



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

5. ประเภทของธุรกิจ

- () 1. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง
- () 2. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท
- () 3. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย
- () 4. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
- () 5. ธุรกิจบริการ

6. ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ

- () 1. น้อยกว่า 1 ปี
- () 2. 1 – 3 ปี
- () 3. 4 – 6 ปี
- () 4. 7 – 10 ปี
- () 5. มากกว่า 10 ปี

7. เงินทุนแรกเริ่ม

- () 1. น้อยกว่า 500,000 บาท
- () 2. 500,000 – 1,000,000 บาท
- () 3. 1,000,000 – 5,000,000 บาท
- () 4. 5,000,000 – 10,000,000 บาท
- () 5. มากกว่า 10,000,000 บาท

8. จำนวนพนักงานทั้งหมด

- () 1. น้อยกว่า 10 คน
- () 2. 10 – 50 คน
- () 3. 51 – 100 คน
- () 4. 101 – 200 คน
- () 5. มากกว่า 200 คน

9. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่านได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. นักท่องเที่ยวชาวไทย
- () 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- () 3. ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย
- () 4. กลุ่มคนในท้องถิ่น
- () 5. ผู้นำเข้า
- () 6. ผู้ส่งออก
- () 7. หน่วยงานราชการ
- () 8. องค์กรธุรกิจ
- () 9. อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมือง
เชียงใหม่

10. ท่านเคยลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีฉบับใดบ้าง (ตอบทุกข้อ)

ชื่อนิตยสาร	ไม่เคยลง	เคยลง	กำลังลง อยู่
1. นิตยสารซิตีไลฟ์ (Citylife)			
2. ไกด์ไลน์ (Guideline)			
3. ทัวริสไกด์ (Tourist Guide)			
4. คอมพาส (Compass)			
5. พาสปอร์ตทิวสุวรรณภูมิ (Passport to Supvannaphoum)			
6. ช้างเผือกแม่กกาซีนแอนด์แมพ (Chang Puak Magazine & Map)			
7. เวลคัมทิวเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน (Welcome to Chiang Mai, Chiang Rai, Mae Hong Son)			
8. ปาซโซ (Paszo)			
9. ลองสเตย์ไกด์ (Longstay Guide)			
10. วอสออน (What's on)			
11. โฟโกโม (Focomo)			
12. เชียงใหม่แม็ก (Chiang Mai Mag)			
13. อาร์ตแอนด์คัลเจอร์ (Art and Culture)			
14. ฮิบแม็กกาซีน (HIP magazine)			

11. ส่วนมากระยะเวลาในการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีแต่ละครั้ง(ตอบได้ 1 ข้อ)

() 1. รายสัปดาห์

() 2. รายปี

() 3. รายเดือน

() 4. รายไตรมาส

() 5. รายปี

12. จำนวนครั้งที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี
- () 1. รายสัปดาห์ /ครั้งต่อปี () 2. รายปี /ครั้งต่อปี
- () 3. รายเดือน /ครั้งต่อปี () 4. รายไตรมาส /ครั้งต่อปี
- () 5. รายปี /ครั้งต่อปี () 6. อื่นๆ
13. งบประมาณต่อปีที่ท่านใช้สำหรับการ โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีโดยเฉลี่ยจำนวนเท่าไร
- () 1. ต่ำกว่า 50,000 (โปรดระบุ.....) () 2. 50,000 – 100,000
- () 3. 100,001-200,000 () 4. มากกว่า 200,000
14. ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจท่านคือใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ผู้จัดการทั่วไป () 2. ผู้จัดการฝ่ายขาย
- () 3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด () 4. ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา
- () 5. ผู้จัดการฝ่ายบริหารงานลูกค้า () 6. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
- () 7. หุ่นส่วน / เจ้าของกิจการ / กรรมการผู้จัดการ () 8. อื่น ๆ
15. สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจท่านคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ภาวะเศรษฐกิจ () 2. ภาวะแวดล้อมทางกฎหมาย
- () 3. สภาพสังคมและวัฒนธรรม (เทศกาลต่างๆ) () 4. สภาพการแข่งขัน
- () 5. นโยบายรัฐบาล () 6. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี
16. ปัจจัยภายในที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจท่าน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. งบประมาณ () 2. นโยบายบริษัท
- () 3. แผนการตลาด () 4. สถานที่ตั้ง
17. สาเหตุที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจท่านคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ () 2. จูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ
- () 3. สร้างความจดจำ () 4. สร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

18. ท่านคิดว่าปัจจัยส่วนประกอบการตลาดต่อไปนี้มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี
ของธุรกิจของท่านในระดับใด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ผล (0)
1. บริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ						
2. ความมีเอกลักษณ์ของสื่อ (style)						
3. ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย						
4. ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความ เป็นนานาชาติ						
5. มีฝีมือในการถ่ายภาพส่งผลให้รูปภาพ คมชัดสวยงาม						
6. ตัวหนังสือสะกดคำไม่ผิดพลาด						
7. เนื้อหาของบทความและเนื้อหาที่ใช้ใน นิตยสาร มีการสื่อสารได้ชัดเจนเข้าใจ ง่าย ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ						
8. นำเสนอเนื้อหาน่าสนใจ ดึงดูดใจ มี ประโยชน์ต่อผู้อ่าน						
9. มีคุณภาพการพิมพ์ 4 สี สวยงาม						
10. มีการออกแบบรูปเล่มสวยงามดึงดูดใจ						
11. สามารถเก็บข้อมูลไว้อ่านได้นาน						
12. ผลิตได้เร็วเพราะมีความเชี่ยวชาญในการ ผลิตงาน						
13. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี						
14. ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตาม ความต้องการ						
15. จำนวนฉบับที่พิมพ์ออกมาทั้งหมด						

ปัจจัยด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
1. ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา						
2. ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา						
3. ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา						
4. ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์						
5. ราคาถูกกว่าลงโฆษณาด้วยสื่ออื่น ๆ						
6. จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ(Barter System)						
7. การให้เครดิตการชำระเงินค่าโฆษณา						

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์						
2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก						
3. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล						

	ระดับความสำคัญ
--	----------------

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
1. มีการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆเพื่อสร้างการรู้จักนิตยสาร						
2. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว						
3. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา						
4. การแถมโฆษณาให้						
5. การแถมการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือให้						
6. การแถมการลงโฆษณาในเว็บไซต์ให้						
7. การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้						
8. มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน						
9. การประชาสัมพันธ์โดยการทำเอกสารข้อมูลของนิตยสาร เพื่อนำมาเผยแพร่						
10. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง						

ปัจจัยด้านบุคคล (People)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ผล (0)
1. การรู้จักกับผู้บริหาร						
2. ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร						
3. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร						
4. อธิปไตยของพนักงานทั่วไป						
5. การให้บริการของพนักงานทั่วไปต่อ ลูกค้าอย่างเสมอภาค						
6. พนักงานทั่วไปมีความน่าเชื่อถือมีการ ติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่าง ถูกต้องและเข้าใจง่าย						
7. อธิปไตยของทีมงานนอกแบบ						
8. การให้บริการของทีมงานนอกแบบต่อ ลูกค้าอย่างเสมอภาค						
9. ทีมงานนอกแบบมีความน่าเชื่อถือมีการ ติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่าง ถูกต้องและเข้าใจง่าย						
10. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของทีมงานนอกแบบ						
11. อธิปไตยของพนักงานขาย						
12. การให้บริการของพนักงานขายต่อ ลูกค้าอย่างเสมอภาค						
13. พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือมีการ ติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่าง ถูกต้องและเข้าใจง่าย						
14. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของพนักงานขาย						
15. การรู้จักกับพนักงานขายเป็นการ ส่วนตัว						

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
1. สถานที่ที่มีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัย สวยงาม						
2. สถานที่ที่มีความเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย						
3. มีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า						
4. มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า						
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ						

กระบวนการ (Processes)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
1. ความรวดเร็วในการทำงานของการให้บริการของพนักงานทั่วไปในการตอบคำถามและแก้ปัญหาต่างๆได้						
2. ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการออกแบบของทีมงานออกแบบ						
3. การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา						

กระบวนการ (Processes)	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่มีผล (0)
4. การตรวจสอบงานนอกแบบมีวิธีการ ง่ายโดยการเช็คอีเมล ไม่ต้องเดินทางมา หรือมีพนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อ ความสะดวก						
5. ระบบการทำงานที่ต้องแม่นยำและ เชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความ ถูกต้องของงานนอกแบบทั้งในรูปแบบ งานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความ ต้องการของลูกค้า						
6. มีความหลากหลายของการให้บริการ และความตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า เช่นการออกแบบสื่อทางการ ตลาด การให้บริการเว็บไซต์						

19. โดยรวมท่านพอใจในการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจท่านอย่างไร

() 1. พอใจ

() 2. ไม่พอใจ

() 3. เฉยๆ

20. ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น(โปรดระบุ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

*****ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม*****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวไปรยา นพสุวรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	21 กันยายน 2520
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัยจังหวัดเชียงใหม่
ปีการศึกษา	2543 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบัญชี การเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
ประสบการณ์ในการทำงาน	พ.ศ. 2543-2545 โรงเรียนอนุบาลเดือนเพ็ญ ตำแหน่งผู้จัดการ
พ.ศ.	2545-2546 CNX P&P Travel ตำแหน่ง Ticketing and Reservation
	พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน Citylife (Trisila Co.,Ltd.) ตำแหน่ง Sales Manager