

ภาคผนวก



แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย
งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงขอความร่วมมือท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานธุรกิจร้านนวดแผนไทย

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจร้านนวดแผนไทย

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจร้านนวดแผนไทย

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเป็นความลับ และนำไปวิเคราะห์/นำเสนอในภาพรวม ข้อมูลดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่าน เนื่องจากนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น นักวิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์..... ตำแหน่ง.....
 ว/ด/ป ที่สัมภาษณ์..... เวลา..... น.
 ชื่อร้าน..... เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน โดยเลือกเพียงข้อเดียว

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. 30 ปี หรือน้อยกว่า ☐ 2. 31-40 ปี ☐ 3. 41-50 ปี ☐ 4. 51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส ☐ 3. แยกกันอยู่ ☐ 4. หย่าร้าง/หม้าย
4. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. สูงกว่าปริญญาโท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานธุรกิจร้านนวดแผนไทย

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน โดยเลือกเพียงข้อเดียว

1. ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ

- ☐ 1. เปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี ☐ 2. เปิดดำเนินการมาแล้ว 5-10 ปี
☐ 3. เปิดดำเนินการมามากกว่า 10 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

กลยุทธ์การตลาดที่ท่านนำมาใช้บริการลูกค้าในร้านนวดแผนไทย

คำชี้แจง ขอความกรุณาให้ท่านตอบตามระดับการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการดำเนินงานในร้านนวดแผนไทยของท่าน ดังนี้

มากที่สุด (5)	หมายถึง ใช้เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ
มาก (4)	หมายถึง ใช้เป็นประจำ
ปานกลาง (3)	หมายถึง ใช้บ่อยครั้ง
น้อย (2)	หมายถึง นานๆ ครั้งจึงใช้
ไม่มี (1)	หมายถึง ไม่มีการใช้เลย

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. กลยุทธ์ด้านบริการ					
1. เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้					
2. มีรูปแบบการบริการที่ทันสมัย					
3. เน้นพนักงานบริการที่สุภาพ เต็มใจให้บริการ					
4. เน้นการบริการที่เป็นมืออาชีพ					
2. กลยุทธ์ด้านราคา					
1. มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน					
2. มีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน					
3. มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบพ่วงกับค่าที่พัก/บริษัททัวร์ ที่ร่วมมือกันทางธุรกิจ					
3. กลยุทธ์ด้านสถานที่					
1. สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว					
2. ร่วมมือกับธุรกิจโรงแรม/ที่พัก/บริษัททัวร์ ในการหาลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว					
3. มีการจัดให้บริการนอกสถานที่					
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ใช้ชื่อเสียงของการนวดแผนไทยมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์					
2. มีการใช้โฆษณาโดยใช้สื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ ใบปลิว					
3. มีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม					
4. มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า					
5. มีการใช้สื่อผ่านทางเว็บไซต์					
6. มีการใช้สื่อผ่านทาง Social Media					

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร					
1. พนักงานนวดได้รับการฝึกอบรมอยู่เสมอ					
2. การจ่ายเงินเดือนและสวัสดิการแก่พนักงานประจำในอัตราสูงกว่าร้านคู่แข่ง					
3. การเสนอส่วนแบ่งรายได้แก่พนักงานนวดที่เป็นธรรม					
4. มีชุดฟอร์มพนักงาน					
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ					
1. ศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้					
2. มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้					
3. การทำความสะอาดพื้นที่ในการให้บริการ					
4. มีการควบคุมดูแลพัฒนาสถานประกอบการ					
5. การตกแต่งร้านเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย					
7. กระบวนการ					
1. การจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานบริการ โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญมาสอน					
2. การเปิดหลักสูตรสอนวิธีนวด					
3. การสำรวจตลาดเพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เสมอ					

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนวดแผนไทย

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

2. ปัญหาด้านราคา

3. ปัญหาด้านสถานที่

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

5. ปัญหาด้านบุคลากร

6. ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

.....

.....

7. ปัญหาด้านกระบวนการ

.....

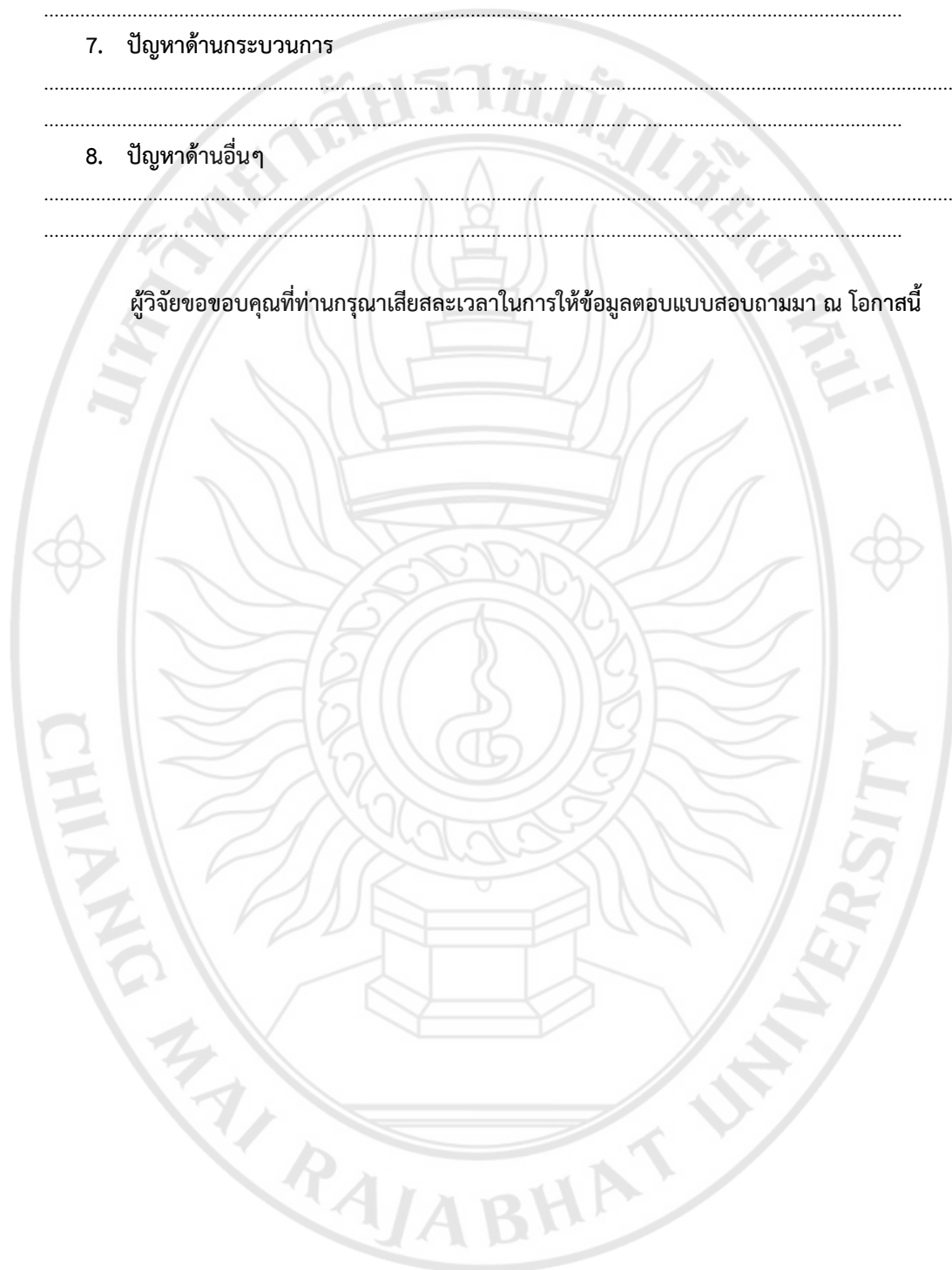
.....

8. ปัญหาด้านอื่นๆ

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้



Questionnaire

Factors Influencing International Tourist's Decision in Thai Traditional Massage Services Usage

This questionnaire is prepared as a part of research on The Marketing Strategy for Health Tourism in Chiangmai Thailand. Therefore, requesting cooperation, please answer 4 part questionnaire, including

Part 1 General data of questionnaire replier

Part 2 Information on using Thai traditional massage services for foreign tourists

Part 3 Factors Influencing International Tourist's Decision in Thai Traditional
Massage Services Usage

Part 4 Suggestions

The researcher will keep the information confidential and to analyze / present in the overview to use the development of Thai traditional massage business. The researcher would like to thank you very much for your cooperation.

Part 1 General data of questionnaire replier

Explanation: Please fill in the blank and mark ✓ in front of the answer.

1. Sex

☐ 1. Male

☐ 2. Female

2. Age

☐ 1. 30 years old or less

☐ 2. 31-40 years old

☐ 3. 41-50 years old

☐ 4. 51 years old or more

3. Domicile

☐ 1. Asia

☐ 2. Europe

☐ 3. Africa

☐ 4. Australia / New Zealand

☐ 5. South America

☐ 6. North America

4. Occupation

☐ 1. Government/State enterprise officer

☐ 2. Employee

☐ 3. Business owner

☐ 4. Student

☐ 5. Retired person

☐ 6. Other(Please specify).....

5. Education

☐ 1. Bachelor Degree or less

☐ 2. Bachelor Degree

☐ 3. Master Degree or more

6. Travel style

☐ 1. Alone☐ 2. With Friend☐ 3. With family☐ 4. With tour

7. Purpose of traveling

☐ 1. Travel / Leisure☐ 2. Contact Business☐ 3. Meeting / Seminar / Training☐ 4. Visiting relatives / friends☐ 5. Field trips / Work visits☐ 6. Other.....**Part 2 Information on using Thai traditional massage services for foreign tourists****Explanation: Please fill in the blank and mark ✓ in front of the answer.**

1. How long have you been staying in Thailand?

☐ 1. Less than 3 months☐ 2. 3 – 6 months☐ 3. 6 – 12 months☐ 4. 1 year or more

2. Have you ever used a Thai traditional massage before?

☐ 1. Never used the service before☐ 2. Used 1-3 times a month☐ 3. Used 4 times or more per month

3. The purpose of use this Thai traditional massage service. (Can answer many questions)

☐ 1. To Relax☐ 2. To promote health☐ 3. To treat diseases☐ 4. To nourish the skin

4. The form of Thai traditional massage service that you choose to use this time

☐ 1. Thai traditional massage to relieve aches and pains☐ 2. Oil massage☐ 3. Reflexology☐ 4. Foot massage☐ 5. Deep tissue massage☐ 6. Herbal Compress Massage☐ 7. Massage for treatment☐ 8. Other (Please specify.....)

5. The place where you used to use Thai traditional massage.

☐ 1. Hotel☐ 2. Shop open for service in general☐ 3. Business District☐ 4. Residential area☐ 5. In Department Store☐ 6. Choose a famous store

6. Would you come back for the Thai traditional massage service again after receiving such service?

☐ 1. Yes, of course.

☐ 2. Not quite sure.

☐ 3. No, not at all.

7. Would you recommend your acquaintance or your family to customize Thai traditional massage service?

☐ 1. Yes, I would.

☐ 2. Not quite sure.

☐ 3. No, I would not.

8. Which person or media has influenced you to choose Thai traditional massage service?

☐ 1. Recommended by friend

☐ 2. Relative living in Thailand

☐ 3. Suggested by hotel or tour guide

☐ 4. Internet

☐ 5. Journal / Travel Magazines

☐ 6. Other (Please specify.....)

Part 3 Factors Influencing International tourist's decision in Thai traditional massage Services usage.

Explanation: Please fill the mark √ in the box showing the level of importance being the factor having an effect the use Thai Traditional Massage Services which is classified into 5 levels as follows:

Highest	Score level tantamount to 5
High	Score level tantamount to 4
Moderate	Score level tantamount to 3
Less	Score level tantamount to 2
Least	Score level tantamount to 1

Factors Influencing International tourist's decision in Thai traditional massage services usage	Level of Importance				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. Product and service					
5. Standard and safe products					
6. The product contains natural ingredients.					
7. The service model has a variety.					
8. Massage service with standard quality					
9. Professional care provider					
10. Other (Specify.....)					

2. Price					
1. The shop show service rate clear cut.					
2. The shop has a variety of payment methods: such as, cash or credit cards.					
3. There is a fixed service fee rate for accommodation and tour companies.					
5. Determine the appropriate price for customer service					
3. Place					
4. Shop service is located near downtown.					
5. Shop service is safe.					
6. There are onsite services.					
7. The location on road and easily accessible					
8. Inside the air-conditioned store					
4. Promotion					
7. Advertising through brochures and leaflet					
8. Reputation of Thai traditional massage					
9. There is promotion such as price reduction					
10. There is the staff to advice customers.					
11. Advertising through the website.					
12. Advertising through the social network.					
13. Set up a membership card and a special discount.					
5. People (Staff)					
6. Knowledge and expertise in Thai traditional massage.					
7. Good personality and good relationship					
8. Service mind					
4. Be polite and dress properly					
5. Friendly service, Beaming					
9. Have communication skills					
6. Physical Evidence					
1. Beautifully decorated with eye-catching.					
2. There is a separate service room.					
3. Creating an atmosphere in the shop for relaxation, such as opening music					
4. Inside the shop is fully equipped, clean, arranged in order.					
5. Have a seat and wait for adequate service.					
6. Inside the shop is the aroma of herbs.					

7. Process					
4. service quality, convenient, fast					
5. Service safety and standardization					
6. During the service, there is an introduction of benefits received from the service.					
7. Good hospitality and friendly					
8. Customer service, respectively					
9. There is an appointment to book a queue in advance via telephone.					

Part 4 Suggestions

- In your opinion how to improve

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวพรรณรัตน์ บุญกว้าง
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Pannarat Boonkwang
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน
หมายเลข 3 5699 00002 91 1
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
ภาควิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
โทรศัพท์ 053-885-819 มือถือ 086-1982265
Fax. 053-885-809
E-mail: pannarat_bnkg@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2546
ปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2535
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)
สาขาการจัดการ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
 - 7.1 หัวหน้าโครงการวิจัย
 - การต่อยอดธุรกิจชุมชนจากงานวิจัย ด้วยการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์สู่
นักศึกษา ปี 2555
 - 7.2 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 - การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสินค้าเกษตรในชุมชนบ้านเอืยก
อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2551 (เป็นนักวิจัยร่วม)