



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อกิจการโรงแรมในประเทศไทยในการตัดสินใจใช้บริการจากเว็บไซต์คู่มือป้องกัน**
แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน จำนวน 6 หน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมใช้บริการเว็บไซต์คู่มือป้องกัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการเว็บไซต์คู่มือป้องกัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และ/หรือ เติมข้อความในช่องว่าง

1) ท่านรู้จักบริการจากเว็บไซต์คู่มือป้องกันหรือไม่

1. รู้จัก 2. ไม่รู้จัก (จบการทำแบบสอบถาม)

2) เพศ

1. ชาย 2. หญิง

3) อายุ

1. 25 – 35 ปี 2. 36 – 45 ปี
 3. มากกว่า 45 ปีขึ้นไป

4) ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5) ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้จัดการทั่วไป 2. ผู้จัดการฝ่ายขาย
 3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 4. ผู้จัดการฝ่ายบริหารงานลูกค้า
 5. ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 6. เจ้าของโรงแรม
 7. หุ่นส่วน/กรรมการผู้จัดการ 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6) ประเภทลักษณะและกลุ่มตลาดเป้าหมายของธุรกิจ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. โรงแรมประเภทธุรกิจ (Business Hotel) | <input type="checkbox"/> 2. โรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotel) |
| <input type="checkbox"/> 3. โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite Hotel) | <input type="checkbox"/> 4. โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel) |
| <input type="checkbox"/> 5. โรงแรมประเภทอพาร์ทเมนท์ (Apartment Hotel) | <input type="checkbox"/> 6. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotel) |
| <input type="checkbox"/> 7. โรงแรมประเภทที่พักและอาหารเช้า (B&B) | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

7) ขนาดจำนวนห้องพักของธุรกิจ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 100 ห้อง | <input type="checkbox"/> 2. 100 - 199 ห้อง |
| <input type="checkbox"/> 3. 200 - 299 ห้อง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 300 ห้องขึ้นไป |

8) รายได้สุทธิของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 100,001 – 150,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 150,001 - 200,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 200,001 – 300,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. สูงกว่า 300,000 บาทขึ้นไป | |

9) ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 1 – 5 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 6 – 10 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 11 ปีขึ้นไป |

10) โรงแรมของท่านมีเว็บไซต์หรือไม่

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
|--------------------------------|-----------------------------------|

11) บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนลดที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. บริการตัวกลางขายสินค้า/บริการ | <input type="checkbox"/> 2. บริการสื่อพื้นที่โฆษณาออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> 3. บริการที่ปรึกษาทางการตลาดออนไลน์ | <input type="checkbox"/> 4. บริการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) |

12) โรงแรมของท่านเคยใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนลดหรือไม่

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เคยใช้ | <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคยใช้ (ข้ามไปทำข้อที่ 15) |
|------------------------------------|---|

13) โรงแรมของท่านใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนลดบ่อยเพียงใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ทุกสัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 2. ทุกเดือน |
| <input type="checkbox"/> 3. ทุกๆ 3 เดือน | <input type="checkbox"/> 4. ทุกๆ 6 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 5. ทุกๆ 1 ปี | <input type="checkbox"/> 6. ไม่นั่นอน |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

14) ในการใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลแต่ละครั้ง โรงแรมของท่านเลือกกลยุทธ์แบบใด

1. เลือกลงกับเว็บไซต์เพียงเว็บเดียว 2. เลือกลงหลายเว็บไซต์พร้อมๆ กัน
 3. เลือกลงหลายเว็บไซต์ แต่จัดลงคนละช่วงเวลา 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15) เหตุผลใดที่ทำให้โรงแรมของท่านไม่เคยใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้ใช้บริการไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
 2. ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างราคาห้องพักในระยะยาว
 3. ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายอื่นๆ ของโรงแรม
 4. ผู้ใช้บริการจะไม่กลับมาใช้จ่ายในราคาปกติ และเลือกจองห้องพักของโรงแรมอื่นๆ ที่เสนอราคาพิเศษแทน
 5. ส่งผลกระทบต่อข้อตกลงทางธุรกิจกับตัวกลางจองห้องพัก เช่น ตัวแทนขาย, เว็บไซต์จองที่พัก ฯลฯ

16) ในอนาคตทางโรงแรมมีประสงค์จะใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลหรือไม่

1. ใช่บริการ 2. ไม่ใช้บริการ (ข้ามไปทำส่วนที่ 2)
 3. อาจจะ/ไม่แน่ใจ

17) เหตุผลใดที่จะทำให้โรงแรมของท่านเลือกใช้บริการจากเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เข้าถึงคนจำนวนมาก 2. ต้นทุนต่ำ
 3. คุณภาพของสื่อโฆษณาดี 4. สื่อสารได้เร็ว
 5. ให้อะไรละเอียดได้มาก 6. สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรได้ดี
 7. ดึงดูดความสนใจได้ดี 8. ทำตามบริษัทอื่น
 9. สามารถเพิ่มยอดขายได้ 10. เพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น
 11. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ 12. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สื่ออื่นเข้าไม่ถึง
 13. เหมาะสมกับธุรกิจ 14. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมใช้บริการเว็บไซต์

อุปถุปัจจัยส่วนลด

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีความหมายดังนี้

- | | | |
|---------------|---------|-----------------------|
| ช่องหมายเลข 5 | หมายถึง | มีความสำคัญมากที่สุด |
| ช่องหมายเลข 4 | หมายถึง | มีความสำคัญมาก |
| ช่องหมายเลข 3 | หมายถึง | มีความสำคัญปานกลาง |
| ช่องหมายเลข 2 | หมายถึง | มีความสำคัญน้อย |
| ช่องหมายเลข 1 | หมายถึง | มีความสำคัญน้อยที่สุด |

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลด					
2. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดเคยทำโฆษณากับโรงแรมอื่นๆ ที่มีชื่อเสียง					
3. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงฐานลูกค้าใหม่ได้					
4. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดสามารถสร้างโอกาสในการขายให้แก่โรงแรมได้มากขึ้น					
5. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดสามารถเพิ่มยอดขายให้แก่โรงแรมได้					
6. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
7. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและหลากหลายให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
8. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดสามารถตอบสนองกลยุทธ์การปรับราคาตามความต้องการของตลาดได้					
9. เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดมี Mobile-optimized version เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ค้นหาข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ					
10. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าชม จองและชำระเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
11. ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถกำหนดระยะเวลาในการใช้อุปถุปัจจัยเองได้					
12. โรงแรมสามารถเลือกลงโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดในช่วงเวลาที่ไม่มีการแข่งขันอยู่ได้					
ปัจจัยด้านราคา	5	4	3	2	1
1. ราคาค่าคอมมิชชั่นที่เว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดเรียกเก็บมีหลากหลายระดับ					
2. ค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาของเว็บไซต์อุปถุปัจจัยส่วนลดถูกกว่าวิธีอื่นๆ					
3. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่อยู่ไกล โดยมีต้นทุนที่ต่ำได้					
4. มีเงื่อนไขการชำระเงินที่ยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมกับผู้ประกอบการโรงแรม					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
1. สามารถติดต่อประสานงานกับเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดได้อย่างสะดวก					
2. สามารถเข้าถึงช่องทางติดต่อกับเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดได้หลากหลายช่องทาง อาทิ โทรศัพท์ อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น					
3. เว็บไซต์คู่ปองส่วนลดสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	5	4	3	2	1
1. มีส่วนลดค่าคอมมิชชั่นในการให้บริการ					
2. มีการให้อันดับที่ดีกว่าในการขึ้นโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์คู่ปองส่วนลด					
3. มีการส่งจดหมายข่าว (Newsletter) ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
4. มีการโฆษณาในสื่ออื่นๆ ในการขยายช่องทางในการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เชื่อมผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ อาทิเช่น Youtube, Facebook, Twitter ฯลฯ เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น					
ปัจจัยด้านบุคคล	5	4	3	2	1
1. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี					
2. พนักงานมีความกระตือรือร้น ใส่ใจที่จะให้บริการทันที					
3. พนักงานสามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรมได้เป็นอย่างดีและเข้าใจง่าย					
4. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการโรงแรมได้ดี					
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ	5	4	3	2	1
1. บริษัทเจ้าของ / ผู้ดำเนินการเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีหนังสือรับรองการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและจดทะเบียนผู้เสียภาษีอย่างถูกต้อง					
2. บริษัทเจ้าของ / ผู้ดำเนินการเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีทำเลที่ตั้งชัดเจน					
3. เว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีความสวยงาม ดึงดูดใจ สร้างสรรค์และมีความทันสมัย					
4. เว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีรายละเอียด รูปภาพ เงื่อนไขที่ชัดเจนและถูกต้อง					
5. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดได้ง่าย หรือสามารถค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดได้ง่าย					
6. บริษัทเจ้าของ / ผู้ดำเนินการเว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีการแสดงรายละเอียดข้อตกลงในการให้บริการอย่างชัดเจน					
7. เว็บไซต์คู่ปองส่วนลดมีการกำหนดนโยบายเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป้าหมาย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
1. บริษัทเจ้าของ / ผู้ดำเนินการเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลให้บริการได้รวดเร็วและตรงต่อเวลา					
2. ผู้ประกอบการ โรงแรมสามารถเข้าเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลเพื่อตรวจสอบข้อมูลและรายงานการขายได้ตลอดเวลา					
3. กระบวนการและขั้นตอนในการทำงานสั้น กระชับ ไม่ยุ่งยาก					
4. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีระบบตรวจสอบปกป้องที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา					
5. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีระบบรายงานและระบบหลังบ้านที่ใช้งานได้ง่าย					
6. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีระบบรายงานและระบบหลังบ้านที่แสดงรายละเอียดชัดเจน					
7. บริษัทเจ้าของ / ผู้ดำเนินการเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีการทำสัญญาระหว่างกันอย่างรัดกุม					
8. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีช่องทางที่หลากหลายในการช่วยเหลือลูกค้าและผู้ประกอบการ อาทิ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ไลน์แชท เฟซบุ๊ก ฯลฯ					
9. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลมีการสนับสนุนในงานที่ผู้ประกอบการขอ					
10. ผู้ประกอบการ โรงแรมไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทาง IT ก็สามารถใช้บริการได้					
11. เว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคลสามารถใช้งานได้ง่าย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการเว็บไซต์คุ้มครองส่วนบุคคล

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ณ โอกาสนี้
นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาวปณัฐพร มีชัย

วัน เดือน ปีเกิด

10 กรกฎาคม 2532

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2553

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

สาขาการผลิตสื่อภาพยนตร์และดิจิทัล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2554 – ปัจจุบัน

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประสานงานการตลาด

บริษัท เอสไอจอยน์ จำกัด



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved