



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และผลการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อเกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน จำนวน 9 หน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรม

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และ/หรือเดิมข้อความใน ช่องว่าง

1) เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2) อายุ

1. 21 – 30 ปี

2. 31 – 40 ปี

3. 41 ปี ขึ้นไป

3) ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4) ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้จัดการทั่วไป

2. ผู้จัดการฝ่ายขาย

3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

4. ผู้จัดการฝ่ายบริหารงานลูกค้า

5. ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

6. ผู้จัดการฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์

7. หัวหน้า/กรรมการผู้จัดการ

8. เจ้าของโรงแรม

7. ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5) รายได้สุทธิของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 100,000 บาท

2. 100,001 – 150,000 บาท

3. 150,001 - 200,000 บาท

4. 200,001 – 300,000 บาท

5. สูงกว่า 300,000 บาท

- 6) ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ
1. ไม่เกิน 1 ปี 2. 2 – 5 ปี
3. 6 – 10 ปี 4. 11 ปีขึ้นไป
- 7) ในธุรกิจของท่านมีแผนกโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์หรือไม่
1. มี 2. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 9)
- 8) แผนกโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ขึ้นตรงกับผู้บริหารข้อใด
1. ผู้จัดการทั่วไป 2. ผู้จัดการฝ่ายขาย
3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 4. ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์
5. หัวหน้าส่วน/กรรมการผู้จัดการ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 9) การตัดสินใจเลือกสื่อโฆษณาส่วนใหญ่จะเลือกโดยวิธีใด
1. ทางโรงแรมตัดสินใจเลือกเอง 2. บริษัทตัวแทนโฆษณาตัดสินใจเลือกให้
3. ตัดสินใจร่วมกันระหว่างโรงแรมกับบริษัทตัวแทนโฆษณา
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 10) ท่านเปลี่ยนรูปแบบสื่อโฆษณาบ่อยเพียงใด
1. ทุกสัปดาห์ 2. ทุกเดือน 3. ทุก ๆ 3 เดือน
4. ทุก ๆ 6 เดือน 5. ทุก ๆ 1 ปี 6. ไม่แน่นอน
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 11) งบประมาณต่อปีที่โรงแรมใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001 – 50,000 บาท 3. 50,001 – 100,000 บาท
4. 100,001 – 150,000 5. 151,000 – 200,000 บาท 6. มากกว่า 200,000 บาท
- 12) ท่านใช้วิธีกำหนดงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณาโดยวิธีใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ตามความสามารถในการจ่ายของบริษัท 2. ตามเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย
3. โดยวิธีเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 4. ตามวัตถุประสงค์ของงาน
5. ตามความพอใจของผู้บริหาร 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 13) ในธุรกิจของท่านใช้สื่อโฆษณาประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต 2. หนังสือพิมพ์
3. แผ่นพับ, โบปลิว, โปสเตอร์ 4. นิตยสาร
5. วิทยุ 6. โทรทัศน์
7. ป้ายคัดเอาท์, ป้ายผ้า 8. รถแห่, รถสองแถว
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 14) ในสื่อโฆษณาที่ท่านใช้ในข้อ 13 สื่อประเภทใดที่ท่านใช้งบประมาณมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)
1. เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต 2. หนังสือพิมพ์
3. แผ่นพับ, โบปลิว, โปสเตอร์ 4. นิตยสาร
5. วิทยุ 6. โทรทัศน์

7. ป้ายคัดเอาท์, ป้ายผ้า 8. รถแห่, รถสองแถว
 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15) โรงแรมของท่านมีเว็บไซต์หรือไม่

1. มี 2. ไม่มี

16) โรงแรมของท่านมีบุคลากรที่ดูแลระบบคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะหรือไม่

1. มี 2. ไม่มี

17) ท่านใช้การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 21)

18) เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้สื่อโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เข้าถึงคนจำนวนมาก 2. ต้นทุนต่ำ
 3. คุณภาพของสื่อโฆษณาดี 4. สื่อสารได้เร็ว
 5. ให้อรรถประโยชน์ได้มาก 6. สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรได้ดี
 7. ดึงดูดความสนใจได้ดี 8. โฆษณาแล้วได้ผลตรงกลุ่มเป้าหมาย
 9. ทำตามบริษัทอื่น 10. มีความน่าเชื่อถือสูง
 11. เพื่อเปิดตัวสินค้าใหม่ 12. สามารถเพิ่มยอดขาย
 13. เพิ่มความรู้จักสินค้า 14. เพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับองค์กร
 15. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ 16. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สื่ออื่นเข้าไม่ถึง
 17. เหมาะสมกับธุรกิจ สินค้า และ บริการ 18. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

19) งบประมาณต่อปีที่ท่านใช้ในสื่อโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001 – 20,000 บาท 3. 20,001 – 30,000 บาท
 4. 30,001 – 40,000 บาท 5. 40,001 – 50,000 บาท 6. มากกว่า 50,000 บาท

20) งบประมาณต่อปีที่ท่านใช้ในสื่อโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเมื่อเทียบกับงบประมาณที่ใช้ในสื่อโฆษณาทั้งหมด

1. ไม่เกิน 1% 2. 2 – 3% 3. 4 – 5%
 6. มากกว่า 5%

21) รูปแบบการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ท่านสนใจคือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search Engine Advertising)
 2. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา (Banner Advertising)
 3. การโฆษณาผ่านอีเมล (Email Advertising)
 4. การโฆษณาแฝงในรูปบทความ (Content Sponsor)
 5. การโฆษณาในสารบัญธุรกิจ (Online Directory)
 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
 7. ไม่สนใจที่จะโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรม
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีความหมายดังนี้

ช่องหมายเลข 5 มีความสำคัญมากที่สุด

ช่องหมายเลข 4 มีความสำคัญมาก

ช่องหมายเลข 3 มีความสำคัญปานกลาง

ช่องหมายเลข 2 มีความสำคัญน้อย

ช่องหมายเลข 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต					
2. สื่อโฆษณาสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณามีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย					
4. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณาทำให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมผ่านกระดานสนทนา					
5. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณาสามารถปรับแต่งรูปแบบการแสดงผลตามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน					
6. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณามีช่องทางในการเชื่อมต่อที่สูง ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลจากผู้สื่อสารต้องการนำเสนอได้					
7. ผู้โฆษณาสามารถทราบจำนวนผู้บริโภคที่สนใจในสื่อโฆษณาได้					
8. สื่อโฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำกว่าสื่อโฆษณาอื่น ๆ					
9. สามารถปรับข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยได้ตลอดเวลา					
10. บริษัทผู้ให้บริการโฆษณามีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเทคโนโลยี					
ปัจจัยด้านราคา	5	4	3	2	1
11. ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาไม่แพง					
12. สามารถเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ไกล โดยมีต้นทุนต่ำได้					
13. การให้เครดิตและสามารถผ่อนชำระได้					
14. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีใช้และเปลี่ยนแปลงข้อมูลในสื่อโฆษณา					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	5	4	3	2	1
15. สามารถติดต่อพนักงานได้ง่าย					
16. ผู้บริการสื่อโฆษณามีที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก					

17. มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก					
18. ผู้บริการสื่อโฆษณาที่มีระบบที่สนับสนุนการขายออนไลน์ เช่น ระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	5	4	3	2	1
19. มีส่วนลดในการใช้บริการ					
20. ให้บริการสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อซื้อสื่อโฆษณาอื่น ๆ					
21. การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ถูกค้าขอ					
ปัจจัยด้านบุคคล	5	4	3	2	1
22. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี					
23. พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างดี ชัดเจน และเข้าใจง่าย					
24. พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที					
25. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี					
26. ทีมงานมีประสิทธิภาพในการสร้างและบริหารสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต					
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	5	4	3	2	1
27. ผู้ให้บริการได้รับรางวัลในการผลิตและบริหารสื่อโฆษณา					
28. ผู้ให้บริการมีสถานที่ติดต่อที่หรูหรา ดูเป็นระเบียบเรียบร้อยและทันสมัย					
ปัจจัยด้านกระบวนการ	5	4	3	2	1
29. การให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
30. ส่งมอบงานการผลิตสื่อโฆษณาได้ตรงเวลา					
31. สามารถใช้บริการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
32. มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล					
33. เทคนิคในการสร้างโฆษณาทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลในสื่อโฆษณาได้ทันที					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยอื่น ๆ ที่ใช้ในการเลือกสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีความหมายดังนี้

ช่องหมายเลข 5 มีความสำคัญมากที่สุด

ช่องหมายเลข 4 มีความสำคัญมาก

ช่องหมายเลข 3 มีความสำคัญปานกลาง

ช่องหมายเลข 2 มีความสำคัญน้อย

ช่องหมายเลข 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด

ลักษณะของตลาดเป้าหมาย	5	4	3	2	1
1. สามารถเข้าถึงตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ					
2. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้จำนวนมาก					
3. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่สื่อโฆษณาอื่น ๆ เข้าไม่ถึง					
4. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ					
5. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ และประเทศต่าง ๆ ได้					
6. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ไม่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน					
ลักษณะของการบริการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
7. การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบสื่อโฆษณาที่หลากหลาย					
8. สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบที่ตรงกับความต้องการ (รูปแบบอยู่ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 21)					
9. สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมีความน่าเชื่อถือสูง					
วัตถุประสงค์ของการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
10. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ					
11. เพื่อเพิ่มยอดขาย					
12. เพื่อเปิดตัวสินค้า หรือ บริการ					
13. เพื่อเพิ่มความรู้จักในตัวสินค้าและบริการ					
14. เพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร					
15. ใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตตามบริษัทอื่น ๆ					
คุณสมบัติของสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
16. มีประสิทธิภาพต่อราคาของสื่อโฆษณาที่สูงกว่าสื่ออื่น ๆ					

17. สื่อโฆษณาสะดุดตาผู้บริโภค					
18. สามารถโฆษณาได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
19. สามารถเตือนความจำของผู้บริโภคได้ดี					
20. สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมีความถี่ในการแสดงผลสูง					
21. มีจำนวนผู้เห็นสื่อโฆษณาจำนวนมาก					
22. สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว					
23. สามารถให้รายละเอียดจำนวนมาก					
24. เหมาะสมกับธุรกิจ สินค้า และ บริการ					
ต้นทุนในการใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
25. สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมีราคาต่ำ					
26. ค่าใช้จ่ายในการผลิตโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตต่ำกว่าสื่อโฆษณาอื่น ๆ					
กลวิธีในการสร้างโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
27. สามารถผลิตสื่อโฆษณาได้ง่ายและรวดเร็ว					
28. สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อและข้อความในสื่อโฆษณาได้ง่าย					
การใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มแข่งขัน	5	4	3	2	1
29. การที่บริษัทคู่แข่งเลือกใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต					
30. ความต้องการใช้สื่อโฆษณาที่แตกต่างจากคู่แข่ง					
31. ความต้องการเลือกใช้สื่อตามกระแสนิยม					
แผนโฆษณาที่จะใช้ในการรณรงค์การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
32. การใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อโฆษณาหลัก					
33. การใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อโฆษณารอง					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต (เฉพาะที่ตอบข้อ 17 ส่วนที่ 1 ว่าใช้การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต)

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีความหมายดังนี้

ช่องหมายเลข 5 มีปัญหามากที่สุด

ช่องหมายเลข 4 มีปัญหามาก

ช่องหมายเลข 3 มีปัญหาปานกลาง

ช่องหมายเลข 2 มีปัญหาน้อย

ช่องหมายเลข 1 มีปัญหาน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตไม่ค่อยมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ					
2. สื่อโฆษณาไม่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณามีเนื้อหาที่ไม่ตรงกับความต้องการข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย					
4. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณาไม่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมผ่านกระดานสนทนา					
5. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณาไม่สามารถปรับแต่งรูปแบบการแสดงผลตามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน					
6. เว็บไซต์ที่แสดงสื่อโฆษณามีช่องทางในการเชื่อมต่อที่ต่ำ ผู้ใช้งานไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและผู้สื่อสารต้องการนำเสนอได้					
7. ผู้โฆษณาไม่สามารถทราบจำนวนผู้บริโภคที่สนใจในสื่อโฆษณาได้					
8. สื่อโฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำน้อยกว่าสื่อโฆษณาอื่น ๆ					
9. ไม่สามารถปรับข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยได้ตลอดเวลา					
10. บริษัทผู้ให้บริการโฆษณามีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในด้านเทคโนโลยี					
ปัจจัยด้านราคา	5	4	3	2	1
11. ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาแพง					
12. เข้าถึงลูกค้าที่อยู่ไกลได้แต่ต้องใช้งบประมาณสูง					
13. ไม่สามารถให้เครดิตหรือไม่สามารถผ่อนชำระได้					
14. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีใช้และเปลี่ยนแปลงข้อมูลในสื่อโฆษณา					

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	5	4	3	2	1
15. ติดต่อพนักงานได้ยาก					
16. ผู้บริการสื่อโฆษณาไม่มีที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก					
17. ช่องทางการชำระเงินยุ่งยาก					
18. ผู้บริการสื่อโฆษณาไม่มีระบบที่สนับสนุนการขายออนไลน์ เช่น ระบบการคัดเลือกทรอนิกส์					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	5	4	3	2	1
19. ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการ					
20. ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตไม่เสนอให้สื่อโฆษณาฟรี เมื่อซื้อสื่อโฆษณาอื่น ๆ					
21. การพิเศษในการเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ					
ปัจจัยด้านบุคคล	5	4	3	2	1
22. พนักงานให้การบริการแก่ลูกค้าด้วยกริยามารยาทที่ไม่ดี					
23. พนักงานไม่มีความรอบรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ไม่สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างดี ชัดเจน และเข้าใจง่าย					
24. พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที					
25. พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี					
26. ทีมงานไม่มีประสบการณ์ในการสร้างและบริหารสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต					
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	5	4	3	2	1
27. ผู้ให้บริการไม่เคยได้รับรางวัลในการผลิตและบริหารสื่อโฆษณา					
28. มีสถานที่ติดต่อของผู้ให้บริการสกปรกหรือไม่ดูทันสมัย					
ปัจจัยด้านกระบวนการ	5	4	3	2	1
29. ไม่สามารถให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
30. ไม่สามารถส่งมอบงานการผลิตสื่อโฆษณาได้ตรงเวลา					
31. ไม่สามารถให้บริการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
32. ไม่มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล					
33. ไม่มีเทคนิคในการสร้างโฆษณาทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลในสื่อโฆษณาได้ทันที					

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายภวิน อยู่สุข
วัน เดือน ปี เกิด	9 มีนาคม 2525
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2535 – 2541 ระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2542 – 2545 ระดับปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 – 2546 บริษัท รอยเตอร์ ซอร์ฟแวร์ (ประเทศไทย) จำกัด พ.ศ. 2546 – 2548 บริษัท อะแวร์คอปเปอร์เรชั่น จำกัด พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน บริษัท ซิสโก้ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved