



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.เขาวนารถ พันธุ์เพ็ง รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ พระงาม คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒนา หอมบุปผา รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตน์ชนก พรหมณศิริ รองคณบดี คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลย์ลดา ทองเย็นนุริศม์ ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
6. อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตารณวัฒนา รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
8. รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา รองผู้อำนวยการสำนักศิลปวัฒนธรรม
และพัฒนาชุมชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ที่ อว ๐๖๓๓.๑๗/๐๐๑๑๙

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
อ.เมือง จ.จันทบุรี ๒๒๐๐๐

๓๑ มกราคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์รวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เจ้าของกิจการธุรกิจที่พักรวม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๓๒ ชุด

ด้วยนายจร เกื้อทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี” โดยมี อาจารย์ ดร.กฤษิ์พันธ์ แก้วต๋อนวัฒนา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มลูกค้าของท่านเป็นกลุ่มตัวอย่าง จึงขออนุญาตนำเครื่องมือในการวิจัย มาเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าในธุรกิจที่พักรวมของท่าน

เพื่อให้การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นายจร เกื้อทองแก้ว เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาคันมิตร อรรถศรัว)

ผู้ช่วยอธิการบดี

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐ ๓๙๓๑ ๙๑๑๑ ต่อ ๑๑๓๐๐

โทรสาร ๐ ๓๙๔๘/ ๑๐๖๑

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ค
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม
เรื่อง การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด
ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีทั้งสิ้น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

ทั้งนี้การตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วน และตรงกับความ เป็นจริง

จร เตือนพวงแก้ว
ผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 1 ลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.1 ประเภทธุรกิจอุตสาหกรรม

- () 1. ธุรกิจนำเที่ยว () 2. ธุรกิจที่พักแรม
() 3. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม () 4. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก
() 5. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง () 6. ธุรกิจนันทนาการ

1.2 รูปแบบการจดทะเบียน

- () 1. เจ้าของคนเดียว
() 2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ
() 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
() 4. บริษัทจำกัด
() 5. บริษัทจำกัด(มหาชน)

1.3 ขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม

- () 1. 1 - 30 คน
() 2. 31 - 60 คน
() 3. 61 - 90 คน
() 4. 91 - 120 คน
() 5. 120 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคลออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์

ข้อ	การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาด				
		5	4	3	2	1
การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)						
1.	มีการแสดงป้ายแบนเนอร์เพื่อการ โฆษณา ในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
2.	การใช้วิดีโอโฆษณาเพื่อให้เกิดการคลิกเข้ามา เยี่ยมชมเว็บไซต์ของธุรกิจ					
3.	ธุรกิจมีการ โฆษณาผ่านเครื่องมือการสืบค้นข้อมูล หรือการจัดอันดับในเสิร์ชเอนจิน					
4.	เว็บไซต์ของธุรกิจมีการ โฆษณาเพื่อกระตุ้นเร่งเร้า ให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือบริการ					
5.	เว็บไซต์ของธุรกิจมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ เช่น ขนาดห้องพัก ห้องพักดัดขยายหาด สามารถมองเห็นทะเล เป็นต้น					
6.	เว็บไซต์ของธุรกิจมีรายละเอียดเกี่ยวกับราคาสินค้า หรือบริการ เช่น ราคาห้องพักพร้อมอาหารเช้า ราคาห้องประชุมสัมมนา เป็นต้น					
7.	เว็บไซต์ของธุรกิจมีรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง การเดินทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ					
การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation)						
1.	มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ ในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
2.	มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงในเว็บไซต์ของธุรกิจ					

ข้อ	การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาด				
		5	4	3	2	1
3.	มีการนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น ข้อมูล การดูแลสุขภาพอนามัย, การศึกษา, อาชีพ และศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ ในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
4.	มีการเสนอความช่วยเหลือแก่สังคม หรือบริการ สังคมและชุมชนในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
5.	มีการเปิดรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจาก ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
6.	มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษ เช่น วันพ้อแห่งชาติ ฯลฯ ในเว็บไซต์ของธุรกิจ					
การส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion)						
1.	มอบส่วนลดเมื่อลูกค้าติดต่อขอซื้อสินค้าหรือบริการ ตามวัน เวลา ที่กำหนดผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ					
2.	มีของแถมเมื่อลูกค้าติดต่อขอซื้อสินค้าหรือบริการ ตามจำนวนที่กำหนดผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ					
3.	ธุรกิจมีการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในการจ่ายค่าสินค้าหรือบริการผ่านช่องทาง ออนไลน์					
4.	มีคู่มือแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นส่วนลดในการใช้ซื้อ หรือใช้บริการครั้งต่อไปโดยลงทะเบียน ผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ					
5.	มีส่วนลดแก่ลูกค้าประจำที่ใช้บริการผ่านเว็บไซต์ ของธุรกิจ					
6.	มีการให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าในช่วงโลซีชั่น หรือวันหยุดที่ไม่ใช่วันหยุดที่ซื้อหรือใช้บริการผ่าน เว็บไซต์ของธุรกิจ					

ข้อ	การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาด				
		5	4	3	2	1
การขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling)						
1.	ความจำเป็นที่ธุรกิจต้องมีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าของธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์					
2.	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางออนไลน์					
3.	การให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้าจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางออนไลน์					
4.	พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลกับลูกค้าในลักษณะจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์					
5.	พนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาดออนไลน์ให้บริการที่ดี ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าสม่ำเสมอ					
6.	พนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาดออนไลน์มีความซื่อสัตย์ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม					
7.	พนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาดออนไลน์มีการติดตามผลการขายและบริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการของธุรกิจซ้ำ					
การตลาดทางตรงออนไลน์ (Online Direct Marketing)						
1.	มีการให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกของธุรกิจผ่านทางเว็บไซต์เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร					
2.	การให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับการให้บริการของธุรกิจ					

ข้อ	การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาด				
		5	4	3	2	1
3.	การให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยน้ำเสียง ที่นุ่มนวล สุภาพและในเวลาที่เหมาะสม					
4.	การแลกเปลี่ยนลิงค์กับเว็บไซต์เครือข่าย ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกัน					
5.	การใช้สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เชื่อมโยง เข้ามายังเว็บไซต์ของธุรกิจ					
6.	การใช้เว็บบอร์ดผ่านในเว็บไซต์ของธุรกิจเพื่อติดต่อกับลูกค้า					
7.	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงกับ เว็บไซต์หลักของธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์					
8.	มีฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า เช่น อีเมลล์ เฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตราแกรม ฯลฯ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี