

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). http://www2.tat.or.th/start/web/static_index.php.
- เกาะช้าง รีโซเทล. (2553). <http://www.kohchangresortel.com>
- เกรียงศักดิ์ เชื้อยั้ง. (2534). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จารุวัตร อุดมผล. (2550). การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า
ศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด สาขาแจ้งวัฒนะ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- จุฬาลักษณ์ ตั้งรัตตะ. (2546). ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.
สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2545). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- เฉลิมพร คงสินธุ์. (2547). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิต. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- คนัย บุญสันติสุข. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบง่าย
ค่าบริการผ่านบัตรของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- คารา ทิปปะปาล. (2542). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : โปรแกรมวิชาการตลาด คณะวิทยาการ
จัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จ.
- นฤมล จีงจตุพร. (2546). ระดับความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อ
ของผู้บริโภคร้านเดอะฟิชซ่า คอมปะนี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2542). ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : ฝ่ายการพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ทัศนวรรณ วิบุรุษมานนท์. (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการ
ท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ. (2546). การศึกษาผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบ วีดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ของการเรียนการสอนรายวิชาวิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต ของนักศึกษาศาสน์ราชภัฏสวนดุสิต. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปริญ์ ถักยิตานนท์ และคณะ. (2543). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- พิษณุ วิญญู. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มัลลิกา ดันสอน. (2544). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- รัชพงศ์ มุลาสินน์. (2546). การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วัลลภ นิยมานนท์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ศรัณย์ รักษ์เผ่า. (2542). การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของไทย. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ์ ถักยิตานนท์ และคณะ. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศรัณญา เขาวนสุนทรพงษ์. (2548). ส่วนการผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถยนต์ยี่ห้อวาโวลีนของตัวแทนจำหน่าย ในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุภารัตน์ พันธุ์กุล. (2545). ปัจจัยที่มีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต เศรษฐศาสตรธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันต์ เกตุวงศ์. (2541). หลักเทคนิคและการวางแผน. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุไร มั่นหมั่น. (2539). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั่วประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

John C. Mowen and Michael Miner. (1998). **Consumer Behavior**. (5th ed). Englewood. Prentice-Hall.

Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement.

Philip Kotler. (2003). **Marketing Management**. Englewood cliffs. Prentice-Hall.

----- . (2003). **Marketing Management**. New Jersey : Prentice-Hall.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ณ เกาะช้าง รีโซเทล
จังหวัด ตรัง

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-29 ปี
☐ 30 - 39 ปี ☐ 40 - 49
☐ 50 ปีขึ้นไป
3. การศึกษาสูงสุด
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
4. อาชีพ
☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
☐ แม่บ้าน ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
5. รายได้ต่อเดือน
☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000 - 9,999 บาท
☐ 10,000 - 14,999 บาท ☐ 15,000 - 19,999 บาท
☐ 20,000 - 24,999 บาท ☐ 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยทางการตลาด

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ					
1.1 ชื่อเสียงของสถานที่พัก เป็นที่รู้จัก					
1.2 คุณภาพของห้องพัก					
1.3 คุณภาพของห้องอาหาร					
1.4 ภูมิทัศน์ภายในที่พัก					
1.5 กิจกรรมภายในที่พัก					
2. ด้านราคา					
2.1 ราคาของห้องพักมีหลายระดับให้เลือก					
2.2 ลดราคาให้พิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 ห้อง					
2.3 ลดราคาให้พิเศษสำหรับการซื้อจำนวนห้องพักมากกว่า 1 คืน					
2.4 ราคาอาหารที่ขายในห้องอาหารมีราคาที่เหมาะสม					
2.5 ราคากิจกรรมต่างๆภายในที่พักมีความเหมาะสม					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 ประวัติ ชื่อเสียงของที่พัก เป็นที่รู้จัก					
3.2 ช่องทางการสำรองที่พักมีหลากหลาย					
3.3 เปิดทำการทุกวันไม่เว้นวันหยุด					
3.4 ความสะดวกในการชำระเงิน					
3.5 ความสะดวกในการเข้าถึง					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 ซื้อห้องพักพร้อมอาหารเช้า					
4.2 ซื้อห้องพักพร้อมกิจกรรมบนเกาะช้าง					
4.3 ซื้อห้องพักพร้อมตัวเรือเฟอร์รี					
4.4 ซื้อโปรแกรมเที่ยวเกาะช้างแบบเบ็ดเสร็จ(Package ทัวร์)					
4.5 ราคาพิเศษสำหรับวันหยุดเทศกาล					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. ด้านบุคคลากร					
5.1 พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี					
5.2 พนักงานโรงแรมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี					
5.3 พนักงานโรงแรมสามารถให้อธิบายและแนะนำการท่องเที่ยวบนเกาะช้างได้เป็นอย่างดี					
5.4 พนักงานของโรงแรมมีความชำนาญในการบริการ					
5.5 พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดของโรงแรมได้เป็นอย่างดี					
6. ด้านกายภาพ					
6.1 ที่พักมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม					
6.2 การเดินทางเข้าสู่ที่พัก สะดวก ง่ายต่อการเดินทาง					
6.3 โรงแรมมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง					
6.4 ลูกค้าสามารถติดต่อโรงแรมได้สะดวกผ่านทางออฟฟิศกรุงเทพ					
6.5 ลูกค้าสามารถพบเห็นสื่อโฆษณาของโรงแรมได้ง่ายและหลายช่องทาง					
7. ด้านกระบวนการให้บริการ					
7.1 พนักงานโรงแรมบริการลูกค้าเป็นอย่างดี					
7.2 ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย ในการ Check in และ Check Out					
7.3 สามารถติดต่อสอบถามผ่าน Front Office ได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
7.4 โรงแรมมีกิจกรรมเสริมพิเศษ เช่น สปา					
7.5 พนักงานสามารถให้บริการหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล

102

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การตระหนักถึงความต้องการ					
1.1 ท่านมีความต้องการเดินทางไปเที่ยวเกาะช้าง					
1.2 ท่านใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของที่พัก					
1.3 ท่านใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล เนื่องจากเดินทางสะดวกสบายใกล้แหล่งชุมชน					
1.4 ท่านใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล โดยการเปรียบเทียบโดยคุณภาพและบริการ					
2. การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล					
2.1 ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พักจากบุคคลในครอบครัว					
2.2 ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พักจากเพื่อนหรือคนรู้จัก					
2.3 ท่านเสาะแสวงหาข้อมูลที่พักจากสื่อโฆษณาต่างๆ					
2.4 ท่านได้รับข้อมูลที่พักจากงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯลฯ					
3. การประเมินทางเลือก					
3.1 การเปรียบเทียบราคาแต่ละที่พัก					
3.2 การเปรียบเทียบชื่อเสียงของที่พัก					
3.3 การเปรียบเทียบข้อมูลกับโรงแรมที่มีมาตรฐานเดียวกัน					
3.4 การเปรียบเทียบการบริการ					
4. การตัดสินใจ					
4.1 ท่านตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล เพราะพนักงานขายให้รายละเอียดได้ตรงกับความต้องการ					
4.2 ท่านตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล เพราะราคาที่พักที่เหมาะสม					

การตัดสินใจใช้บริการ เกาะช้าง รีโซเทล	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3 ท่านตัดสินใจใช้บริการเกาะช้าง รีโซเทล เพราะมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปพักที่เกาะช้าง รีโซเทล					
4.4 ถ้าท่านจะเดินทางไปเกาะช้างอีกครั้ง ท่านจะยังคงพักที่เกาะช้าง รีโซเทล					
5. พฤติกรรมหลังการให้บริการ					
5.1.ลูกค้ามีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม					
5.2.ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการ					
5.3.ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพอาหาร					
5.4.ลูกค้ามีความพึงพอใจในบรรยากาศของที่พัก					
5.5.ลูกค้ามีความพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆภายในโรงแรม					

ส่วนที่ 4 : ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้ปรับปรุงตามความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านการบริการ

.....

.....

2. ด้านราคา

.....

.....

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

.....

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

5. ด้านบุคลากร

.....

.....

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ

.....
.....

7. ด้านกระบวนการให้บริการ

.....
.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาใช้เวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการ

Tourist Survey Questionnaire

“ Marketing Factors Related Customers' Decision against Service of Koh Chang Resortel at Trad
Province”

You willingness to invest time in sincerely completing this questionnaire is very much appreciated, Please check (/) or complete this questionnaire. They will be used for further development of hotel service.

Part 1 : Personal Data

1. Sex

☐ Male	☐ Female
----------------------------	------------------------------

2. Age

☐ Under 20	☐ 20-29
☐ 30 – 39	☐ 40 – 49
☐ Over 50	

3. Education

☐ Lower than Bachelor's degree	☐ Bachelor's degree
☐ Master's Degree	☐ Doctor's degree

4. Occupation

☐ Student	☐ Firm owner
☐ Government / State enterprise officer	☐ Employee / Labourer
☐ Housewife	☐ Retired / Unemployed
☐ Other (please specify)	

5. Incomes par month

☐ Lower than 5,000 baht	☐ 5,000 – 9,999 baht
☐ 10,000 – 14,999 baht	☐ 15,000 – 19,999 baht
☐ 20,000 – 24,999 baht	☐ Over 25,000 baht

Part 2 : Marketing factor

Instructions : Please full fill this questionnaire (/)

Composition of marketing	Agreement's level				
	Very good/ Strongly agree	Good/ Agree	Fair/ Neutral	Poor/ Disagree	Very poor/ Strongly disagree
1. Product/Service					
1.1 Fame of hotel					
1.2 Room's quality					
1.3. Restaurant's quality					
1.4 Landscape					
1.5 Activity					
2. Price					
2.1 Many room type and room rate					
2.2 Special discount for buy more 1 room					
2.3 Special discount for buy more 1 night					
2.4 Fair price of food					
2.5 Fair price of activity					
3. Place / Distribution					
3.1 History and fame of hotel					
3.2 Many ways for booking					
3.3 Open daily					
3.4 Payment is comfortable					
3.5 The customer can contact to the hotel in many ways.					
4. Promotion					
4.1 Room include breakfast					
4.2 Room include activity					
4.3 Room include ferry's ticket					
4.4 Package tour					

Composition of marketing	Agreement's level				
	Very good/ Strongly agree	Good/ Agree	Fair/ Neutral	Poor/ Disagree	Very poor/ Strongly disagree
4.5 Special price for long weekend					
5. People					
5.1 The customer assistant has service mind					
5.2 The hotel's officer has service mind					
5.3 The hotel's officer can explain and suggest about travel on Koh-Chang					
5.4 The hotel's officer have many hotel skill.					
5.5 The customer assistant can make good present to customer.					
6. Physical Evidence					
6.1 The hotel has suitable place.					
6.2 The way to go to hotel is easy and comfortable.					
6.3 The customer can contact hotel by hotel's website.					
6.4 The customer can contact direct way to hotel by Bangkok office.					
6.5 The customer can get the hotel's advertisement in many ways.					
7. Process					
7.1 Good service from hotel officer					
7.2 The customer get comfortable for Check in and Check Out					
7.3 The front office can be service all time.					
7.4 Hotel has many activity such as spa etc.					

Composition of marketing	Agreement's level				
	Very good/ Strongly agree	Good/ Agree	Fair/ Neutral	Poor/ Disagree	Very poor/ Strongly disagree
7.5 The hotel officer can make a few time in service for customer.					

Part 3 : The determination for choose Koh-Changresortel

Instructions : Please full fill this questionnaire (/)

The determination for choose Koh-Changresortel	Agreement's level				
	Very good/ Strongly agree	Good/ Agree	Fair/ Neutral	Poor/ Disagree	Very poor/ Strongly disagree
1. Ploblem Recognition					
1.1 You want to go to Koh-Chang					
1.2 Choose Koh-Changresortel by image and quality					
1.3 Choose Koh-Changresortel because it easy to go and near downtown.					
1.4 Choose Koh-Changresortel by compare with price and quality.					
2. Information Research					
2.1 Find the information from your family's member.					
2.2 Find the information from your friends					
2.3 Find the information from the advertisement.					
2.4 Get information from events.					
3. Evaluation of Alternative					
3.1 The price's comparative.					

The determination for choose Koh-Changresortel	Agreement's level				
	Very good/ Strongly agree	Good/ Agree	Fair/ Neutral	Poor/ Disagree	Very poor/ Strongly disagree
3.2 The comparative of hotel's fame.					
3.3 The comparative with the same hotel standard.					
3.4 The comparative of hotel service.					
4. Decision					
4.1 You choose Koh-Changresortel because the hotel's officer give a good suggestion.					
4.2 You choose Koh-Changresortel for fair price.					
4.3 You choose Koh-Changresortel because you want to stay at Koh-Chang resortel by your own.					
4.4 Next time, If you come to Koh-Chang. You will come bac to Koh- Chang resortel again.					
5. Post-Purchase Behavior					
5.1 The customer was satisfy in hotel facilities.					
5.2 The customer was satisfy in service.					
5.3 The customer was satisfy in food's quality.					
5.4 The customer was satisfy in hotel atmosphere.					
5.5 The customer was satisfy in hotel activities.					

Part 4 : Suggestion

1. Service

.....
.....

2. Price

.....
.....

3. Channel of Distribution

.....
.....

4. Promotion

.....
.....

5. People

.....
.....

6. Physical Evidence

.....
.....

7. Process

.....
.....

Thank you for your kindness for fill out this questionnaire.
We will bring it to make better service.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

ดวงหทัย จันทน์นิ่ม

วันเดือนปีเกิด

28 กุมภาพันธ์ 2526

สถานที่เกิด

โรงพยาบาลประจำจังหวัด สุราษฎร์ธานี

ที่อยู่ปัจจุบัน

225 / 224 พฤษภาวิไล 1 ตำบล คูคต อำเภอ ลำลูกกา จังหวัด
ปทุมธานี 12130

สถานที่ทำงาน

ภูแสงตะวัน ทราเวล / เกาะช้าง รีโซเทล

225 / 224 พฤษภาวิไล 1 ตำบล คูคต อำเภอ ลำลูกกา จังหวัด
ปทุมธานี 12130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2541

มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชินีบน

พ.ศ. 2544

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสตรีรัตนบุรี

พ.ศ. 2548

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2553

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการตลาด
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

