



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลในแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลที่กรอกนี้ ถือเป็นความลับและไม่มีใครทราบได้ว่าผู้กรอกข้อมูลคือใคร และในโอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

น.ส. อัญรินทร์ ขจรเวคิน
ผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
กรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ในช่องที่ต้องการและกรอกข้อความในช่องว่างที่กำหนด

1. ลักษณะของการจดทะเบียน

- () ธุรกิจนำเข้าเที่ยวไปยังต่างประเทศ (Outbound) และ/หรือ จัดนำเข้าเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound) รหัส 21
- () ธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ (Domestic) รหัส 22
- () ธุรกิจนำเข้าเที่ยวเฉพาะพื้นที่ รหัส 23

2. ลักษณะของธุรกิจนำเข้าเที่ยว

- () มีแห่งเดียวในท้องถิ่นซึ่งไม่เป็นสาขาในต่างจังหวัดหรือเป็นสาขาในต่างจังหวัด
- () สำนักงานใหญ่ที่มีสาขาในต่างจังหวัดหรือเป็นสาขาในต่างจังหวัด
- () สาขาของบริษัทข้ามชาติ

3. ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจนำเข้าเที่ยว

- () น้อยกว่า 5 ปี
- () 6 - 10 ปี
- () 10 ปี ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด ในการดำเนินการธุรกิจ
นำเที่ยวภายในประเทศ ท่านให้ความสำคัญต่อสิ่งต่อไปนี้อย่างไร

การให้ความสำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ สำคัญ
	1	2	3	4	5
การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด					
1. การประเมินสภาพปัจจุบันภายในองค์กรที่สามารถควบคุมได้ เช่น ฐานะทางการเงิน การบริการ					
2. การประเมินสภาพปัจจุบันภายในองค์กร เช่น ฐานะการเงินไม่มั่นคง บริการไม่มีคุณภาพ					
3. การแบ่งส่วนตลาด และการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
4. การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย					
5. การวิเคราะห์คู่แข่งและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง					
6. การตั้งเป้าหมายทางการตลาด เช่น จำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละเดือน ยอดขายในแต่ละเดือน					

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาด ในการดำเนินการธุรกิจนำเที่ยวภายใน
ประเทศ ท่านให้ความสำคัญต่อสิ่งต่อไปนี้หรือไม่

การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ สำคัญ
	1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์					
7. โปรแกรมท่องเที่ยวตามความต้องการเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
8. โปรแกรมท่องเที่ยวยืดหยุ่นได้ตามความต้องการ (Optional Tour)					
9. พาหนะในการเดินทางมีคุณภาพดีและมีการประกันภัย					
10. มีสินค้าและบริการที่หลากหลายให้เลือก เช่น บริการออกตัวเดินทาง รถเช่า รับประทานอาหาร					

การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
	1	2	3	4	5
ด้านราคา					
11. มีราคาให้เลือกหลายระดับ					
12. ราคาถูกกว่าคู่แข่ง					
13. ผ่อนชำระได้					
14. ราคาสูงเพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวระดับสูง					
ด้านสถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย					
15. มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และอยู่ติดถนนใหญ่มีทางเข้า-ออกสะดวก มีที่จอดรถ					
16. มีการออกบูธตามห้างสรรพสินค้า โรงแรม สนามบิน					
17. จำหน่ายสินค้า และบริการผ่านทางจดหมาย โทรศัพท์ เว็บไซต์					
18. มีบริษัทตัวแทนจำหน่าย					
19. พนักงานบริษัทออกไปหาลูกค้า					
20. จำหน่ายโดยตรงที่บริษัท					
ด้านการส่งเสริมการตลาดและการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์					
21. ลูกค้าเดิมที่เคยมาใช้บริการ					
22. โทรศัพท์					
23. วิทยูกระจายเสียง					
24. หนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสาร					
25. ใบปลิว และการส่งเอกสารแนะนำทางไปรษณีย์					
26. ป้ายโฆษณา					

การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
	1	2	3	4	5
ด้านบุคลากร					
27. การฝึกอบรมทักษะและความรู้ในการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การทำงานร่วมกันเป็นทีม					
28. การปลูกฝังบุคลากรให้รักในการทำงาน					
29. ปรับเงินเดือน การให้โบนัส เลื่อนตำแหน่ง สวัสดิการ การหยุดพักร้อน					
30. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการทำงาน					
ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท					
31. การตกแต่งบริษัทให้น่าเชื่อถือและสะดวกสำหรับการเข้ามาติดต่อ					
32. ชื่อและสัญลักษณ์ของบริษัทเพื่อให้จำง่าย					
33. ความสะอาดของสถานที่					
34. ชุดพนักงาน					
ด้านกระบวนการการให้บริการ					
35. การต้อนรับและดูแลลูกค้า					
36. มีอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย รวดเร็ว เช่น คอมพิวเตอร์					
37. การบริการอย่างเสมอภาค					
38. มีการประสานงานกันติดตาม ประเมินผลงาน					

ส่วนที่ 4 การให้ความสำคัญถึงปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ
ท่านให้ความสำคัญต่อสิ่งต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

การให้ความสำคัญถึงปัญหาในการดำเนินงานของ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 1	มาก 2	ปานกลาง 3	น้อย 4	ไม่สำคัญ 5
39. เงินทุนหมุนเวียนในช่วงหน้า Low Season และหาแหล่งเงินเชื่อยาก เมื่อขาดเงินทุนหมุนเวียน					
40. ทักษะในการทำงานของบุคลากร					
41. อัตราการเข้า ออกงานสูง					
42. บุคลากร ไม่ซื่อสัตย์ และมีการเรียกร้อยผลประโยชน์					
43. การซื้อตัวบุคลากร					
44. คู่แข่งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากกว่า					
45. มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น					
46. คู่แข่งกำหนดราคาต่ำกว่า					
47. คู่แข่งมีสินค้าและบริการที่แปลกและน่าสนใจกว่า					
48. การยกเลิกกะทันหันของลูกค้า					
49. มีลูกค้าน้อย หรือไม่สม่ำเสมอ					
50. ไม่ทำตามเงื่อนไขที่ตกลง และเรียกร้อยสิทธิพิเศษมากเกินไป					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

อัญรินทร์ ขจรเวคิน

วัน เดือน ปี เกิด

28 เมษายน 2520

ประวัติการศึกษา

2537

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย
จังหวัดเชียงใหม่

2542

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาบ้านและชุมชน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2548

สำเร็จปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

2547 – ปัจจุบัน

Concierge Officer Mandarin Oriental Dhara Dhevi Chiang Mai

2544-2545

เจ้าหน้าที่แผนกอาหารและเครื่องดื่ม Four Seasons Resort and Spa
Chiang Mai