

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก-ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย  
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจ IOC

ภาคผนวก ข-ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม  
แบบสอบถามฉบับภาษาไทย

ภาคผนวก ค-ค

แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ

ภาคผนวก ง-ง

แบบสอบถามฉบับภาษาจีน

ภาคผนวก จ-จ

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรอยุธยา  
วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดไชยวัฒนาราม วัดใหญ่ชัยมงคล วัดโลกยสุธาราม วัดราชบูรณะ  
อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัดศรีชุม  
อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย วัดช้างล้อม  
อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร วัดช้างรอบ

**ภาคผนวก ก-ก**

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย  
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจ IOC

วันที่ 14 มีนาคม 2561

**BANGKHEN**

2410/2  
PHAHOLYOTHIN RD.,  
JATUJAK, BANGKOK  
10900  
TEL. 0 2579 1111  
FAX. 0 2561 1721  
www.spu.ac.th

**CHONBURI CAMPUS**

79 BANGNA-TRAD RD.,  
KLONGTAMRU, MUANG,  
CHONBURI 20000  
TEL. 0 3874 3690-9  
FAX. 0 3874 3700  
www.east.spu.ac.th

**KHON KAEN**

182/12 MOO 4,  
SRICHAN RD.,  
NAIMUANG DISTRICT,  
AMPHUR MUANG,  
KHON KAEN 40000  
TEL. 0 4322 4111  
FAX. 0 4322 4119  
www.khonkaen.spu.ac.th

ที่- วบจ.0116/พิเศษ  
เรื่อง- ขอกความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย  
เรียน- ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา

คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

เนื่องด้วย นางสาว ชีววรรณ เจริญสุข รหัสนักศึกษา 57560433 หลักสูตรบริหารธุรกิจคชญา

บัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร ในประเทศไทย” THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING THE PERCEIVED VALUE, DESTINATION IMAGE AND DESTINATION LOYALTY OF HISTORICAL ATTRACTIONS (WORLD HERITAGE SITES) OF AYUTTHAYA HISTORICAL PARK-SUKHOTHAI - SI SATCHANALAI AND THE KAMPHAENG PHET OF THAILAND” โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์คือรองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อัน ความถูกต้องและความเข้าใจชัดเจนของภาษาให้เป็นไปตามเกณฑ์ในการสร้างแบบสอบถาม ทั้งนี้เพื่อจะได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อัน)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

หลักสูตรบริหารธุรกิจคชญาบัณฑิต

โทร.0-2579-111 ต่อ3054

โทรสาร.0-2579-1111 ต่อ3011

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ panidaan@spu.ac.th

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## การประเมินแบบสอบถาม (Questionnaire)

### แบบการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย”

#### แบบการประเมินความตรงเชิงเนื้อหานี้ประกอบด้วย 4 ส่วน

1. แบบการประเมินด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)
2. แบบการประเมินด้านคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)
3. แบบการประเมินด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)
4. แบบการประเมินด้านความภักดีของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)

#### วิธีการและขั้นตอนการประเมิน

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยการนำนิยามเชิงแนวคิดทฤษฎีนิยามเชิงปฏิบัติการและข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องพิจารณาความสอดคล้องและกรอกผลการพิจารณาดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence index : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ ดังนี้คือ

- |             |     |   |
|-------------|-----|---|
| 1. ให้คะแนน | + 1 | ถ้าแน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด    |
| 2. ให้คะแนน | 0   | ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด |
| 3. ให้คะแนน | - 1 | ถ้าแน่ใจว่าไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด |

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจ IOC

### 1. ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

<b>ชื่อ-ชื่อสกุล</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา
<b>ตำแหน่ง</b>	คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
<b>สถานที่ทำงาน</b>	วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
<b>การศึกษา</b>	ปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์บัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์บัณฑิต(วท.บ.) เศรษฐศาสตร์ (เกษตร) เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาโท M.B.A. (Business Administration), Cleveland State University, U.S.A. ปริญญาเอก Ph.D. (International Business), Asian Institute of Technology

### 2. ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

<b>ชื่อ-ชื่อสกุล</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา
<b>ตำแหน่ง</b>	คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
<b>สถานที่ทำงาน</b>	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
<b>การศึกษา</b>	ปริญญาตรีหลักสูตรจากคณะครุศาสตร์ (ค.บ.) (ภาษาอังกฤษ) วิทยาลัยครูสวนสุนันทา ปริญญาโทหลักสูตร M.S. (Business Education) New Hampshire College, U.S.A. ปริญญาเอกหลักสูตร Ed.D.(Administrative and Policy Studies) University of Pittsburgh, U.S.A.

### 3. ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

<b>ชื่อ-ชื่อสกุล</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนศ ตีรกิจ
<b>ตำแหน่ง</b>	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด/Certificated Professional Marketer (Asia Pacific)
<b>สถานที่ทำงาน</b>	อาจารย์พิเศษหลักสูตรปริญญาโทและปริญญาเอกในมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนต่างๆ
<b>การศึกษา</b>	ปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจจากคณะ Bachelor Degree of Business Administration ,DPU ปริญญาโทหลักสูตร M.M.(Management), Master's Degree, UTCC, 2540 ปริญญาโทหลักสูตร Master's Degree, CMMU,2541 ปริญญาโทหลักสูตร Master's Degree University of Singapore, 2543 ปริญญาเอกหลักสูตร D.B.A(Doctor of Business Administration) Major Marketing,U.S.A

#### 4. ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือ

ชื่อ-ชื่อสกุล รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยูระรัช

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

การศึกษา ปริญญาตรีหลักสูตรจากคณะครุศาสตร์บัณฑิต (ค.บ) (เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

University of Newcastle upon Tyne, UK

Cert. (Multilevel Modeling), University of East Anglia, England

ครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต (การวัดและประเมินผลการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 5. ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือ

ชื่อ-ชื่อสกุล ดร.ธนาชาติ จันทร์เวโรจน์

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,  
และเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

การศึกษา ปริญญาตรีหลักสูตรจากคณะนิเทศศาสตร์สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปริญญาโทหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปริญญาเอกหลักสูตรด้านการจัดการดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 6. ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือ

ชื่อ-ชื่อสกุล ดร.ศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
สาขาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษา ปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาธุรกิจกีฬา จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

### 7. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพ

ชื่อ-ชื่อสกุล	ดร.ปณต อัสวชัย
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยววิทยาลัยการท่องเที่ยวและบริการ
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
การศึกษา	ปริญญาตรีหลักสูตร Communication Arts From Bangkok University International College ปริญญาโทหลักสูตร Hotel and Tourism Management From Silpakom University International College ปริญญาเอกหลักสูตรการจัดการมรดกทางด้านสถาปัตยกรรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร (International Program)

### 8. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพ

ชื่อ-ชื่อสกุล	ดร.สยามล เทพทา
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม
สถานที่ทำงาน	คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ราชภัฏสวนสุนันทา ปริญญาโทหลักสูตรคณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรม กับการท่องเที่ยว (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยศิลปากร

### 9. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพ

ชื่อ-ชื่อสกุล	ดร.ไอลดา ศราทนต์
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม
สถานที่ทำงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี
การศึกษา	ปริญญาตรีหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรม กับการท่องเที่ยว (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคผนวก ข-ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม  
แบบสอบถามฉบับภาษาไทย





มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

## แบบสอบถามฉบับภาษาไทย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย”

THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING THE PERCEIVED VALUE, DESTINATION IMAGE AND DESTINATION LOYALTY OF HISTORICAL ATTRACTIONS (WORLD HERITAGE SITES) OF THAILAND

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ดิฉันนางสาว ชีวรรณ เจริญสุข นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (DBA) สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กำลังศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เพื่อสนับสนุนการศึกษาระดับปริญญาโทเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร ในประเทศไทย” และสนับสนุนการศึกษาของวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและอุทยานประวัติศาสตร์และการบริการของบริษัทท่องเที่ยวถึงความคิดเห็นในการศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชรในประเทศไทย”

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะนำไปใช้เพื่อจุดประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งในความกรุณา มา ณ โอกาสนี้



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

คำชี้แจง :

ลงชื่อ .....

(ชีวรรณ เจริญสุข)

นักศึกษาระดับปริญญาเอก

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม



8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยบ่อยครั้งเพียงใด

- 1)  ครั้งแรก                      2)  2 ครั้ง                      3)  3 ครั้ง  
 4)  4 ครั้ง                      5)  5 ครั้ง                      6)  มากกว่า 5 ครั้ง

9. ท่านรู้จักประเทศไทยในเรื่องใดมากที่สุด

- 1)  ความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยวไทย 2)  ความงดงามของศิลปและวัฒนธรรมไทย  
 3)  ความงดงามของสถาปัตยกรรมไทย 4)  อักษรศาสตร์ของไทย  
 5)  อาหารไทย 6)  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ในการเดินทางครั้งนี้ท่านร่วมเดินทางมากับบุคคลกลุ่มใด (โปรดเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- 1)  เดินทางคนเดียว                      2)  ครอบครัว/ญาติ                      3)  เพื่อนร่วมงาน  
 4)  คู่รัก                      5)  อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแต่ละครั้งประมาณ

- 1)  10,000 -50,000 บาท/ครั้ง                      2)  50,001-100,000 บาท/ครั้ง  
 3)  100,001-150,000 บาท/ครั้ง                      4)  150,001-200,000บาท/ครั้ง  
 5)  มากกว่า 200,000 บาท/ครั้ง

12. ท่านค้นคว้าหาข้อมูลการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบเพียง 1 คำตอบ)

- 1)  คนรู้จัก                      2)  บริษัทนำเที่ยว                      3)  เครือข่ายสังคมออนไลน์  
 4)  หนังสือ/นิตยสารท่องเที่ยว                      5)  งานท่องเที่ยว                      6)  อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) และประเทศไทย**

**ด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)**

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายในการเลือกของระดับความคิดเห็นดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก        |
| 3 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย       |
| 1 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)</b>						
<b>1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand)</b>						
13	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสวยงามมากมาย					
14	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าประเทศไทยมีอาหารอร่อยและมีชื่อเสียงระดับโลก					
15	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่ามีความสะดวกสบาย					
16	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าประเทศไทยมีประเพณีอันดีงามและประเพณีไทย					
17	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าคนไทย มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจกับคนทั่วไป					
18	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านพบว่าประเทศไทยมีความสะดวกสบาย					
<b>2. ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre Trip Planning Experience)</b>						
18	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลมาก่อนล่วงหน้า					
19	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการเตรียมการอย่างดีและไม่มีผลกระทบต่อท่าน					
20	ในการมาเที่ยวประเทศไทยท่านมีการเตรียมการอย่างดีและไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพของท่าน					

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience)					
<b>3. การสื่อสารแบบการบอกต่อหรือปากต่อปาก (Word Of Mouth Communication)</b>						
21	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจจากประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวประเทศไทย					
22	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลของประเทศไทยจากเว็บไซต์ (Website) ต่างๆที่มีการทบทวนจากความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย					
23	ในการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดีว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางชนบทธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทยแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม					

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)**

**ด้านคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)**

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายในการเลือกของระดับความคิดเห็นดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก        |
| 3 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย       |
| 1 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>					
	<b>1. คุณค่าที่รับรู้ทางด้านราคา (Perceived Price Value)</b>					
24	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล					
25	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่ากับเงินที่ได้จ่ายไป					
26	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ท่านคิดว่ามีค่าใช้จ่ายรวมตลอดของการเดินทาง มีความเหมาะสมกับเงินที่ได้จ่ายไป					
	<b>2. คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ (Perceived Emotion Value)</b>					
27	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ท่านได้รับความสนุกสนาน					
28	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ทำให้ท่านชื่นชอบประทับใจในประเทศไทย					
29	การมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) ในครั้งนี้ทำให้ท่านมีความผูกพันกับประเทศไทย					
	<b>3. คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality Value)</b>					
30	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพด้วยมาตรฐานสากล					

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)</b>					
31	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีความสะอาด และปลอดภัย					
32	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีความน่าเชื่อถือว่ามึประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน					
	<b>4. คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า (Perceived Economic Value)</b>					
33	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีคุณค่าต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ					
34	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีคุณค่าต่อการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว					
35	อุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก) แห่งนี้มีคุณค่าที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์					

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)

##### ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction Potential)

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายในการเลือกของระดับความคิดเห็นดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก        |
| 3 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย       |
| 1 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>					
	<b>1. ภาพลักษณ์ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)</b>					
36	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีอารยธรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า					
37	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า					
38	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีสถาปัตยกรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า					
39	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีจิตรกรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า					
40	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีประติมากรรมที่ยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า					
	<b>2. ภาพลักษณ์ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilty)</b>					
41	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการเดินทางแบบส่วนตัว					
42	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบการเดินทางแบบสาธารณะ					
43	ท่านสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย					
	<b>3. ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)</b>					
44	ท่านคิดว่าประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว					
45	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอย่างครบครัน					



ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)</b>					
46	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) มีศูนย์ท่องเที่ยวไว้คอยบริการเพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว					
	<b>4. ภาพลักษณ์ด้านที่พัก (Accommodation)</b>					
47	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีห้องพักหรือโรงแรม มีความทันสมัยสวยงามและสะดวกสบาย					
48	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีห้องพักที่มีความ เหมาะสมและมีราคาให้เลือกตามมาตรฐานสากล					
49	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีห้องพักอย่างเพียงพอ มีความสะอาดและปลอดภัย					
	<b>5. ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)</b>					
50	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้มีการจัดนิทรรศการงานมรดกโลกอย่างงดงาม					
51	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้มีกิจกรรมตลอดเวลาในขณะที่เดินเยี่ยมชม					
52	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้มีกิจกรรมการชมและขี่ช้างรอบอุทยานฯ					
	<b>6. ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)</b>					
53	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้มีศูนย์บริการและข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ดี					
54	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้ มีร้านค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการอย่างเพียงพอ					
55	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้ มีสถานบริการสุขภาพอย่างพอเพียงเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน					

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)**

**ด้านความภักดีของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) เชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)**

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายในการเลือกของระดับความคิดเห็นดังนี้

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 5 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก        |
| 3 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย       |
| 1 | หมายถึง | ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>1. ความภักดีด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)</b>					
56	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้ว ท่านจะมีการบอกต่อหรือแนะนำให้กับคนรู้จักญาติ พี่น้อง ครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นๆให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์(มรดกโลก)					
57	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้วท่านจะพูดถึงประสบการณ์ดีๆที่ได้รับให้กับคนรู้จัก ญาติ พี่น้อง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่นๆ					
58	หลังจากที่ท่านได้เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) แห่งนี้แล้วท่านจะบอกต่อด้วยการสื่อสารผ่านสื่อทางสังคมออนไลน์ (Social Network)ด้วยการโพสต์วีดีโอรูปภาพ (Post Videos and Photos) ผ่านยูทูป (YouTube) เป็นการสื่อสารด้วยการบอกต่อด้วยความรวดเร็วและทันท่วงที					
	<b>2. ความภักดีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Revisit Intention)</b>					
59	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกครั้งเมื่อมีโอกาส					
60	ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวรายเดิมในครั้งต่อไป					

ข้อ	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก)	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	<b>ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty)</b>					
61	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกครั้ง เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามดึงดูดใจทั้งในด้าน ศิลปวัฒนธรรมอันยิ่งใหญ่งดงามล้ำค่า วิวทิวทัศน์ที่สวยงามปราสาทราชวัง สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ประณีตศิลป์และ วรรณกรรมฯลฯ					

**ภาคผนวก ก-ก**

**แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ(English Questionnaire)**



**แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ (English Questionnaire)**

**SUBJECT : THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING THE PERCEIVED VALUE, DESTINATION  
IMAGE AND DESTINATION LOYALTY OF HISTORICAL ATTRACTIONS  
(WORLD HERITAGE SITES) OF THAILAND**

**Subject** Request for your kind support to respond the questionnaire

**For the attention of :** Whom it may respond the questionnaire

I, Miss Cheewawan Charoensook , Independent Researcher of Doctor of Business Administration Program (DBA) on Strategic Management, Sripatum University am now making the term paper to support my study on “The Causal Factors Influencing The Perceived Value, Tourist Attraction Potential and Destination Loyalty of Historical Attractions (World Heritage sites) of Thailand” and the study of Graduate College of Management, Sripatum University.

This questionnaire is made to question tourists visiting Thailand and historical parks as well as travel agents’ services about their opinions towards the study on “The Causal Factors Influencing The Perceived Value, Tourist Attraction Potential and Destination Loyalty of Historical Attractions (World Heritage sites) of Thailand”

I do hope to receive your kind support to respond this questionnaire. Information from this questionnaire will be used for study purpose only. Your responses will be kept confidential.

I would like to express my thanks for your kind support.



Signed by .....

(Cheewan Charoensook)

Independent Researcher

of Business Administration Program : (DBA)

Graduate College of Management, Sripatum University





## Part 2 Opinion on Tourist Experiences towards Thailand

### Tourist Experiences

Please tick  in the  most correct to your opinion

By means of the selection of opinions as follows.

- 5 Mean for mostly agree  
 4 Mean for much agree  
 3 Mean for moderately agree,  
 2 Mean for disagree,  
 1 Mean for extremely disagree

Item	Opinion on Tourist Experience	Opinion				
		5	4	3	2	1
	<b>Tourist Experiences towards Thailand Trip</b>					
	<b>1. Past Experiences in Thailand</b>					
13	In your opinion, there are several wonderful tourist attractions in Thailand					
14	In your opinion, there are variety of good-tasted and globally well-known delicacies					
15	In your opinion, you have close experiences with Thai cultures and traditions					
16	In your opinion, Thai people have hospitality, cheerfulness and kindness.					
17	In your opinion , there are plenty of facilities in Thailand					
	<b>2. Pre-Trip Planning Experiences</b>					
18	You seek for information before your trip to Thailand					
19	You have good preparations before your Thailand trip to ensure no effects to your work					
20	You have good preparation before your Thailand trip to ensure no effects to your health					
	<b>3. Word Of Mouth Communications Experiences</b>					
21	You get information from tourists with good experiences on their Thailand trip					



Item	Opinion on Tourist Experience	Opinion				
	<b>Tourist Experiences towards Thailand Trip</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
2	You get information about Thailand from website , through reviews from tourist experiences					
23	You get information from tourists with good experiences on Thai cultures, traditions, historical attractions and natural attractions					

### Part 3 Opinion of Tourists towards Historical Attractions (World Heritage)

#### Perceived Value

Instructions : Please tick  in the  most correct to your opinion

By means of the selection of opinions as follows.

- 5 Mean for mostly agree  
 4 Mean for much agree  
 3 Mean for moderately agree,  
 2 Mean for disagree,  
 1 Mean for extremely disagree

Item	Tourist Opinion towards Historical Attractions (World Heritage)	Opinion				
		5	4	3	2	1
	<b>Perceived Value</b>					
	<b>1. Perceived Price Value</b>					
24	For this trip to historical attraction(world heritage), you think that traveling expenses are reasonable					
25	For this trip to historical attraction (world heritage), you think that your traveling expenses are worthwhile					
26	For this trip to historical attraction (world heritage), you think that total traveling expenses are reasonable.					
	<b>2. Perceived Emotion Value</b>					
27	You enjoy this trip to historical attraction (world heritage)					
28	This trip to historical attraction (world heritage) makes you impressed with Thailand					
29	This trip to historical attraction (world heritage) makes you have some connection with Thailand					
	<b>3. Perceived Quality Value</b>					
30	For this trip of national historical attraction (world heritage), you get quality services with international standards					
31	This historical attraction site (world heritage) is clean and safe					
32	This historical attraction site (world heritage) is reliable for its long history					

Item	Tourist Opinion towards Historical Attractions (World Heritage)	Opinion				
		5	4	3	2	1
	Perceived Value					
	<b>4. Perceived Economic Value</b>					
33	This historical park (world heritage) is valuable to tourist's experiences					
34	This historical park (world heritage) is valuable for tourism					
35	This historical park (world heritage) is valuable for historical tourism					

#### Part 4 Opinion of Tourists towards Historical Attractions (World Heritage)

##### Tourist Attraction Potential

Instruction: Please tick ✓ in the  most correct to your opinion

By means of the selection of opinions as follows.

- 5 Mean for mostly agree  
 4 Mean for much agree  
 3 Mean for moderately agree,  
 2 Mean for disagree,  
 1 Mean for extremely disagree

Item	Tourist Opinion towards Historical Attractions (World Heritage)	Opinion				
		5	4	3	2	1
	(Tourist Attraction Potential)					
	<b>1. Potential of Attraction</b>					
36	In your opinion, Thailand is the country with grand, gorgeous and precious civilizations					
37	In your opinion, Thailand is the country with grand, gorgeous and precious cultures					
38	In your opinion, Thailand is the country with grand, gorgeous and precious architectures					
39	In your opinion, Thailand is the country with grand, gorgeous and precious paintings					
40	In your opinion, Thailand is the country with grand, gorgeous and precious sculptures					
	<b>2. Potential of Accessibility</b>					
41	You can access to the tourist attractions by private trip					
42	You can access to the tourist attractions by public trip					
43	You can easily and safely access to the tourist attractions					
	<b>3. Potential of Amenities</b>					
44	In your opinion, Thailand and historical attractions are convenient for tourism					
45	Basic facilities are available at historical attractions (world					

	heritage).					
Item	Tourist Opinion towards Historical Attractions (World Heritage)	Opinion				
		(Tourist Attraction Potential)				
		5	4	3	2	1
6	Tourist information centers are available at historical attractions (world heritage).					
<b>4. Potential of Accommodation</b>						
47	In your opinion, there are attractive, modern and well-equipped accommodations in Thailand					
48	In your opinion, there are rooms at reasonable price available in Thailand					
49	In your opinion, there are adequate , clean and safe accommodations available in Thailand					
<b>5. Potential of Activities</b>						
50	World heritage exhibition is organized at this historical attraction (world heritage).					
51	Many activities are available when visiting this historical attraction (world heritage)					
52	Historical attraction tour and elephant riding show are available at this historical attraction (world heritage)					
<b>6. Potential of Ancillary Service</b>						
53	Service center and tourist information center is available at this historical attraction (world heritage)					
54	Shops and facilities are available and adequate at this historical attraction (world heritage)					
55	Health and medical center is available and sufficient for emergency at this historical attraction (world heritage)					

### Part 5 Opinion of Tourists towards Historical Attractions (World Heritage)

#### Destination Loyalty

Instruction : Please tick ✓ in the  most correct to your opinion

By means of the selection of opinions as follows.

- 5 Mean for mostly agree  
 4 Mean for much agree  
 3 Mean for moderately agree,  
 2 Mean for disagree,  
 1 Mean for extremely disagree

Item	Opinion of Tourists towards Historical Attractions (World Heritage)	Opinion				
		5	4	3	2	1
	<b>Destination Loyalty</b>					
	<b>1. Word of Mouth</b>					
56	After your visit to historical attraction (World Heritage), you will give word of mouth and suggest it to your acquainted persons, relatives, brothers and sisters, family, colleague or other visitors					
57	After your visit to historical attraction (World Heritage), you will give word of mouth on your good tourist experiences to your acquainted person, relatives, brother and sisters, family, colleague or other visitors					
58	After your visit to historical attraction (World Heritage), you will give word of mouth through social network by posting video through (YouTube) for quick information.					
	<b>2. Revisit Intention</b>					
59	You intend to revisit Thailand if possible					
60	For your next visit, you intend to remain using services of the travel agent you use this time					
61	You intend to revisit Thailand because there are variety of attractive tourist attractions, gorgeous cultures, temples, palaces, sculptures, paintings etc.					

ภาคผนวก ง-ง

แบบสอบถามฉบับภาษาจีน (调查问卷)



## แบบสอบถามฉบับภาษาไทย (调查问卷)

### 内容 “影响泰国大城-素可泰-斯查莱-甘碧 熹历史公园的历史景点（世界遗产）感知价值、服务质量满意度和影响的因素”

内容： 请协作回答调查问卷  
致： 各位受访者

本人 梁美玲 作为斯巴顿大学策略管理专业工商管理博士生，目前正在进行以《影响泰国大城-素可泰-斯查莱-甘碧熹历史公园的历史景点（世界遗产）感知价值、服务质量满意度和影响的因素》为题的研究以及支持斯巴顿大学管理研究生学院的研究工作。

制定本 . . . 卷是 . 了 . 来到泰国和历史公园以及使用旅游公司服务的游客进行访问调查，还包括对以《影响泰国大城-素可泰-斯查莱-甘碧熹历史公园的历史景点（世界遗产）感知价值、服务质量满意度和影响的因素》为题的研究观点。

研究者希望您填写本份 . . . 卷并且从 . . . 卷中 . 得的数据 . 用于研究目的， . . . 卷的答案将予以保密。

研究者感谢您对本次调查问卷的合作。



签字.....

(梁美玲)

博士的学生

斯巴顿大学管理研究生学院

#### 说明

本调查问卷分为以下 5 个部分

第 1 部分：受访者一般信息

第 2 部分：游客旅行体验反馈

第 3 部分：感知价值的反馈

第 4 部分：旅游景点潜力

第 5 部分：目的地忠诚度的反馈



## 第 1 部分：受访者一般信息

说明：请在最符合您答案的  中

### 1. 性别

- 1)  男                      2)  女

### 2. 年龄

- 1)  低于18岁              2)  18-30岁                      3)  31-40岁  
4)  41-50岁              5)  超过50岁

### 3. 婚姻状况

- 1)  未婚                      2)  已婚                      3)  丧偶  
4)  离婚                      5)  分居

### 4. 教育程度

- 1)  高中以下              2)  高中                      3)  高职大专  
4)  本科                      5)  硕士                      6)  博士

### 5. 职业

- 1)  学生                      2)  私企员工                      3)  个人企业  
4)  公务员                      5)  公职人员                      6)  其他, 请指明.....

### 6. 月薪

- 1)  低于15,000 泰铢    2)  15,001 -25,000 泰铢              3)  25,001 -35,000 泰铢  
4)  35,001-45,000 泰铢    5)  45,001-55,000 泰铢              6)  高于55,000 泰铢

### 7. 国籍

- 1)  中国                      2)  英国

### 8. 您来到泰国旅游的次数

- 1)  首次                      2)  2次                      3)  3次  
4)  4次                      5)  5次                      6)  超过5次

### 9. 您对泰国最了解的事宜

- 1)  泰国旅游景点的美丽              2)  泰国艺术和文化的美丽  
3)  泰国建筑的美丽                      4)  泰国人民的友好  
5)  泰国美食                      6)  其他, 请指明.....

### 10. 这次旅行与您通行的成员 (单选题)

- 1)  个人                      2)  家庭亲属                      3)  同事  
4)  爱人                      5)  其他, 请指明.....

## 11.您认为每次您来泰国旅行的所有费用

- 1)  10,000-50,000 泰铢/次                      2)  500,001-100,000 泰铢/次  
 3)  100,001-150,000 泰铢/次                      4)  150,001-200,000 泰铢/次  
 5)  超过 200,000 泰铢/次

## 12.您从何处收集泰国旅行的治疗（单选题）

- 1)  朋友    2)  旅游公司    3)  社交网络  
 4)  旅游书籍/杂志    5)  旅游活动    6)  其他，请指明.....

## 第 2 部分：游客旅行体验反馈 / 旅行体验 (Tourist Experiences)

说明：请在最符合您意见程度的  中打

- 5            表示非常同意  
 4            表示同意  
 3            表示一般  
 2            表示不同意  
 1            表示非常不同意

序号	旅行者对泰国的评价	意见程度				
		5	4	3	2	1
	<b>来泰国旅行的游客体验 (Tourist Experiences towards Thailand Trip)</b>					
	<b>1. 泰国旅行的经验 (Past Experiences in Thailand)</b>					
13	来泰国旅行您发现泰国有许多美丽的旅游景点。					
14	来泰国旅行您发现泰国食物非常好吃并享誉全球。					
15	来泰国旅行您发现具有接近泰国文化和传统的经验。					
16	来泰国旅行您发现泰国人非常的友好、热情和善良。					
17	来泰国旅行您发现泰国非常便利。					
	<b>2. 旅行前计划经验 (Pre Trip Planning Experiences)</b>					
18	来泰国旅行您事先进行信息收集。					
19	来泰国旅行您事先做好准备并且对工作无影响。					
20	来泰国旅行您事先做好充分的健康准备并对健康无影响。					
	<b>3. 口耳相传的沟通 (Word Of Mouth Communication)</b>					
21	这次泰国旅行，您从良好的泰国旅行体验中获得旅行信息。					
22	这次泰国旅行，您从曾经前来泰国旅行的游客网页评论中收集旅行信息。					
23	这次泰国旅行，您从曾经前来泰国文化、历史及美丽自然景点的游客处收集旅行信息。					

### 第3部分：感知价值的反馈/感知价值的反馈 (Perceived Value)

#### 对历史景点（世界遗产）感知价值的反馈

说明：请在最符合您意见程度的  中打

- 5 表示非常同意
- 4 表示同意
- 3 表示一般
- 2 表示不同意
- 1 表示非常不同意

序号	对历史景点（世界遗产）感知价值的评价	意见程度				
		5	4	3	2	1
	<b>感知价值 (Perceived Value)</b>					
	<b>1. 价格方面的感知价值 (Perceived Price Value)</b>					
24	本次历史公园（世界遗产）的旅行，您认为价格合理。					
25	本次历史公园（世界遗产）的旅行，您认为物超所值。					
26	本次历史公园（世界遗产）的旅行您认为旅行总成本与支出的费用一致。					
	<b>2. 心情方面的感知价值 (Perceived Emotion Value)</b>					
27	本次历史公园（世界遗产）的旅行，您认为非常有趣。					
28	本次历史公园（世界遗产）的旅行，您对泰国留下深刻的印象。					
29	本次历史公园（世界遗产）的旅行，让您与泰国有一定的联系。					
	<b>3. 质量方面的感知价值 (Perceived Quality Value)</b>					
30	此处历史景点（世界遗产）提供符合国际标准的优质服务。					
31	此处历史景点（世界遗产）非常便利、安全。					
32	此处历史景点（世界遗产）具有悠久的历史。					
	<b>4. 价值方面的感知价值 (Perceived Economic Value)</b>					
33	此处历史景点（世界遗产）让游客获得宝贵的旅行体验。					
34	此处历史景点（世界遗产）值得游客参观。					
35	此处历史景点（世界遗产）符合历史景点的价值。					

#### 第 4 部分：游客对历史景点（世界遗产）及泰国的反馈

##### 历史景点（世界遗产）的形象/旅游景点潜力(Tourist Attraction Potential)

说明：请在最符合您意见程度的  中打

5 表示非常同意、4 表示同意、3 表示一般、2 表示不同意、1 表示非常不同意

序号	游客对历史景点（世界遗产）的评价	意见程度				
		5	4	3	2	1
	<b>旅游景点潜力 (Tourist Attraction Potential)</b>					
	<b>1. 旅游吸引力的形象 (Attraction)</b>					
36	您认为泰国拥有宝贵的伟大文明。					
37	您认为泰国拥有宝贵的伟大文化。					
38	您认为泰国拥有宝贵的伟大建筑。					
39	您认为泰国拥有宝贵的伟大思想。					
40	您认为泰国拥有宝贵的伟大雕塑。					
	<b>2. 无障碍出入的形象 (Accessibilty)</b>					
41	您可以按照个人行程参观旅游景点。					
42	您可以按照共同行程参观旅游景点。					
43	您可以便利、安全参观旅游景点。					
	<b>3. 泰国便利设施的形象 (Amenities)</b>					
44	您认为泰国及历史景点在旅行方面具备一定的便利性。					
45	历史景点（世界遗产）提供齐全的便利设施。					
46	历史景点（世界遗产）具有为游客提供旅行信息的旅游中心。					
	<b>4. 泰国及景点住宿的信息 (Accommodation)</b>					
47	您认为泰国具有现代化、美丽和舒适的酒店或住宿。					
48	您认为泰国具有适宜的客房和符合标准的价格。					
49	您认为泰国住宿客房足够、清洁并且安全					
	<b>5. 旅游景点各种旅游活动的形象 (Activities)</b>					
50	此处历史景点（世界遗产）举办世界遗产展览。					
51	此处历史景点（世界遗产）在参观期间一直提供相应的活动。					
52	此处历史景点（世界遗产）提供参观服务以及骑大象活动。					
	<b>6. 旅游景点服务的形象 (Ancillary Service)</b>					
53	此处历史景点提供旅游信息和服务中心。					
54	此处历史景点提供足够的便利商店和服务设施。					
55	此处历史景点在紧急情况下提供足够的医疗保健设施。					

### 第5部分：游客对历史景点（世界遗产）及泰国的反馈 (Destination Loyalty)

#### 历史景点（世界遗产）的忠诚度

说明：请在最符合您意见程度的  中打

- 5 表示非常同意  
4 表示同意  
3 表示一般  
2 表示不同意  
1 表示非常不同意

5 表示非常同意、4 表示同意、3 表示一般、2 表示不同意、1 表示非常不同意

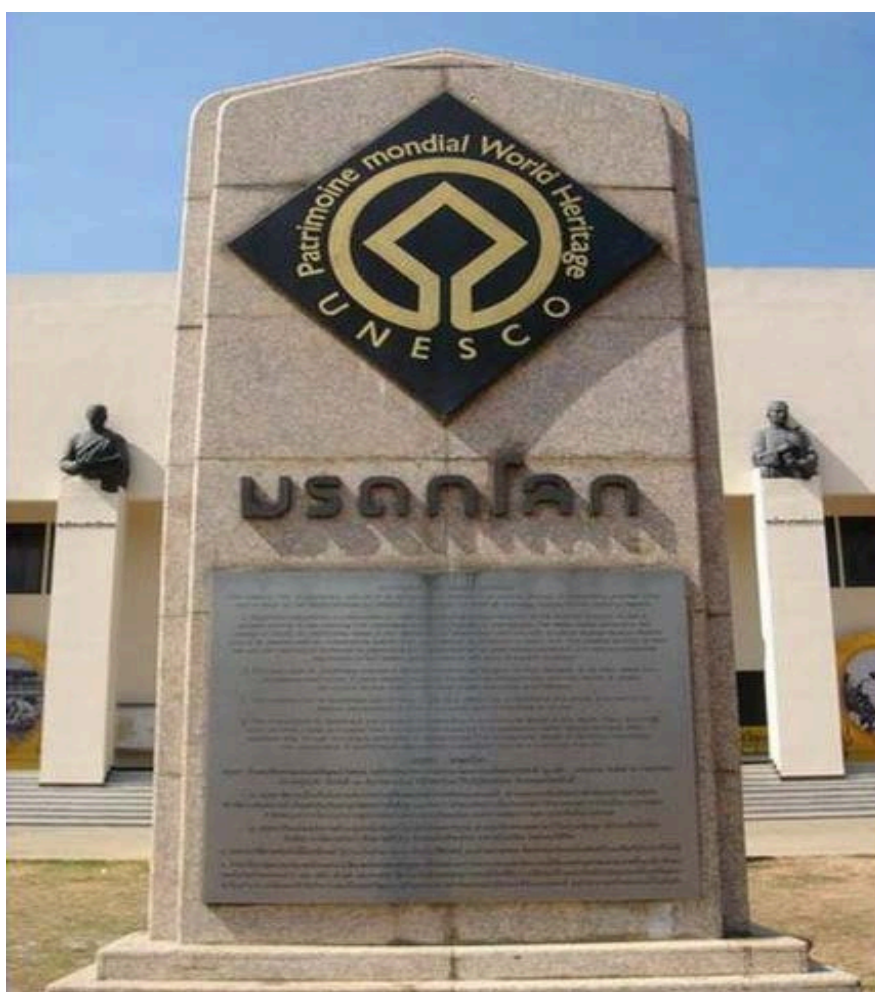
序号	游客对历史景点（世界遗产）的评价	意见程度				
		5	4	3	2	1
	<b>历史景点（世界遗产）的忠诚度 (Destination Loyalty)</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>1. 口耳相传 (Word of Mouth)</b>					
56	您参观历史景点（世界遗产）之后，您向家庭成员、亲朋戚友、同事或其他人介绍参观历史景点（世界遗产）。					
57	您参观历史景点（世界遗产）之后，您向家庭成员、亲朋戚友、同事或其他人提及旅游经验。					
58	您参观历史景点（世界遗产）之后，您会通过快速及时的社交网络和视频进行交流介绍。					
	<b>2. 再次前来旅游或使用服务的意图 (Revisit Intention)</b>					
59	如果有机会，您会再次来到泰国旅行。					
60	您下一次会使用同一家旅行社。					
61	您决定再次来到泰国旅行，因为泰国有很多吸引人的旅游景点，包括寺庙、皇宫、建筑、雕塑、美术和文学等等。					

非常感 ▪

**ภาคผนวก จ-จ****มรดกโลก****อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)****วัดพระศรีสรรเพชญ์ (Wat Phra Si Sanphetch)****วัดไชยวัฒนาราม (Wat Chai Watthanaram)****วัดใหญ่ชัยมงคล (Wat Yai Chaimongkol)****วัดโลกยาสูธาราม (Wat Lokayasutharam)****วัดราชบูรณะ (Wat Ratchaburana)****อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (Sukhothai Historical Park)****วัดศรีชุม (Wat Srichum)****อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย (Si Satchanalai Historical Park)****วัดช้างล้อม ศรีสัชนาลัย (Wat Chang Lom)****อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร (Kamphaeng Phet Historical Park)****วัดช้างรอบ (Wat Chang Rob)**

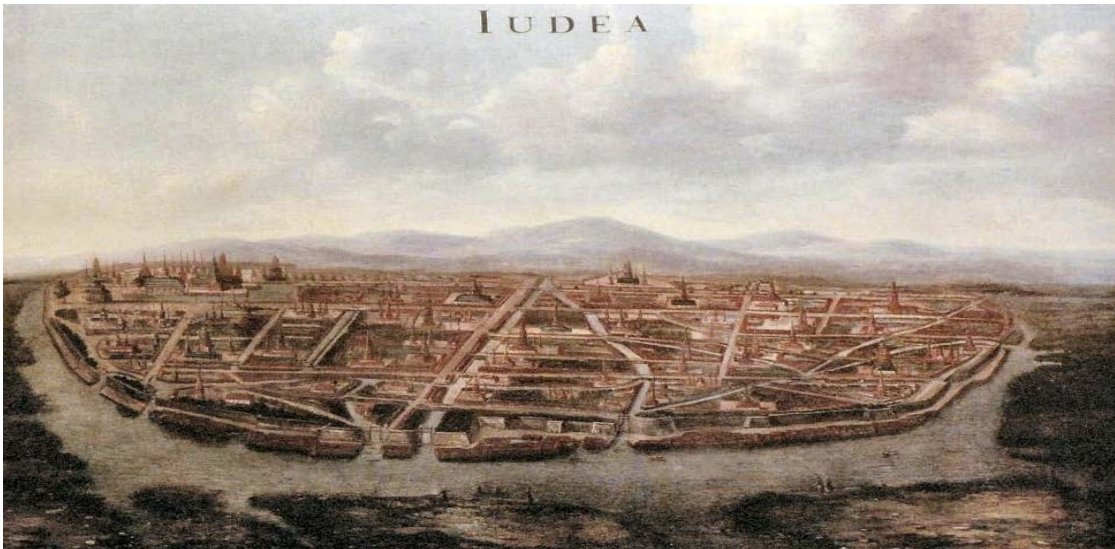
## มรดกโลก

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา(Ayutthaya Historical Park)



## มรดกโลก

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา(Ayutthaya Historical Park)





## อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

### วัดพระศรีสรรเพชญ์ (Wat Phra Si Sanphetch)



# อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

## วัดไชยวัฒนาราม (Wat Chai Watthanaram)



## อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

### วัดไชยวัฒนาราม (Wat Chai Watthanaram)



## อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

### วัดใหญ่ชัยมงคล (Wat Yai Chaimongkol)



อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

วัดโลกยสุธาราม (Wat Lokayasutharam) พระพุทธรูปไสยาสน์



# อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Ayutthaya Historical Park)

## วัดราชบูรณะ (Wat Ratchaburana, Ayutthaya)



## ภาคผนวก จ-จ

**อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (Sukhothai Historical Park)**

**วัดศรีชุม (Wat Srichum)**

**อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย (Si Satchanalai Historical Park)**

**วัดช้างล้อม อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย (Wat Chang Lom)**

**อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร (Kamphaeng Phet Historical Park)**

**วัดช้างรอบ (Wat Chang Rob)**

## อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (Sukhothai Historical Park)

### วัดศรีชุม (Wat Srichum)





## อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย (Si Satchanalai Historical Park)

### วัดช้างล้อม อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย (Wat Chang Lom)



# อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร (Kamphaeng Phet Historical Park)

## วัดช้างรอบ (Wat Chang Rob)



## ประวัติผู้วิจัย

### ผู้วิจัย



### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล	นางสาวชีวรรณ เจริญสุข
ภูมิลำเนา	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงาน	บริษัท แอล ซี อาร์ จำกัด

การศึกษา	จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต(วท.บ.)สาขาวิชาช่างเทคนิคสถาปัตยกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (Faculty of Industrial Technology, Architecture Technician., Suansunandha Rajabhat University)
Education	ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ(การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีปทุม (Master of Business Administration (MBA.) Business Marketing ., Sripatum University)
	ปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์มหาวิทยลัยศรีปทุม(Doctor of Business Administration (DBA.) Strategic Management.,Sripatum University)

---

**ผลงานทางด้านวิชาการ**


---

- 2018 **ชีวรรณ เจริญสุข<sup>1</sup> และ วิชิต อุ๋อัน<sup>2</sup>, (2561).**  
 ปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่มีอิทธิพลต่อ คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร ในประเทศไทย.,บทความตีพิมพ์บทความวิชาการ วารสารอัล-ฮิกมะฮู มหาวิทยาลัยฟาฏอนี (เดิมมหาวิทยาลัยอิสลามยะลา) บัณฑิตวิทยาลัย แผนกงานวิชาการและวารสาร.,ยะลา  
**Cheewan Charoensook<sup>1</sup> and Vichit U-On<sup>2</sup>, (2018).**  
 The Causal Factors The Perceived Value, Satisfaction of Service Quality and Destination Image of Historical Attractions(World Heritage Sites) of Historical Attractions (World Heritage Sites) of Ayutthaya Historical Park-Sukhothai-Sisatchanlai and The Kamphaeng Phet of Thailand.,,Garden of Knowledge towards the Righteous Society., Fatoni University., Khoutoom A.Yarang Ch.Pattani 94160 S.Thailand\*P.o.Box 142A.Meang Ch.Yala95000.
- 
- 2018 **Cheewan Charoensook<sup>1</sup>, Kachaporn Wongchaisuwan<sup>2</sup>, and Vichit U-On<sup>3</sup>, (2017).**  
 Causal Factors Influencing to Destination Image to Towards Historical Tourism of the World Heritage Site, In Proceedings of the4th International Conference on Management, Business, and Economics & The 6th International Conference on Tourism,Transport, and Logistics, 3-5 May 2018, The Pennisula Inn,Niagara Falls., Ontario, Canada
- 
- 2017 **ชีวรรณ เจริญสุข<sup>1</sup> และ รศ.ดร.วิชิต อุ๋อัน<sup>2</sup>,(2017).**  
 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในประเทศไทย.,การประชุมวิชาการระดับชาติ “นวัตกรรมและเทคโนโลยีวิชาการ (2017).,วิจัยจากองค์ความรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน.,ITC.(2017).,  
 Innovation and Technology Conference. (ITC2017)  
**Cheewan Charoensook<sup>1</sup> and Vichit U-On<sup>2</sup>, (2017).**  
 The Factors Affecting of Tourist Satisfaction to the Attractions, Historical World Heritage Site :A Case Study of Ayutthaya Historical Park Ayutthaya ,Province of
-

Thailand., ITC. 2017., Innovation and Technology Conference. (ITC2017)

- 
- 2017 **Cheewan Charoensook<sup>1</sup>,Kachaporn Wongchaisuwan<sup>2</sup>,and Vichit U-On<sup>3</sup>, (2017).**  
The Causal Factors of Satisfaction and Loyalty towards Historical Tourism of the World Heritage Site : Ayutthaya Historical Park,In Proceedings of the3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Business, and Economics & The 5<sup>th</sup> International Conference on Tourism, Transport, and Logistics, 9-11 March 2017, Royal Plaza Montreux and Spa, Montreux, Switzerland.
- 
- 2017 **Cheewan Charoensook<sup>1</sup> and Kachaporn Wongchaisuwan<sup>2</sup>,(2017)**  
The Causal Factors of Satisfaction and Loyalty Towards Historical Tourism of The World Heritage Site Ayutthaya Historical Park.,
- 
- 2016 **ชีวรรณ เจริญสุข<sup>1</sup> และ รศ.ดร.วิชิต อุ๋อัน<sup>2</sup>,(2016)**  
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(มรดกโลก) กรณีศึกษา:อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในประเทศไทย.,  
**Cheewan Charoensook<sup>1</sup> and Vichit U-On<sup>2</sup>, (2016)**  
The Factors Affecting of Tourist Satisfaction to the Attractions, Historical World Heritage Site: A Case Study of Ayutthaya Historical Park Ayutthaya, Province of Thailand.
- 
- 2016 **Cheewan Charoensook<sup>1</sup> and Vichit U-On<sup>2</sup>, (2016)**  
A Pattern of Historical ,Religious ,Cultural Tourism in Phranakorn Sri Ayutthaya. In Proceedings of the2<sup>nd</sup> International Conference on Management, Business, and Economics & The4<sup>th</sup> International Conference on Tourism, Transport, and Logistics, 12-14 February 2016, Da Vinci Villa Hotel ,San Francisco, California, USA.
- 
- 2016 **Cheewan Charoensook.,(2016)**  
Strategy Management For a competitive Advantage In The Thai Real Estate Sector: A Case Study in Bangkok and It's Surrounding Suburbs .In Proceedings of the2<sup>nd</sup> International Conference on Management, Business, and Economics & The4<sup>th</sup> International Conference on Tourism, Transport, and Logistics, 12-14 February 2016, Da Vinci Villa Hotel ,San Francisco, California, USA.  
**ชีวรรณ เจริญสุข.,(2016)**  
การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
-

---

ไทย: (กรณีศึกษา) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยรอบ., In Proceedings of the 2nd International Conference on Management, Business, and Economics & The 4th International Conference on Tourism, Transport, and Logistics, 12-14 February 2016, Da Vinci Villa Hotel, San Francisco, California, USA.

---

\*\*\*\*\*