

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

Burapha University

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับสำรวจความคิดเห็นแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นส่วนของการศึกษาวิจัยทางธุรกิจ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MM. in SMEs) มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ขอความกรุณาตอบแบบสำรวจนี้ตามความเป็นจริงของท่าน ซึ่งผู้สำรวจจะไม่นำข้อมูลไปนำเสนอหรือเปิดเผยเป็นรายบุคคล แต่จะนำเสนอแต่ภาพรวม การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่ทำให้เกิดผลเสีย

3. แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 20 ปี 2. 20 -30 ปี

3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี

5. มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า 2. อนุปริญญา

3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้

1. 0- 10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท

3. 20,001-50,000 บาท 4. 30,001-40,000 บาท

5. 40,001-100,000 บาท 6. มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

5. ประเภทกิจการของท่าน

1. เจ้าของกิจการ 2. ห้างหุ้นส่วน

3. บริษัทจำกัด 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับ
เจ้าหน้าที่

IV 1

IV 2

IV 3

IV 4

IV 5

6. ประเภทธุรกิจนำเที่ยว

 1. ธุรกิจขายส่งนำเที่ยว 2. ธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว

7. ระยะเวลาที่ดำเนินการกิจการ

 1. น้อยกว่า 6 เดือน 2. 6 – 12 ปี 3. 1-2 ปี 4. 3 – 5 ปี 5. 6 – 10 ปี 6. มากกว่า 10 ปี

8. จำนวนพนักงานของกิจการในปัจจุบัน

 1. ต่ำกว่า 10 คน 2. 10-20 คน 3. 21-50 คน 4. 50-100 คน 5. มากกว่า 100 คนขึ้นไป

9. ทุนจดทะเบียนของกิจการ

 1. ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 2. 1 – 5 ล้านบาท 3. 500,001 – 10 ล้านบาท 4. 10,000,001 - 20 ล้านบาท 5. 20,000,001 - 50 ล้านบาท 6. 50,000,001 - 100 ล้านบาท 7. มากกว่า 100 ล้านบาท

10. ผลประกอบการ (2549) มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2548 (โดยประมาณ)

 1. เพิ่มขึ้น 2. เท่าเดิม 3. ลดลงสำหรับ
เจ้าหน้าที่IV 6 IV 7 IV 8 IV 9 IV 10

ส่วนที่ 2 ความรู้จัก ความรู้และความเข้าใจ และความตั้งใจต่อการพัฒนาการตลาด
เชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

11. ท่านรู้จักการรวมกลุ่มในรูปแบบการตลาดเชิงเครือข่าย (Marketing Network)

1. รู้จัก (ตอบข้อ 3 ต่อ) 2. ไม่รู้จัก

ข้อ 12-15 สำหรับท่านที่รู้จักการตลาดเชิงเครือข่าย (Marketing Network)

12. ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญที่ช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการพัฒนา
การตลาดเชิงเครือข่าย

1. การกำหนดนโยบายความช่วยเหลือจากรัฐบาล
 2. ความสามารถของผู้ประกอบการโดยลำพัง
 3. การสนับสนุนของสถาบันเฉพาะทาง เช่น สมาคมธุรกิจ องค์กรการค้า
 4. การสนับสนุนของสถาบันการศึกษา
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านมีความเข้าใจเป้าหมายการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายอย่างไร

1. เพื่อเป็นไปตามนโยบายของรัฐ 2. เพื่อขยายผลผลิตและตลาด
 3. เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 4. เพื่อแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน
 5. เพื่อแข่งขันกับต่างประเทศหรือตลาดโลก
 6. เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้น ๆ
 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านเข้าใจว่า การตลาดเชิงเครือข่าย กับกลุ่มการผลิตและบริการทั่วไป
เช่น SME OTOP กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ฯลฯ แตกต่างกันอย่างใดหรือไม่

1. ไม่แตกต่าง
 2. แตกต่าง
 2.1 ขนาดและจำนวนสมาชิก
 2.2 วัตถุประสงค์จัดตั้งและเป้าหมายการดำเนินงาน
 2.3 การเชื่อมโยงของกลุ่มอื่น ๆ ไม่ครบทั้งพันธมิตร (ครบวงจร)

15. ท่านได้ทราบ/ รู้จัก "การตลาดเชิงเครือข่าย" มาจากที่ใด

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ บทความ
 2. การอบรม/สัมมนา
 3. การพูดคุยระหว่างข้าราชการ/ ผู้ประกอบการร่วมกัน
 4. เว็บไซต์ต่าง ๆ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับ
เจ้าหน้าที่

IV 11

IV 12

IV 13

IV 14

IV 15

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของ
ธุรกิจนำเที่ยว

การพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่าย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	สำหรับ เจ้าหน้าที่
	5	4	3	2	1	
ด้านการตลาด						
ด้านลูกค้า						
1) แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่ม ลูกค้าได้มากขึ้น						D1 <input type="checkbox"/>
2) มีความสามารถติดต่อกับกลุ่ม ลูกค้าได้มากขึ้น						D2 <input type="checkbox"/>
3) เข้าใจความต้องการของลูกค้า มากขึ้น						D3 <input type="checkbox"/>
4) สร้างความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้รับบริการมากขึ้น						D4 <input type="checkbox"/>
5) การเพิ่มกลุ่มลูกค้า						D5 <input type="checkbox"/>
ด้านสินค้าและ/หรือการบริการ (Products and Service)						
6) สามารถลดต้นทุนการบริการ ได้						D6 <input type="checkbox"/>
7) ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร ความรู้ในการบริการ						D7 <input type="checkbox"/>
8) ทำให้มีการพัฒนาบริการให้ สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า						D8 <input type="checkbox"/>
9) การสร้างมาตรฐานในด้านการ บริการ						D9 <input type="checkbox"/>
10) การสร้างตราสินค้าและ บริการ						D10 <input type="checkbox"/>

การพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่าย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	สำหรับ เจ้าหน้าที่
	5	4	3	2	1	
11) กิจกรรมเป็นที่รู้จักมากขึ้น						D11 <input type="checkbox"/>
ด้านราคา(Price)						
12) การสร้างกลยุทธ์ด้านราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง						D12 <input type="checkbox"/>
13) การตรวจสอบราคาคู่แข่งขัน						D13 <input type="checkbox"/>
14) การสร้างมาตรฐานค่าบริการนำเที่ยว						D14 <input type="checkbox"/>
15) บริการนำเที่ยวที่ดีกว่าในราคา ที่เท่ากันกับคู่แข่ง						D15 <input type="checkbox"/>
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
16) การเปิดเว็บไซต์ของกิจการ						D16 <input type="checkbox"/>
17) การออกร้านและจัดแสดงในงานเทศกาลต่างๆ						D17 <input type="checkbox"/>
18) การสร้างเครือข่ายการบริการ ท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่างๆใน ชุมชน						D18 <input type="checkbox"/>
19) ระบบจองล่วงหน้าเพื่อ ลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของ นักท่องเที่ยว						D19 <input type="checkbox"/>
20) การหาตลาดใหม่ๆ						D20 <input type="checkbox"/>
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
21) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางโบรชัวร์ แผ่นพับ						D21 <input type="checkbox"/>

การพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่าย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	สำหรับ เจ้าหน้าที่
	5	4	3	2	1	
22) การสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย						D22 <input type="checkbox"/>
23) การจัดทำโปรโมชั่นหรือ ส่วนลดสำหรับลูกค้าเดิม						D23 <input type="checkbox"/>
24) การจัดโปรโมชั่นลดราคา ในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดู ท่องเที่ยว						D24 <input type="checkbox"/>
25) การติดป้ายประกาศ ด้านวิจัยและการพัฒนานวัตกรรม						D25 <input type="checkbox"/>
26) ก่อให้เกิดการคิดค้น การวิจัย และพัฒนาบริการใหม่ๆ						D26 <input type="checkbox"/>
27) มีการแชร์กันทางด้าน เทคโนโลยีใหม่ๆ						D27 <input type="checkbox"/>
28) ก่อให้เกิดการมีนวัตกรรมการ บริการ						D28 <input type="checkbox"/>
29) ความคิดเห็นของเครือข่าย ก่อกำเนิดนวัตกรรม						D29 <input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการ
ธุรกิจนำเที่ยว

😊 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 😊

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ข

ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา

Burapha University

ตารางที่ ข -1 แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนาเที่ยว ในเขตเมืองพัทธยา
จังหวัดชลบุรี

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
1	5	1.0
2	5	1.0
3	5	1.0
4	5	1.0
5	5	1.0
6	4	1.0
7	4	1.0
8	5	1.0
9	5	1.0
10	5	1.0
11	3	0.2*
12	5	1.0
13	5	1.0
14	5	1.0
15	4	1.0
16	4	0.6
17	5	0.6
18	4	0.6
19	4	1.0
20	3	0.2
21	5	1.0
22	5	1.0
23	5	1.0
24	5	1.0

ตาราง ข -1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
25	3	0.2*
26	5	1.0
27	5	1.0
28	5	1.0
29	4	1.0

หมายเหตุ: คือ ค่า IOC ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University