชอบของถูกโปรโมชัน
ลดราคา. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก [http://www.gotomanager.com/news/
details.aspx?id=77124](http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=77124)
- พิภพ อุดร. (2537). การตลาดสำหรับธนาคาร. *บริหารธุรกิจ*, 17, 59-63.
- พิมพ์ไพ ดิษฐรงค์. (2539). ความคาดหวังของประชาชน อำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อคุณสมบัติ
ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. วิทยานิพนธ์ ร.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พิศมัย จัตุรัตน์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำ
เที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์. (2530). พฤติกรรมองค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2542). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้
โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรกรรมของจังหวัดเชียงราย.
เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2536). พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 และ
กฎกระทรวง. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2553, จาก [http://www.lawamendment.go.th/
ow.asp?ID=3014](http://www.lawamendment.go.th/ow.asp?ID=3014)
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และ
กฎกระทรวง. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2553, จาก [http://www.thailawtoday.com/
component/content/94.html?task=view](http://www.thailawtoday.com/component/content/94.html?task=view)
- วาสนา อ่องเอี่ยม. (2546). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิชัย พรหมเมศ. (2537). ความคาดหวังของนักศึกษาสายอาชีพสังกัดกรมอาชีวศึกษาต่อการ
ทำงานภาคอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิฑูรย์ สิมะโชติ. (2541). TQM: ปฏิบัติการสู่องค์กรคุณภาพยุค 2000 (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ: TPA Publishing.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วิมลวรรณ สุธิบุตร. (2551). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2543). **การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2547). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: เพื่อฟ้าพรินต์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2539). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2546). **หลักการตลาด**. นครศรีธรรมราช: ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยลักษณะ.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ไศรยา หอมชื่น. (2545). **ตัวแทนการท่องเที่ยวในยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จุลสารการท่องเที่ยว**, 21, 51 - 53.
- สรัสวดี อาสาสรรพกิจ. (2542). **การศึกษาหาปัจจัยในการกำหนดความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). **ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2552). **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2552-2554**. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก http://www.cots.go.th/cr_develop.php

สำนักงานการพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). สถิติการขึ้นทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวในปี พ.ศ.2550.

สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic>

สำนักงานคลังจังหวัดเชียงราย. (2552). ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงราย พ.ศ.2550.

สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก http://www.chiangrai.net/dashboard1/Gpp/Import/Gpp1/%7B27683095_271025521016468%7D_%7B62301924_25925521045937%7D_Gpp.xls

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2551). คุณสมบัติของ

ผู้ประกอบการธุรกิจจ้่านำเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2553, จาก

<http://www.ismed.or.th/SME2/src/bin/controller.php?view=knowledgeInsite.KnowledgesDetail&p=&nid=&sid=71&id=584&left=92&right=93&level=3&lv1=3>

สิริพร จิตองอาจภักดี. (2548). พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของลูกค้าในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.

สุดาดวง เรืองรุจิ. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ขงพลเทรดดิ้ง.

สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2549). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:

ธนาพรส.

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2544). ระบบการบริหารจัดการท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน

สนับสนุนการวิจัย.

สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา

ขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2546). การศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็น

ตัวแทนของบริษัทนำเที่ยวข้ามชาติ กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวรายย่อยในประเทศไทย

กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย. เชียงราย: สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

Best ,R.J. (2000). Market-based management (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Bigne, J. Enrique, Anna S. Mattila, and Luisa Andreu. (2005). Quality market orientation tourist agencies perceived effects. N.P.: n.p.

Brown, S.W, E Gummerson, B Edvardson, and B Gustavsson (Eds.). (1991). Service Quality: Multidisciplinary and multinational perspectives. Massachusetts: Lexington Books.

- Feigenbaum, A.V. (1991). **TQM**. (3rd ed.). New York: Mc Graw – Hill.
- Gronroos, C. (1990). **Service management and marketing: Managing the moments of truths in service competition**. Massachusetts: Lexington Books.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management**. Englewoods Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Kotler, P., Bowen, J.T., and Makens, J.C.. (2006). **Marketing for hospitality and tourism** (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C.H., Patterson, P. and Walker, J.R. (2004). **Services management: An Asian Pacific and Australian perspective**. Sydney: Pearson Australia Group.
- McCarthy, Jerome E., and Perreaut, William D. (1994). **Essentials of marketing: A global – Managerial approach** (6th ed.). New York: Irwin.
- Mercille, Julien. (2005). **Media effects on image the case of Tibet**. N.P.: n.p.
- Mondy, R.W., Shaplin, A. and Premeaue, R.S. (1990). **Management and organization behavior**. London: Allyn and Saron.
- Morrison, A.M. (1989). **Hospitality and travel marketing**. New York: Delmar Publisher
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry and Valarie A. Zeithaml (2002), **Measuring and Improving Service Quality: A Literature Review and Research Agenda**. In Bart Weitz (ed.). **Handbook of marketing**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Parasuraman, A.Z. (2004). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: Free Press.
- Richard, O.L. (1997). **Satisfaction**. Boston: Mc Graw Hill.
- Stanton, William J. Futrell, Charles. (1987). **Fundamentals of marketing** (8th ed.). New York: McGraw – Hill.
- Sundbo, Jon, Orfila-Sintes, and Francian Sorensen Flemming. (2005). **The innovation behavior of tourism firm-comparative studies of Denmark and Spain**. N.P.: n.p.
- Victor, M.C. (1994). **Marketing in travel and tourism** (2nd ed.). Oxford: Heinemann Professional.
- Walker, J.R. (2006). **Introduction to hospitality** (4th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Zeithaml, Valarie, A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A conceptual model and synthesis of research. **Journal of Marketing**, 52(9), 2 - 22.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



มหาวิทยาลัยนเรศวร
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
(Marketing Mix Success Factors for Travel Company in Chiang Rai)

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดเชียงราย 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย และ 4) เพื่อเสนอปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อพัฒนากิจกรรมการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดเชียงรายที่ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดกรอกแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ขอขอบพระคุณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความหรือเขียนเติมคำลงในช่องว่างที่จัดไว้

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

☐ 21 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 50 – 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปี

3. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ มากกว่า 30,000 บาท

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโทขึ้นไป

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

☐ ข้าราชการ

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ลูกจ้างงานรับจ้างทั่วไป

☐ ผู้บริหารหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ ผู้บริหารบริษัทเอกชน

☐ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว

☐ เกษียณ

☐ นักศึกษาปริญญาโทขึ้นไป

☐ นักศึกษาปริญญาตรี

☐ นักเรียน

☐ พ่อบ้าน , แม่บ้าน

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความหรือเขียนเติมคำลงในช่องว่างที่จัดไว้

6. วัตถุประสงค์หลักที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ เพื่อพักผ่อน | ☐ เพื่อประชุม สัมมนา |
| ☐ เพื่อเยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน | ☐ เพื่อติดต่อธุรกิจ |
| ☐ อื่น(ระบุ)..... | |

7. ประเภทของการท่องเที่ยวที่ท่านใช้บริการหรือตั้งใจจะมาใช้บริการในจังหวัดเชียงราย

- | | |
|---|--|
| ☐ ผจญภัย ตื่นเต้น ทำทาย | ☐ ธุรกิจ สัมมนา |
| ☐ เสริมความงาม สปา | ☐ ศิลปวัฒนธรรม |
| ☐ จั๊บบ่าย ไร้สอย | ☐ ธรรมชาติ เขื่อนเวศน์ |
| ☐ ชนบทและเกษตร | ☐ กีฬา |
| ☐ พักผ่อน หย่อนใจ | ☐ ศาสนา แสงบุญ |
| ☐ บันเทิงยามราตรี | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) |

8. ท่านใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวนี้เป็นครั้งที่เท่าไร

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ ครั้งแรก | ☐ 2 ครั้งขึ้นไป |
|--------------------------------|-------------------------------------|

9. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดเชียงราย

- | | |
|---|-------------------------------|
| ☐ ตนเอง | ☐ เพื่อน |
| ☐ บุคคลในครอบครัว | ☐ คู่สมรส |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

10. แหล่งข้อมูลที่ได้รับความทราบเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายได้จากสื่อใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ ได้รับการติดต่อจากตัวแทน | ☐ ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยเดินทางมาก่อน |
| ☐ งานแสดงสินค้าจากการท่องเที่ยว | ☐ จากโฆษณาโทรทัศน์ |
| ☐ จากโฆษณานิยายสารทางการท่องเที่ยว | ☐ จากโฆษณาวิทยุ |
| ☐ จากอินเทอร์เน็ตและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ | ☐ จากจดหมายตรงถึงท่าน |

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง คำถามในส่วนนี้จะถามในเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ก่อนที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวโปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคาดหวังมากที่สุดในแต่ละคำถาม

- ระดับ 1 หมายถึง มีความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
- ระดับ 2 หมายถึง มีความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจในระดับน้อย
- ระดับ 3 หมายถึง มีความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- ระดับ 4 หมายถึง มีความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจในระดับมาก
- ระดับ 5 หมายถึง มีความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ระดับความคาดหวัง ก่อนใช้บริการ					ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยว					
					2. ความหลากหลายของโปรแกรมการนำเที่ยว					
					3. ความสะอาดสบายของสถานที่พักแรม, ยานพาหนะ, สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น					
					4. ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท					
					5. มีการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ					
					6. มีการจัดช่วงและระยะเวลาในการเดินทางที่ เหมาะสม					

ระดับความคาดหวังก่อน ใช้บริการ					ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. ราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยว และการบริการ					
					2. ราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ					
					3. ราคาค่าบริการเหมาะสมตามฤดูกาลการ ท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ					
					4. มีการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงิน สด โอนเงิน และบัตรเครดิต					

ระดับความคาดหวังก่อน ใช้บริการ					ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการสะดวกในการ ติดต่อ					
					2. มีจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้บริการ					
					3. สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและชำระ ค่าบริการผ่าน Internet ได้					
					4. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านบริการบัตร เครดิต					
					5. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงานเทศกาล ท่องเที่ยว เช่นงานไทยเที่ยวไทย ของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					

ระดับความคาดหวังก่อน ให้บริการ					ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ หลังให้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับจากการ ท่องเที่ยว					
					2. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้จดหมายเชิญ ชวน					
					3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์					
					4. มีการโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต					
					5. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้า ทางการ ท่องเที่ยว					
					6. มีการให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว					

ระดับความคาดหวังก่อน ให้บริการ					ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ หลังให้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. พนักงานมีความรู้ความชำนาญ					
					2. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ					
					3. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค					
					4. พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
					5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส					
					6. พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกาย เหมาะสม					



ระดับความคาดหวังก่อน ใช้บริการ					ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่ง ทันสมัย สวยงาม และมีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย					
					2. เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการหรือด้าน คุณภาพ					
					3. เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม					
					4. รถที่ให้บริการนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัย และสะดวกสบาย					

ระดับความคาดหวังก่อน ใช้บริการ					ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ					
					2. มีการให้บริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า					
					3. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือ ได้					
					4. มีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง					
					5. มีความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและ ยานพาหนะ					

ระดับความคาดหวังก่อน ใช้บริการ					ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	ระดับความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการบริการ				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยวและการให้บริการ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
					2. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นมิตร					
					3. ลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตร ทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก					

โดยสรุปการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวครั้งนี้ ท่านมีความพึงพอใจหรือไม่

☐ พึงพอใจ ☐ ไม่พึงพอใจ ☐ ไม่แน่ใจ

ในอนาคต ถ้าท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอีก ท่านจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวนี้อีกหรือไม่

☐ กลับมาใช้ ☐ ไม่กลับมาใช้ ☐ ไม่แน่ใจ

ท่านคิดว่าท่านจะแนะนำให้ผู้ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายให้ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวนี้อีกหรือไม่

☐ แนะนำ ☐ ไม่แนะนำ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
(Marketing Mix Success Factors for Travel Company in Chiang Rai)

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยว

กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสำหรับธุรกิจนำเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเป็นข้อมูลแก่ผู้สนใจใช้ประกอบการพิจารณาลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

ขอขอบพระคุณ

นางสาวชนมณัฐรักษ์ ฤทธิวิเศษ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความหรือเขียนเติมคำลงในช่องว่างที่จัดไว้

1. ตำแหน่งสูงสุดในกิจการ

☐ เจ้าของกิจการ

☐ กรรมการผู้จัดการ

☐ ผู้จัดการ

☐ ฝ่ายการตลาด

2. รูปแบบของธุรกิจ

☐ เจ้าของคนเดียว

☐ บริษัทจำกัด

☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

☐ 1-5 ปี

☐ 6-10 ปี

☐ 11-15 ปี

☐ มากกว่า 15 ปี

4. จำนวนทุนจดทะเบียนเริ่มต้น/ทุนเริ่มต้น

☐ ต่ำกว่า 1,000,000 บาท

☐ 1,000,000 – 2,000,000 บาท

☐ 2,000,001 – 3,000,000 บาท

☐ มากกว่า 3,000,000 บาท

5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ

☐ หน่วยงานราชการ อาทิเช่น อบต.อบจ.

☐ สถาบันการศึกษา

☐ บริษัทเอกชน

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. การเข้าร่วมเครือข่าย/พันธมิตรของธุรกิจ

☐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

☐ สายการบิน

☐ สมาคมท่องเที่ยว

☐ โรงแรม

☐ ร้านอาหาร

☐ ธนาคาร

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. จำนวนลูกค้าของบริษัทคิดเป็นร้อยละเท่าใดของนักท่องเที่ยวในตลาดจังหวัดเชียงราย โดย
ถัวเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2550-2552

- ☐ - (.....) %
- ☐ 0%
- ☐ 1-5%
- ☐ 6-10%
- ☐ มากกว่า 10%

8. ผลประกอบการที่เป็นตัวเงินของธุรกิจโดยถัวเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2550-2552 โดย ✓ ลงในช่องว่าง

ผลประกอบการ	เปอร์เซ็นต์ผลการดำเนินงานโดยถัวเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2550-2552				
อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย	(-) %	0%	1-5%	6-10%	มากกว่า 10%
	☐	☐	☐	☐	☐

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด
ของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุดในแต่ละคำถาม

- ระดับ 1 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด
- ระดับ 2 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับน้อย
- ระดับ 3 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- ระดับ 4 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับมาก
- ระดับ 5 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง					
2. ธุรกิจมุ่งเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า					
3. ธุรกิจให้ความสำคัญกับความชัดเจนในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ					
4. ธุรกิจเชื่อมั่นว่าสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ					
5. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเหมาะสม					

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์สูงกว่าบริษัททัวร์อื่นๆ (บริการโรงแรม, อาหาร ระดับสูง)					
2. ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีราคาเท่ากับบริษัททัวร์อื่นๆ					
3. ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้ต่ำกว่าบริษัททัวร์อื่นๆ					
4. ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือก					
5. ธุรกิจตั้งราคาค่าบริการเหมาะสมตามฤดูกาลการท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ					
6. ธุรกิจให้เงื่อนไขการชำระค่าบริการโดยให้มีการแบ่งจ่ายหรือชำระเป็นงวดๆ					

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านตัวแทนขาย					
2. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านพนักงานขาย					
3. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านบริการบัตรเครดิต					
4. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านอินเทอร์เน็ต					
5. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
6. ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์ผ่านบุุชของบริษัทท่องเที่ยว					

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยใช้การโฆษณาเช่น นิตยสารท่องเที่ยว โฆษณา ทีวี วิทยุ					
2. ธุรกิจมีการแสดงความขอบคุณลูกค้าเสมอ เช่น ส่งการ์ดอวยพร, กระเช้าของขวัญ, โทรศัพท์ขอบคุณ					
3. ธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย เช่น การลดแลก แจก แถม โปรแกรมทัวร์ต่างๆ					
4. ธุรกิจส่งเสริมการตลาด โดยการขายโดยบุคคลคือมีพนักงานขาย					
5. ธุรกิจมีการรับผิดชอบต่อสังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร เช่น การเข้าร่วมโครงการเพื่อช่วยเหลือสังคม					

ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ					
2. ธุรกิจเน้นบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ					
3. บุคลากรของธุรกิจเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
4. บุคลากรของธุรกิจเข้าใจความต้องการของลูกค้าและมีเทคนิคการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ					
5. บุคลากรของธุรกิจเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า					

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ธุรกิจมีการตกแต่งสำนักงานให้มีความสวยงาม สะดวกสบายในการเข้ามาติดต่อ					
2. ธุรกิจปรับปรุงความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการสม่ำเสมอ					
3. ธุรกิจจัดเตรียมความพร้อมของเอกสารแผ่นพับ, แผนที่และเอกสารอื่นๆ ที่ใช้แจกลูกค้า					
4. ธุรกิจเน้นความสำคัญของเครื่องแต่งกายของพนักงานให้มีความเหมาะสม					
5. ธุรกิจเน้นคุณภาพของรถที่ให้บริการนำเที่ยว ให้มีความปลอดภัย ทันสมัยและสะดวกสบาย					

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
5. ธุรกิจมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการต่อลูกค้า					
6. ธุรกิจมีการให้บริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจในความต้องการของลูกค้า					
7. ธุรกิจมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้					
8. ธุรกิจมีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง					
9. ธุรกิจมีการให้บริการด้านสถานที่พักแรมและ ยานพาหนะอย่างปลอดภัย					

ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
4. ธุรกิจให้ความสำคัญมีพันธมิตรทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือ					
5. ธุรกิจมีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ทั้งด้านอุปสงค์ (Demand) อาทิเช่น กลุ่มลูกค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมท่องเที่ยว และ ด้านอุปทาน (Supply) อาทิเช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ฯลฯ					
6. ธุรกิจให้ความสำคัญในการเป็นสมาชิกสมาคมท่องเที่ยว หรือ การร่วมกลุ่มการสร้างพันธมิตรใหม่					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย

ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยจำแนกเป็นรายข้อ

ตาราง 41 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย ก่อนที่ใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยจำแนกเป็นรายข้อ

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ				
1. ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำ เที่ยว	158.83	146.282	.521	.835
2. ความหลากหลายของโปรแกรมการนำ เที่ยว	153.63	148.585	.388	.838
3. ความสะดวกสบายของสถานที่พักแรม, ยานพาหนะ, สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น	153.63	150.930	.289	.841
4. ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของ บริษัท	153.73	150.409	.291	.841
5. มีการให้ประกันความเสียหายให้กับ ผู้ใช้บริการ	153.87	146.051	.515	.835
6. มีการจัดช่วงและระยะเวลาในการ เดินทางที่เหมาะสม	154.37	149.482	.358	.839
ด้านราคา				
1. ราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรม นำเที่ยวบริการ	153.90	147.610	.446	.837
2. ราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการ รายอื่น ๆ	154.47	156.395	.006	.848
3. ราคาค่าบริการเหมาะสมตามฤดูกาล การท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ	154.63	154.240	.111	.845

ตาราง 41 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
4. มีการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงิน และ บัตรเครดิต	154.50	156.328	.013	.847
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ สะดวกในการติดต่อ	153.67	148.151	.413	.838
2. มีจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้ บริการ	153.97	147.895	.407	.838
3. สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยว และชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้	153.97	147.137	.422	.837
4. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่าน บริการบัตรเครดิต	153.90	148.783	.387	.838
5. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงาน เทศกาลท่องเที่ยว เช่นงานไทยเที่ยว ไทย ของ ททท.	153.90	147.955	.429	.837
ด้านส่งเสริมการตลาด				
1. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่น พับจากการท่องเที่ยว	153.93	147.995	.414	.838
2. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ จดหมายเชิญชวน	153.90	145.748	.542	.834
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทาง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	153.97	147.551	.424	.837
4. มีการโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	153.57	148.806	.393	.838

ตาราง 41 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
5. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้า ทางการท่องเที่ยว	154.27	154.754	.080	.846
6. มีการให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว	153.60	148.662	.381	.839
ด้านบุคลากร				
1. พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	153.67	150.920	.275	.841
2. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	153.97	156.861	.016	.849
3. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอ ภาค	153.87	146.326	.501	.835
4. พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่าง รวดเร็ว	153.67	148.575	.392	.838
5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็น กันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส	153.77	151.357	.250	.842
6. พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกาย เหมาะสม	153.87	156.947	.021	.849
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่งทันสมัย สวยงาม และมีความเป็น ระเบียบเรียบร้อย	153.87	158.051	.070	.850
2. เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการ หรือด้านคุณภาพ	154.07	157.582	.047	.849
3. เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความ เหมาะสม	153.93	145.926	.491	.835
4. รถที่ให้บริการนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัยและสะอาดสบาย	153.70	148.976	.377	.839

ตาราง 41 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านกระบวนการให้บริการ				
1. ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ	153.90	148.576	.375	.839
2. มีการให้บริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจใน ความต้องการของลูกค้า	154.00	147.931	.395	.838
3. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	153.93	149.651	.332	.840
4. มีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	153.97	149.620	.343	.840
5. มีความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและ ยานพาหนะ	154.00	149.655	.332	.840
ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ				
1. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยวและการให้บริการ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	153.87	144.947	.571	.834
2. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็น มิตร	153.90	145.886	.507	.835
3. ลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและ พันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก	153.60	149.628	.353	.839
รวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย ก่อนที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว			.844	

ตาราง 42 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยจำแนกเป็นรายข้อ

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ				
1. ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยว	154.23	137.426	.443	.826
2. ความหลากหลายของโปรแกรมการนำเที่ยว	154.03	138.930	.370	.828
3. ความสะดวกสบายของสถานที่พักแรม, ยานพาหนะ, สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น	154.03	141.344	.262	.831
4. ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท	154.07	139.651	.317	.829
5. มีการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ	154.23	136.185	.508	.824
6. มีการจัดช่วงและระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม	154.73	139.651	.344	.829
ด้านราคา				
1. ราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยวและการบริการ	154.27	137.582	.446	.826
2. ราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ	154.83	145.454	.035	.837
3. ราคาค่าบริการเหมาะสมตามฤดูกาลการท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ	155.00	143.034	.157	.834
4. มีการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงิน และ บัตรเครดิต	154.87	145.637	.031	.837



ตาราง 42 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการสะดวก ในการติดต่อ	154.00	139.517	.335	.829
2. มีจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้ บริการ	154.37	137.964	.390	.827
3. สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและ ชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้	154.33	137.264	.414	.826
4. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านบริการ บัตรเครดิต	154.27	138.409	.402	.827
5. สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงาน เทศกาลท่องเที่ยว เช่นงานไทยเที่ยวไทย ของ ททท	154.27	137.926	.427	.826
ด้านส่งเสริมการตลาด				
1. มีการประชาสัมพันธ์โดยการให้แผ่นพับ จากการท่องเที่ยว	154.30	138.217	.399	.827
2. มีการประชาสัมพันธ์โดยการให้จดหมาย เชิญชวน	154.27	135.789	.542	.823
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	154.33	138.092	.394	.827
4. มีการโฆษณาผ่านสื่อทางอินเตอร์เน็ต	153.93	138.547	.403	.827
5. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้า ทางการท่องเที่ยว	154.60	144.455	.075	.836
6. มีการให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว	153.97	138.378	.391	.827

ตาราง 42 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านบุคลากร				
1. พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	154.03	140.654	.280	.830
2. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	154.30	147.872	.082	.840
3. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	154.13	137.154	.515	.824
4. พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	154.00	138.276	.399	.827
5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส	154.20	142.166	.196	.833
6. พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกายเหมาะสม	154.20	146.372	.009	.838
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่งทันสมัย สวยงาม และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	154.27	148.271	.100	.841
2. เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการ หรือด้านคุณภาพ	154.37	148.171	.097	.840
3. เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม	154.23	136.392	.472	.825
4. รถที่ให้บริการนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัยและสะอาดสบาย	154.03	140.861	.309	.830

ตาราง 42 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ด้านกระบวนการให้บริการ				
1. ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ	154.23	138.530	.386	.827
2. มีการให้บริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจใน ความต้องการของลูกค้า	154.37	137.964	.390	.827
3. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	154.33	138.989	.370	.828
4. มีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	154.37	139.206	.370	.828
5. มีความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและ ยานพาหนะ	154.30	141.390	.238	.832
ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ				
1. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยว และการให้บริการตอบสนองต่อความ ต้องการของลูกค้า	154.23	135.082	.566	.822
2. บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็น มิตร	154.20	138.303	.389	.827
3. ลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและ พันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก	153.93	138.547	.403	.827
รวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลัง ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว			.833	

ภาคผนวก ค สรุปสถิติข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงราย ปี 2550

รายการข้อมูล		ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน		978,759	179,040	1,157,799
นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร		836,947	153,105	990,052
		141,812	25,935	167,747
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง		978,759	179,040	1,157,799
เครื่องบิน		145,844	66,768	212,612
ประเภท	รถไฟ	-	-	-
การเดินทาง	รถโดยสารประจำทาง	307,446	51,493	358,939
	รถส่วนตัวและรถนำเที่ยว	525,469	60,779	586,248
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก		836,947	153,105	990,052
โรงแรม		362,515	93,622	456,137
เกสต์เฮาส์		21,289	23,727	45,016
บังกะโล/รีสอร์ท		153,538	16,557	170,095
บ้านญาติ/เพื่อน		280,301	17,770	298,071
ที่พักในอุทยานฯ		4,325	140	4,465
บ้านรับรองฯ		8,947	-	8,947
อื่น ๆ (อพาร์ทเมนท์ วัด เป็นต้น)		6,032	1,289	7,321
ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)		3.23	3.00	3.19
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)		2,363.64	3,004.00	2,456.99
นักท่องเที่ยว		2,396.04	3,078.98	2,495.27
นักทัศนอาจร		1,745.98	1,674.96	1,735.00
รายได้ (ล้านบาท)		6,726.00	1,458.74	8,184.74
นักท่องเที่ยว		6,478.40	1,415.30	7,893.70
นักทัศนอาจร		247.60	43.44	291.04

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงราย, 2550

ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บข้อมูลวิจัยจากธุรกิจนำเที่ยวใน
จังหวัดเชียงราย 12 บริษัท ดังนี้

1. เชียงรายฟาร์อีสท์เทอร์นทัวร์
2. หมิงทรานสปอร์ต
3. พันธุ์จินดาบริการ (พีดีทัวร์)
4. ท็อปนอร์ททัวร์แอนด์เซอร์วิส
5. แม่สลองทัวร์
6. เชียงรายเทรเวลแอนด์เซอร์วิส
7. จันทร์จิรา2002ทราเวลแอนด์ทัวร์
8. บริษัทเชียงรายทัวร์
9. พีพีทราเวลเอเจนซี
10. จตุรพรทัวร์
11. ตุงหลวงทัวร์
12. แม่โขงเดลต้าทราเวลเอเจนซี

ที่ ศธ 0527.02.01/ ว 1351



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

10 กุมภาพันธ์ 2554

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้า บริษัท ฟันธุ์จินดาภิเษก (พีอีทีอี)

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 2 ฉบับ

ด้วย นางสาวชนม์ณัฐรัตน์ ฤทธิวิเศษ รหัสประจำตัว 50060011 นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยสู่
ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายในจังหวัดเชียงราย” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ โดยมี ดร.เกษมดี พุทธิภูมิพิทักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากบุคลากรในหน่วยงานของท่าน
บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย
ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความ
อนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

1. งานบริการการศึกษา

โทร 0-5596-2443-4 ต่อ 115-119

โทรสาร 0-5596-2066

2. นางสาวชนม์ณัฐรัตน์ ฤทธิวิเศษ

โทร 089-554-9550

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล

ชนม์ณัฐรัตน์ ฤทธิ์วิเศษ

วัน เดือน ปี เกิด

9 พฤศจิกายน 2525

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

42 หมู่ 7 ตำบลแม่ลอย อำเภอกะเทิง จังหวัดเชียงราย 57230

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546

บธ.บ. (การทองเที่ยว) เกียรตินิยมอันดับ 1

มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตสารสนเทศพะเยา

