

ภาคผนวก ก คำถามที่ใช้วิจัยการตลาดในช่วงที่ 1

ภาคผนวก ก-1 คำถามที่ใช้สัมภาษณ์เอเยนซีโฆษณา

If you think about your target which is university students:-

- 1) What kinds of product are most targeted to them ? Please lists.
- 2) What is the percentage of budget for advertisement in “Out of home media” to “Mass Media” ?
- 3) What is the potential of Out of home media compared to Mass media ?

Out of home media issues:- (think as dormitories which have more than 100 rooms)

- 1) Do you think media in dormitories would be interested ?
- 2) What are criteria for you to choose media in dormitories ?
- 3) If there is a company who sells media in dormitories; such as pole banner brand stand, lift ads, pop-up stand; do you interested to use the services ?
 - a. If yes, what are the reasons that you are interested ?
 - b. If no, what are the reasons that you are not interested ?
- 4) What is your advice for creating media or advertisement in dormitories ?
- 5) If there are medias which states price and cost of production indicated in the example in the next section, will you choose the services ?

ภาคผนวก ก-2 คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการหอพักนักศึกษา

- 1) ชื่อหอพัก
- 2) Contact Person
- 3) จำนวนนักศึกษา
- 4) จำนวนลิฟท์
- 5) อัตราการเข้าพัก
- 6) จำนวนห้องพัก
- 7) ความคิดเห็นของท่านต่อสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน ตามเอกสารแนบ
- 8) ท่านมีความสนใจจะร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัท ในการติดตั้งสื่อโฆษณาในหอพักของท่านหรือไม่
 - a. หากสนใจ โปรดระบุเหตุผล
 - b. หากไม่สนใจ โปรดระบุเหตุผล
- 9) รูปแบบ (ค่าเช่า , Profit Sharing) และอัตราผลตอบแทนที่ท่านต้องการ
- 10) ข้อจำกัด ข้อควรคำนึงในการติดตั้งโฆษณาในหอพักของท่าน
- 11) ข้อเสนอแนะต่อการติดตั้งโฆษณาในหอพัก

ภาคผนวก ข คำถามที่ใช้วิจัยการตลาดในช่วงที่ 2

ภาคผนวก ข-1 แบบสอบถามนักศึกษา



คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมนักศึกษาที่อาศัยในหอพัก และผลกระทบของสื่อโฆษณาในหอพักต่อนักศึกษา” ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาในหอพักนักศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด โดยผู้จัดทำจะเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์ในลักษณะภาพรวมของผู้ตอบทุกๆ ท่านเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำนิยาม

สื่อโฆษณา คือ สื่อใดๆ ที่เป็นตัวกลางนำข่าวสารโฆษณาไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยข่าวสารโฆษณามอาจอยู่ในรูปของภาพ ตัวอักษร คำพูด สัญลักษณ์ หรือหลายอย่างรวมกันก็ได้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการอยู่หอพักนักศึกษา

1. ขณะนี้ท่านเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยใด

- | | | |
|--|---|--|
| ☐ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | ☐ ม.ธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์) | ☐ ม.มหิดล |
| ☐ ม.อัสสัมชัญ (สุวรรณภูมิ) | ☐ ม.ธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) | ☐ ม.กรุงเทพ (รังสิต) |
| ☐ ม.อัสสัมชัญ (หัวหมาก) | ☐ ม.รังสิต | |
| ☐ พระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

2. ขณะนี้ท่านพักอาศัยที่หอพักนักศึกษาเป็นประจำหรือไม่

- ☐ ใช่ โปรดระบุชื่อหอพัก..... ☐ ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 11)

3. หอพักของท่านมีผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหรือไม่

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

4. ลักษณะของหอพักที่ท่านพักอาศัย

- 4.1) ☐ ของมหาวิทยาลัย ☐ ของเอกชน
- 4.2) จำนวนห้องพักทั้งหมดในหอพักของท่าน (ตอบโดยประมาณ)..... ห้อง
- 4.3) จำนวนชั้นของหอพักของท่านชั้น
- 4.4) จำนวนลิฟท์ในหอพักของท่านตัว
- 4.5) ค่าเช่าห้องพักของท่าน (ต่อห้องต่อเดือน) บาท

5. ท่านอาศัยอยู่ในห้องพักกี่คนต่อห้องพัก (รวมตัวท่านด้วย)

- ☐ 1 คน ☐ 2 คน ☐ 3 คน ☐ 4 คน ☐ 5 คน ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. ท่านมีเพื่อนที่ไม่ใช่ Roommate มาค้างที่ห้องพักของท่านบ้างหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

7. ท่านมีเพื่อนที่ไม่ได้อยู่ในหอพักเดียวกันมาที่ห้องพักของท่านบ้างหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

8. ท่านเข้าหรือออกหอพักต่อวันกี่ครั้ง.....ครั้ง

9. ช่วงเวลาใดบ้างที่ท่านเข้าหรือออกจากหอพัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 7.00 – 10.00 น.

☐ 12.00 – 14.00 น.

☐ 17.00 – 21.00 น. ☐ หลัง 24.00 น.

☐ 10.00 – 12.00 น.

☐ 14.00 – 17.00 น.

☐ 21.00 – 24.00 น.

10. โดยปกติท่านกลับบ้านในช่วงใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ไม่ค่อยได้กลับ

☐ ช่วงปิดระหว่างเทอม

☐ ช่วงปิดเทอมสิ้นปีการศึกษา

☐ เสาร์ – อาทิตย์

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

(สำหรับผู้ที่อยู่หอพัก กรุณาข้ามไปตอบข้อ 12)

11. (สำหรับผู้ที่ไม่ได้อยู่หอพัก) ในช่วงที่มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมพิเศษหรือช่วงสอบ ท่านเคยไปพักอาศัยเป็นการชั่วคราวที่หอพักกับเพื่อนหรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

12. ท่านมีความสนใจซื้อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเภทของสินค้า/บริการ		ระดับความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
12.1	อาหาร / เครื่องดื่ม / ขนม	1	2	3	4	5
12.2	สินค้าอุปโภค / บริโภคทั่วไป (สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน)	1	2	3	4	5
12.3	หนังสือ / การ์ตูน / นิตยสาร	1	2	3	4	5
12.4	ซีดีเพลง / VCD / DVD	1	2	3	4	5
12.5	เครื่องเล่นเกม / แผ่นเกม / เกมออนไลน์	1	2	3	4	5
12.6	เครื่องแต่งกาย (เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า)	1	2	3	4	5
12.7	เครื่องประดับ / นาฬิกา	1	2	3	4	5
12.8	เครื่องสำอาง / ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	1	2	3	4	5
12.9	สถานเสริมความงาม / ควบคุมน้ำหนัก	1	2	3	4	5
12.10	ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ	1	2	3	4	5
12.11	รองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา	1	2	3	4	5
12.12	สถานออกกำลังกาย	1	2	3	4	5
12.13	โทรศัพท์มือถือ / PDA Phone	1	2	3	4	5

12.14	เครือข่ายโทรศัพท์ (AIS / DTAC / TrueMove / Hutch)	1	2	3	4	5
12.15	คอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก / MacBook / PDA	1	2	3	4	5
12.16	กล้องดิจิทัล / กล้อง DV	1	2	3	4	5
12.17	MP3 / MP4 / iPod	1	2	3	4	5
12.18	โทรทัศน์ / วิทยุ	1	2	3	4	5
12.19	รถยนต์ / มอเตอร์ไซด์	1	2	3	4	5
12.20	สถาบันการเงิน / บัตรเครดิต	1	2	3	4	5
12.21	แหล่งท่องเที่ยว / สถานบันเทิง / โรงภาพยนตร์	1	2	3	4	5

13. สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการของท่านมากน้อยเพียงใด

ประเภทของสินค้า/บริการ		ระดับอิทธิพลของสื่อโฆษณา				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
13.1	อาหาร / เครื่องดื่ม / ขนม	1	2	3	4	5
13.2	สินค้าอุปโภค / บริโภคทั่วไป (สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน)	1	2	3	4	5
13.3	หนังสือ / การ์ตูน / นิตยสาร	1	2	3	4	5
13.4	ซีดีเพลง / VCD / DVD	1	2	3	4	5
13.5	เครื่องเล่นเกม / แผ่นเกม / เกมออนไลน์	1	2	3	4	5
13.6	เครื่องแต่งกาย (เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า)	1	2	3	4	5
13.7	เครื่องประดับ / นาฬิกา	1	2	3	4	5
13.8	เครื่องสำอาง / ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	1	2	3	4	5
13.9	สถานเสริมความงาม / ควบคุมน้ำหนัก	1	2	3	4	5
13.10	ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ	1	2	3	4	5
13.11	รองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา	1	2	3	4	5
13.12	สถานออกกำลังกาย	1	2	3	4	5
13.13	โทรศัพท์มือถือ / PDA Phone	1	2	3	4	5
13.14	เครือข่ายโทรศัพท์ (AIS / DTAC / TrueMove / Hutch)	1	2	3	4	5
13.15	คอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก / MacBook / PDA	1	2	3	4	5
13.16	กล้องดิจิทัล / กล้อง DV	1	2	3	4	5
13.17	MP3 / MP4 / iPod	1	2	3	4	5
13.18	โทรทัศน์ / วิทยุ	1	2	3	4	5
13.19	รถยนต์ / มอเตอร์ไซด์	1	2	3	4	5
13.20	สถาบันการเงิน / บัตรเครดิต	1	2	3	4	5
13.21	แหล่งท่องเที่ยว / สถานบันเทิง / โรงภาพยนตร์	1	2	3	4	5

14. ท่านไปห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งช้อปปิ้ง เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ บ่อยครั้งแค่ไหน
- ☐ ทุกวัน ☐ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ☐ 2-3 เดือนต่อครั้ง ☐ มากกว่า 6 เดือนต่อครั้ง
- ☐ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ☐ 1-2 ครั้งต่อเดือน ☐ 3-6 เดือนต่อครั้ง ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)
15. รายจ่ายในการซื้อสินค้า/บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน
- ☐ ต่ำกว่า 3,000 บาท ☐ 5,001 – 7,000 บาท ☐ 10,001 – 12,000 บาท
- ☐ มากกว่า 15,000 บาท ☐ 3,000 – 5,000 บาท ☐ 7,001 – 10,000 บาท
- ☐ 12,001 – 15,000 บาท

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณา และสื่อโฆษณาในหอพัก

16. ท่านเปิดรับสื่อใดบ้าง (กรุณาเรียงลำดับสื่อ 3 ลำดับแรกที่ท่านเปิดรับมากที่สุดในแต่ละวัน, 1=เปิดรับมากที่สุด)
- ☐ สื่อโทรทัศน์ ☐ สื่อวิทยุ ☐ สื่อสิ่งพิมพ์
- ☐ สื่อรถไฟฟ้า BTS / MRT ☐ สื่อตามป้ายรถประจำทาง / บนตัวรถโดยสารต่างๆ
- ☐ สื่อในโรงพยาบาล ☐ สื่อในห้างสรรพสินค้า / Supermarket ☐ สื่ออินเทอร์เน็ต
- ☐ สื่อป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
17. สิ่งที่อยู่ในสื่อโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจของท่านมากที่สุด (กรุณาเรียง 3 ลำดับแรก, 1=ดึงดูดความสนใจมากที่สุด)
- ☐ ภาพเคลื่อนไหว ☐ ตัวอักษร ☐ เสียงเพลง / ดนตรี
- ☐ ภาพนิ่ง ☐ เสียงพูด ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
18. ประโยชน์ของสื่อโฆษณาที่ท่านได้รับคืออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ คุณสมบัติหรือวิธีการใช้สินค้า/บริการ ☐ ส่วนลด / โปรโมชั่น
- ☐ ได้ตัวอย่างสินค้ามาทดลองใช้ ☐ ทราบราคาของสินค้า/บริการ
- ☐ ช่วยฆ่าเวลาระหว่างรอ ☐ ได้รับข้อมูลใหม่ๆ ทำให้เป็นคนทันสมัย
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)
19. ภายในหอพักของท่านมีสื่อโฆษณาหรือไม่ (สำหรับผู้ที่ไม่ได้อยู่หอพัก กรุณาข้ามไปตอบข้อ 22)
- ☐ มี โปรดระบุประเภท.....
- ☐ ไม่มี
20. บริเวณไหนบ้างในหอพักที่ท่านสังเกตเห็นทุกวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ ลิฟท์หรือบันได ☐ บริเวณ Lobby ทางเข้าหอพัก ☐ ประตูห้องพัก
- ☐ บอร์ดประกาศของหอพัก ☐ ห้องอาหาร / ร้านขายของ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

21. หากห้องพักของท่าน มีการติดตั้งสื่อโฆษณาดังต่อไปนี้ ท่านจะมีความสนใจต่อสื่อโฆษณาเหล่านี้มากน้อยเพียงใด



Lift Wrap



LCD ในลิฟต์



Stand ประเภทต่างๆ



J-Flag



Banner

รูปแบบสื่อโฆษณา	ระดับความสนใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
Sticker Screen บนประตูลิฟท์ (Lift Wrap)	1	2	3	4	5
ภาพเคลื่อนไหว บนจอ LCD ในลิฟท์ / หน้าลิฟท์	1	2	3	4	5
ภาพเคลื่อนไหว บนจอ LCD บริเวณ Lobby ทางเข้าห้องพัก	1	2	3	4	5
Banner, Stand ภายในอาคาร / ผนังอาคาร	1	2	3	4	5
Flag , Banner, Bill board บริเวณภายนอกห้องพัก	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

22. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

23. อายุปี

24. รายรับต่อเดือน (ทั้งที่หาได้เอง, จากผู้ปกครอง และ/หรือทุนการศึกษารวมกัน)

☐ น้อยกว่า 5,000 บาท ☐ 7,501 – 10,000 บาท ☐ 12,501 – 15,000

บาท

☐ 5,000 – 7,500 บาท ☐ 10,001 – 12,500 บาท ☐ มากกว่า 15,000 บาท

25. ข้อเสนอแนะ และ/หรือ ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับโฆษณาในห้องพักนักศึกษา

.....

= ขอขอบพระคุณในการสละเวลาตอบแบบสอบถาม =

ภาคผนวก ข-2 แบบสอบถามผู้ประกอบการหอพัก

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาศาสตร์ โครงการปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาในหอพักนักศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด อนึ่ง ผู้จัดทำจะเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์ในลักษณะภาพรวมของผู้ตอบทุกๆ ท่านเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของหอพัก

- ☐ ชื่อหอพัก: _____
- ☐ จำนวนห้องทั้งหมด _____ ห้อง
- ☐ จำนวนชั้น _____ ชั้น
- ☐ หอพักของท่านมีลิฟต์หรือไม่
☐ ใช่ มีจำนวน _____ ตัว ☐ ไม่ใช่
- ☐ ผู้พักอาศัยในหอพักของท่านส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา:
☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ☐ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในหอพักของท่าน
☐ ร้านซักรีด ☐ ร้านอาหาร
☐ ห้องออกกำลังกาย ☐ ร้านขายของ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ _____

1. รูปแบบสื่อโฆษณาที่จะติดตั้งในหอพักของท่าน

หากมีการติดตั้งสื่อโฆษณาในหอพักดังต่อไปนี้ ภายใต้เงื่อนไขว่า บริษัทจะชำระค่าติดตั้งสื่อโฆษณาให้แก่เจ้าของสถานที่ ดังนี้

- ค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำนวน 20,000 บาท (ชำระครั้งแรกครั้งเดียว)
- ส่วนแบ่งรายได้ 25% ของรายได้จากการจำหน่ายสื่อโฆษณาทั้งหมดที่ได้รับจากหอพักของท่าน (ชำระเป็นรายเดือน)

ท่านจะสนใจให้ติดตั้งสื่อโฆษณาเหล่านี้หรือไม่

2.1 สื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์ / หน้าลิฟต์



จุดติดตั้ง : ติดตั้ง LCD ภายในลิฟต์ 1 ตัว และหน้าลิฟต์ชั้น 1 ตัว รวม 2 จุด ต่อหอพัก

ฉายเวลา : 7.00 – 11.00 และ 16.00 – 22.00

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

2.2 สื่อโฆษณาภายในอาคาร

○ Lift Wrap



จำนวน : Sticker Screen หน้าลิฟต์/ในลิฟต์ทุกตัว

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

○ สื่อโฆษณาบริเวณบันไดหนีไฟ



จำนวน : Sticker Wrap บริเวณบันได 1 ชั้น

จุดติดตั้ง : บันได ชั้น 1

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

○ Standee (X, L, Roll up and Allure Stand)



จำนวน : ติดตั้งภายในหอพักไม่เกิน 1 จุด ต่อหอ

จุดติดตั้ง : บริเวณ Lobby ร้านอาหาร, หน้าบันได หน้าลิฟต์ แล้วแต่ความเหมาะสม

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

○ Wallpaper Wrap



จำนวน : Sticker screen บริเวณผนังอาคาร 1 ด้าน ต่อหอ

จุดติดตั้ง : บริเวณ Lobby

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ: _____

2.3 สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร

○ Mini billboard



จำนวน : ไม่เกิน 1 จุด ภายนอกอาคาร

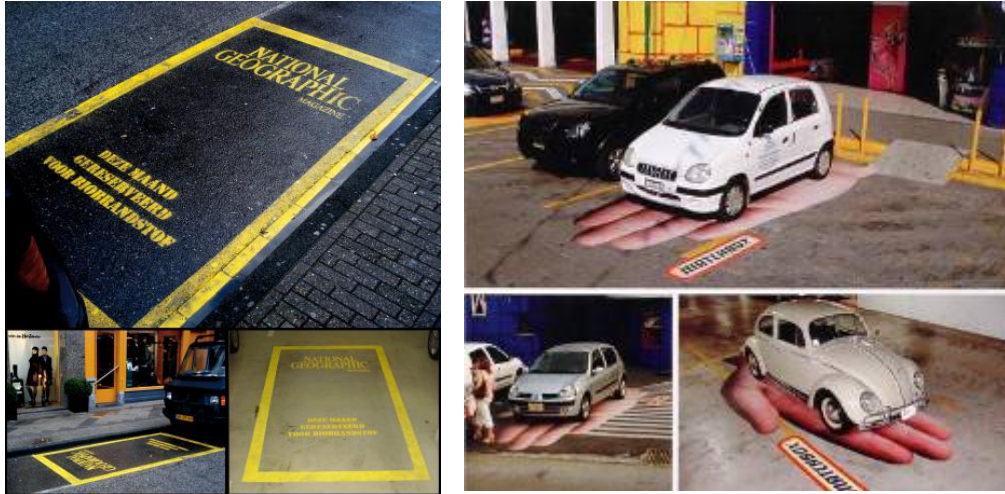
จุดติดตั้ง : บริเวณทางเข้า หน้าหอ

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

○ สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ



จำนวน : ไม่เกิน 1 จุด ต่อหอ

จุดติดตั้ง : ลานจอดรถ

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

○ สื่อโฆษณาภายนอกอื่นๆ



จำนวน : ไม่เกิน 1 จุด ภายนอกอาคาร

จุดติดตั้ง : บริเวณทางเข้า ลานจอดรถ แล้วแต่ความเหมาะสม

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____ -

ข้อเสนอแนะ : _____

2.3 สื่อโฆษณาอื่นๆ

○ สื่อโฆษณาบนไม้แขวนเสื้อ



จำนวน : ไม่เกิน 300 อัน

(คณะผู้จัดทำเป็นผู้จัดทำไม้แขวนเสื้อให้แก่หอพักโดยไม่คิดมูลค่า)

จุดติดตั้ง : บริเวณห้องซักรีด

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

○ สื่อโฆษณาบน Mail box รับจดหมาย



จำนวน : 1 ตู้ (คณะผู้จัดทำเป็นผู้จัดทำให้โดยไม่คิดมูลค่า)

จุดติดตั้ง : บริเวณ Lobby

ความเห็นผู้ประกอบการหอพัก

☐ สนใจให้ติดตั้ง ☐ ไม่สนใจให้ติดตั้ง เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

3.ร่างข้อตกลงและผลประโยชน์อื่นๆ ต่อเจ้าของสถานที่ (ระยะเวลา 3 ปี)

ประโยชน์ที่เจ้าของหอพัก จะได้รับ

- ค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 20,000 บาท
- ส่วนแบ่งรายได้ บริษัทจะให้ส่วนแบ่งรายได้จำนวนร้อยละ 25 ของรายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณาที่ได้รับจากหอพักของท่าน (เทียบเคียงจากอัตราส่วนแบ่งรายได้จำนวน 15% ที่บริษัทพีโอวี มอบให้กับเจ้าของสถานที่ ในการติดตั้งจอทีวีในลิฟต์)
- สิทธิ์ในการตรวจสอบสื่อก่อนทำการติดตั้ง จากการตกลงในขั้นต้น เจ้าของหอพักสามารถขอเบรคของชนิดโฆษณาว่า โฆษณชนิดใดบ้างที่ไม่สามารถทำการโฆษณาในร้านได้ เช่น โฆษณาที่อาจสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อเจ้าของหอพัก นอกจากนั้นเจ้าของหอพักมีสิทธิ์ในการตรวจสอบสื่อทุกชิ้นก่อนการติดตั้ง เพื่อดำเนินการแก้ไขต่อไป

ข้อตกลงอื่นๆ

- การยินยอมให้บริษัทเข้าไปติดตั้งสื่อในร้าน และให้พนักงานของบริษัทเข้าทำการตรวจเช็ครวมถึงซ่อมบำรุงสื่อของบริษัทได้
- การรับผิดชอบในการเปิดและปิดสื่อโฆษณาบนจอ LCD ของบริษัทในแต่ละวัน
- การดูแลรักษาสื่อให้อยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ และ แจ้งให้บริษัททราบทันทีเมื่ออุปกรณ์ของบริษัทมีปัญหาเกิดขึ้น
- บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และ ซ่อมแซมสื่อ รวมทั้งค่าไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ที่ติดตั้งในร้าน
- หากพบว่าไม่ได้มีการเปิดฉายโฆษณาของบริษัทในเวลาที่กำหนดเจ้าของหอพักจะต้องจ่ายค่าปรับให้กับบริษัทวันละ 2,000 บาท

ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อร่างข้อตกลงข้างต้น

- ☐ ยอมรับ
- ☐ ยอมรับ โดยต้องการแก้ไขบางส่วนดังนี้ _____
- ☐ ไม่ยอมรับ เหตุผล _____

ภาคผนวก ข-3 แบบสอบถามเจ้าของสินค้า/บริการ และเอเยนซี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาศาสตร์ โครงการปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาในหอพักนักศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด ผู้จัดทำขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

- ☐ Contact Person _____
- ☐ ตำแหน่ง _____
- ☐ ชื่อบริษัท _____
- ☐ แปรณดีสินค้า _____
- ☐ Budget โฆษณาต่อปีโดยประมาณ _____

2. ความเห็นของท่านต่อรูปแบบสื่อโฆษณาในหอพักนักศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 สื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์และหน้าลิฟต์ชั้น 1



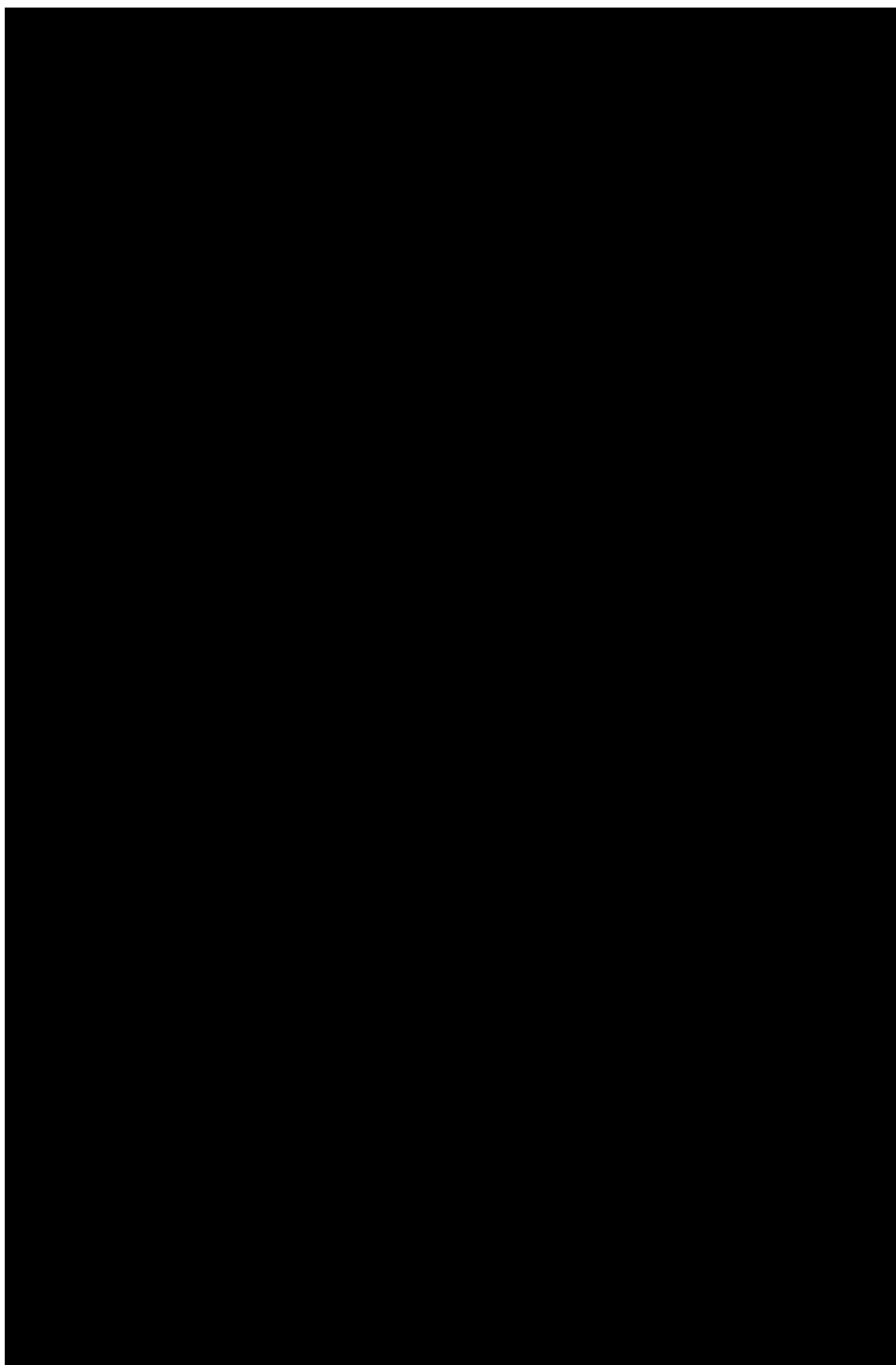
* จากการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่พักอาศัยในหอพัก จำนวน 200 คน ให้ความสนใจกับสื่อโฆษณาประเภทนี้ค่อนข้างมาก (ระดับความสนใจ 3.6 คะแนน จากคะแนนมากที่สุด 5 คะแนน)

ลักษณะ Package

- ความยาวของ SPOT โฆษณาไม่เกิน 15 วินาที (เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะได้รับสารโฆษณาทันท่วงทีก่อนออกจากลิฟต์)

- นำเสนอผ่านจอ LCD ขนาด 17 นิ้ว ซึ่งติดตั้งในลิฟต์และหน้าลิฟต์รวม 2 จุดต่อหอพัก
- ครอบคลุมหอพักนักศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 33 หอพัก บริเวณรอบ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (รังสิต) มหาวิทยาลัยรังสิต
และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ บางนา (สุวรรณภูมิ)
- ความถี่ในการฉายต่อเดือนประมาณ 100,000 ครั้ง
- ราคา 50,000 บาท/ เดือน

ลักษณะแพ็คเกจ	จำนวน	
ความยาวของ SPOT	15	วินาที
ความถี่ในการฉายต่อชั่วโมง (ฉายรอบ 3 นาที)	12	ครั้ง
ความถี่ในการฉายต่อวันต่อจอ (วันละ 10 ชั่วโมง) เวลา 7:00 -11:00 และ 16.00 – 22.00	120	ครั้ง
ความถี่ในการฉายต่อเดือนต่อจอ	3,600	ครั้ง
ความถี่การฉายต่อเดือนต่อหอพัก หอพักละ 2 จอ	7,200	ครั้ง
ความถี่การฉายต่อเดือนต่อ 33 หอพัก	237,600	ครั้ง
ราคาแพ็คเกจต่อเดือน	50,000	บาท



จากตารางข้างต้น จำนวนห้องพักทั้งหมดถูกนำมาคำนวณหาจำนวนผู้ที่เข้าออกหอพักแต่ละแห่ง โดยมีสมมติฐานมาจากผลการสำรวจพฤติกรรมนักศึกษาประกอบแผนธุรกิจนี้ ที่พบว่าส่วนใหญ่ นักศึกษาพักอาศัยอยู่ห้องละ 2-3 คน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30) และร้อยละ 74.52% บอกว่ามีเพื่อนที่ไม่ใช่ Roommate มาค้างที่ห้องพัก ยิ่งไปกว่านั้นร้อยละ 72.61% ยังมีเพื่อนๆ มาหาที่ห้องพักอีกด้วย

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจซื้อสินค้านี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

2.2 สื่อโฆษณาภายในอาคาร

Lift Ads



ราคาเช่าต่อแฟคเกจ : 5,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อจุด : 5,000-8,000 บาท (คิดตามค่าผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : เลือกจากรายชื่อห้องพัก (33 ห้องพัก) ได้ 2-5 ห้องพักต่อแฟคเกจ เข้าถึง - 3,000 คนโดยประมาณ

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจซื้อสินค้านี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

Standee



ราคาค่าเช่าต่อแพ็คเกจ : 3,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อจุด : 1,500-2,500 บาท (คิดตามค่าผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : บริเวณ Lobby ร้านอาหาร, หน้าบันได หน้าลิฟท์ โดยเลือกจากรายชื่อ

หอพัก (33 หอพัก) ได้ 2-3 หอพักต่อแพ็คเกจ เข้าถึง 2,000 คนโดยประมาณ

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจข้อเสนอนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

2.3 สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร

Mini billboard



ราคาค่าเช่าต่อแพ็คเกจ : 5,000-8,000 บาท/ เดือน (ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งที่เลือก)

ราคาค่าผลิตต่อจุด : 5,000- 8,000 บาท (คิดตามค่าผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : ติดตั้งบนอาคารหอพักที่เป็นศูนย์กลางหอพักหลายๆ แห่งในละแวกนั้น

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3,000-5,000 คนโดยประมาณ (ขึ้นอยู่กับมหาวิทยาลัย)

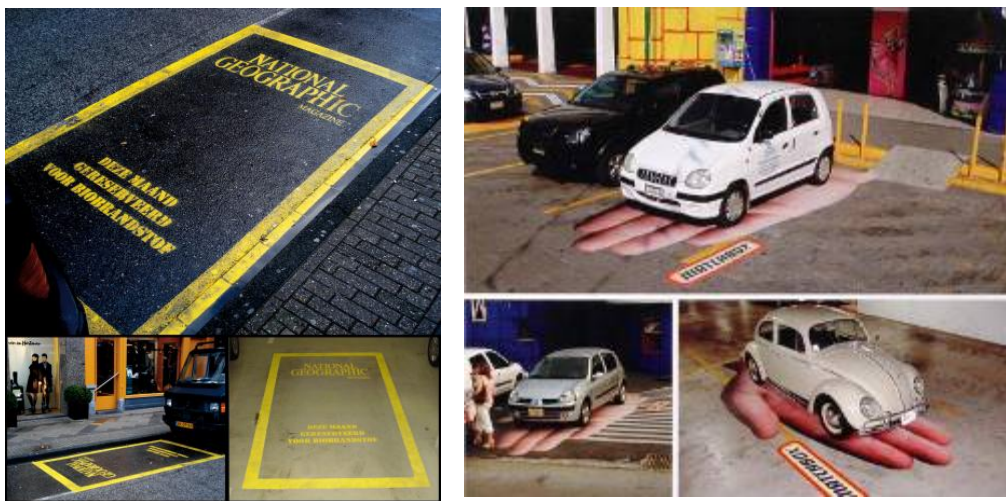
ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจซื้อสินนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ



ราคาค่าเช่าต่อจุด : 3,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อจุด : 5,000-15,000 บาท (คิดตามค่าการผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : บริเวณทางเข้า หน้าหอพักที่เป็นศูนย์กลางของหอพักบริเวณมหาวิทยาลัย

นั้นๆ หรือจะเลือกจากรายชื่อหอพักทั้ง 33 หอพักก็ได้ โดยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1,000-2,000 คนตามทำเลหอพักที่เลือกติดตั้ง

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจข้อสื่อนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

สื่อโฆษณาภายนอกที่เลียนแบบสินค้าจริง



ราคาค่าเช่าต่อจุด : 5,000-8,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อจุด : 20,000-40,000 บาท (คิดตามค่าการผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : ติดตั้งบริเวณด้านนอกของหอพักที่เป็นศูนย์กลางหอพักหลายๆ แห่งใน
ละแวกนั้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3,000-5,000 คนโดยประมาณ (ขึ้นอยู่กับมหาวิทยาลัย)

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจข้อสื่อนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

2.3 สื่อโฆษณาอื่นๆ

สื่อโฆษณาบน Mail box รับผิดชอบ



ราคาค่าเช่าต่อจุด : 3,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อจุด: 5,000-8,000 บาท

(คิดตามค่าการผลิตจริง)

สถานที่ติดตั้ง : บริเวณ Lobby โดยเลือกจาก

รายชื่อห้องพัก (33 หอพัก)

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจซื้อสื่อนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

สื่อโฆษณาบนไม้แขวนเสื้อ



ราคาค่าเช่าต่อ 100 ชิ้น :

3,000 บาท/ เดือน

ราคาค่าผลิตต่อ 100 ชิ้น :

2,000 บาท

สถานที่ติดตั้ง : ห้องซักรีด

โดยเลือกจากรายชื่อห้องพัก (28 หอพัก)

ความเห็นของเจ้าของสินค้าและบริการ/เอเจนซี่

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความสนใจซื้อสื่อนี้	1	2	3	4	5

เหตุผล _____

ข้อเสนอแนะ : _____

ข้อมูลประกอบการพิจารณาในการเลือกซื้อสื่อ

ตารางที่ A1 CPM ของสื่อแต่ละประเภทที่บริษัทให้บริการ

ประเภทสื่อ	Price	Audiences	Frequency	CPM ต่อเดือน
สื่อโฆษณาบนจอ LCD	50,000	26,872	7,200 ครั้ง/เดือน	1,860.67
Standee	3,000	2,442*	วันละ 3-4 ครั้ง	1,228.50
Lift Ads	5,000	3,256**	วันละ 3-4 ครั้ง	1,535.63
Mini billboard	5,000	3,000***	วันละ 1-2 ครั้ง	1,666.67
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	3,000	2,000****	วันละ 1-2 ครั้ง	1,500
สื่อโฆษณาภายนอกที่เลียนแบบสินค้าจริง	5,000	3,000***	วันละ 1-2 ครั้ง	1,666.67
สื่อโฆษณาบน Mail Box	3,000	814*****	วันละ 1-2 ครั้ง	3,685.50

*เป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนคนที่เข้าออกหอพักจำนวน 3 แห่ง

**เป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนคนที่เข้าออกหอพักจำนวน 4 แห่ง

***เป็นจำนวนคนเข้าออกโดยประมาณจากหอพักในบริเวณใกล้เคียงกันของแต่ละมหาวิทยาลัย

****เป็นจำนวนคนที่ผ่านเข้าออกบริเวณที่เหมาะสมสำหรับติดตั้งสื่อประเภทนี้

*****เป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนคนที่เข้าออกหอพักแต่ละแห่ง

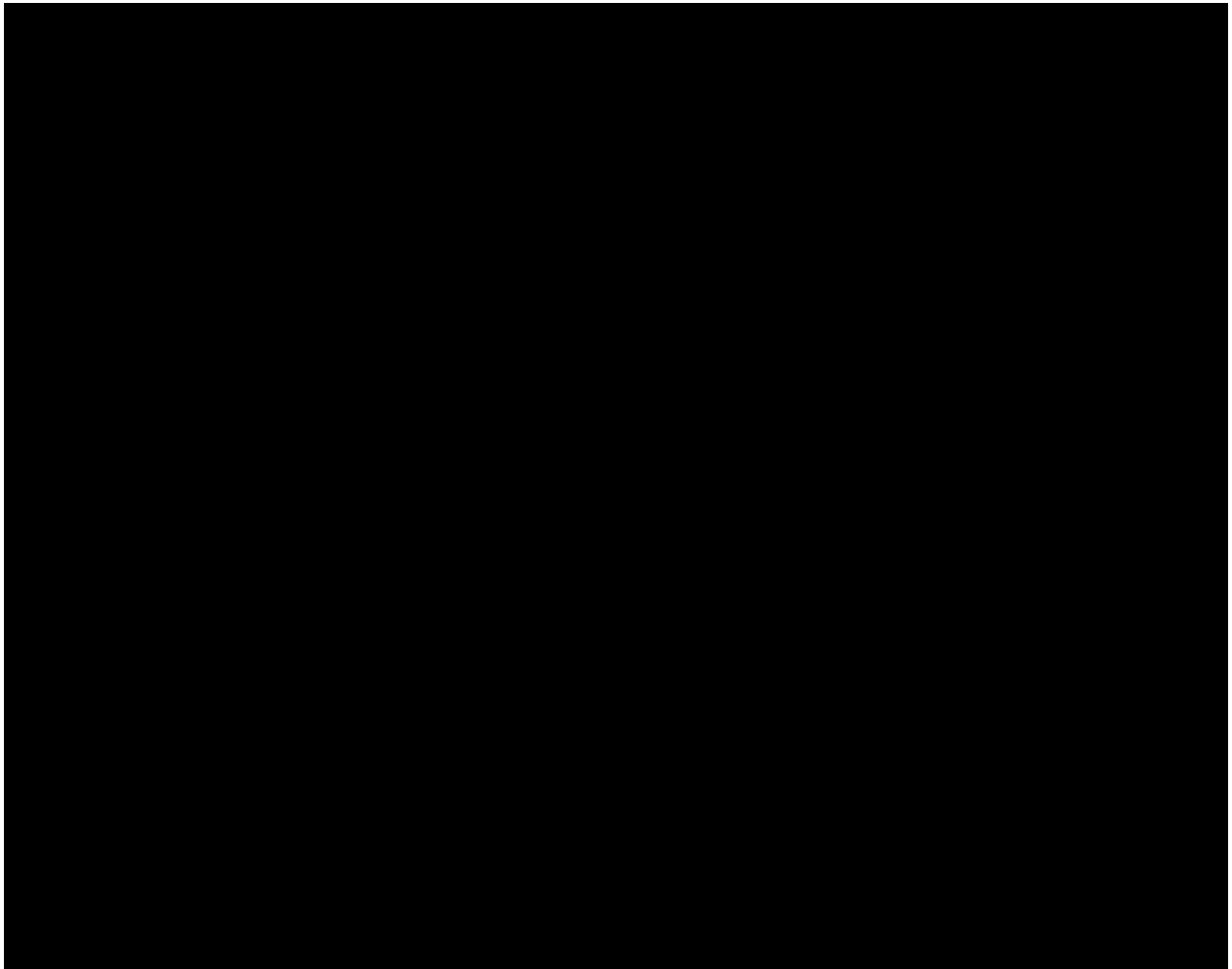
ตารางที่ A2 แสดงส่วนลดเมื่อมีการซื้อสื่อแบบต่อเนื่อง

ประเภทสื่อโฆษณาของบริษัท	อัตราค่าเช่าสื่อโฆษณา (บาท/เดือน)				
	ราคาปกติ	2-3 เดือน	4 เดือน	5 เดือน	12 เดือน
	0%	5%	10%	15%	30%
สื่อโฆษณาบนจอ LCD	50,000	47,500	45,000	42,500	35,000
Standee	3,000	2,850	2,700	2,550	2,100
Lift Ads	5,000	4,750	4,500	4,250	3,500
Mini billboard	5,000	4,750	4,500	4,250	3,500
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	3,000	2,850	2,700	2,550	2,100
สื่อโฆษณาภายนอกที่เลียนแบบสินค้าจริง	5,000	4,750	4,500	4,250	3,500
สื่อโฆษณาบน Mail Box	3,000	2,850	2,700	2,550	2,100

ค่า CPM หลังจากให้ส่วนลด

ประเภทสื่อโฆษณาของบริษัท	CPM (per month)				
	ราคาปกติ	2-3 เดือน	4 เดือน	5 เดือน	12 เดือน
	0%	5%	10%	15%	30%
สื่อโฆษณาบนจอ LCD	1,860.67	1,767.64	1,674.61	1,581.57	1,302.47
Standee	1,228.50	1,167.08	1,105.65	1,044.23	859.95
Lift Ads	1,535.63	1,458.85	1,382.06	1,305.28	1,074.94
Mini billboard	1,666.67	1,583.33	1,500	1,416.67	1,166.67
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	1,500	1,425	1,350	1,275	1,050
สื่อโฆษณาภายนอกที่เลียนแบบ สินค้าจริง	1,666.67	1,583.33	1,500	1,416.67	1,166.67
สื่อโฆษณาบน Mail Box	3,685.50	3,501.23	3,316.95	3,132.68	2,579.85

ค่า CPM ของสื่อประเภทต่างๆ



ภาคผนวก ค เงินลงทุนเบื้องต้น

รายละเอียด	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	เงินลงทุน
1. อุปกรณ์ประจำหอพัก (33 หอพัก)			
1.1 จอ LCD ขนาด 15 และ 17 นิ้ว	66	5,500	363,000
1.2 Media Player M-102	66	4,700	310,200
1.3 Compact Flash card 2 GB	66	1,000	66,000
1.4 ขาแขวนจอ LCD	66	400	26,400
1.5 ชั้นวาง Media player ติดผนัง	66	500	33,000
1.6 Roll up Stand	33	1,000	33,000
1.7 โครง Mini Billboard	5	15,000	75,000
รวม			906,600
2. สำนักงานและอุปกรณ์สำนักงาน			
2.1 ค่าตกแต่งสำนักงาน		100,000	100,000
2.2 เครื่องคอมพิวเตอร์ Desktop	3	15,000	45,000
2.3 เครื่องพิมพ์สี สแกนเนอร์ โทรศัพท์	1	9,000	9,000
2.4 เครื่องโทรศัพท์	2	500	1,000
2.5 โทรศัพท์เคลื่อนที่	1	3,000	3,000
2.6 โต๊ะและเก้าอี้ทำงาน	6	4,500	27,000
2.7 ตู้เอกสาร	3	3,500	10,500
2.8 เครื่องมือช่าง	1	10,000	10,000
รวม			205,500
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
3.1 ค่าธรรมเนียมแรกเข้าจ่ายหอพัก	33	20,000	660,000
3.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท			41,500
รวม			701,500
เงินลงทุนรวม			1,813,600

**ภาคผนวก ง อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น
อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
และการคำนวณผลตอบแทนของโครงการ**

อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

Ke	=	$R_f + (R_m - R_f) \times B$
	=	$5.16\% + (12\% - 5.16\%) \times 1.5$
	=	15.42%
Ke	=	อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น
Rf	=	อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ปราศจากความเสี่ยง อัตราผลตอบแทนปราศจากความเสี่ยง (Risk Free Rate) เท่ากับ 5.16% อ้างอิงจากธนาคารแห่งประเทศไทย ที่อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาล อายุ 10 ปี ณ วันที่ 4 ธันวาคม 2550 (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย http://www.thaibma.or.th/yieldcurve/YieldTTM.aspx)
Rm	=	อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ อ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนที่คำนวณจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2518 - 2548 (ที่มา: http://www.set.or.th/setresearch)
B	=	อัตราความเสี่ยงของผลตอบแทนของบริษัท สมมติให้โครงการนี้มีความเสี่ยงสูงกว่าตลาดเป็น 1.5 เท่า (อ้างอิงจากบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยซึ่งมีค่า Beta = 0.387 (ที่มา: www.trinitythai.com/Inter/research-trading-beta-t.jsp)

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

WACC	=	$(D/D+E)*K_d(1-T) + (E/D+E)*K_e$
D/D+E	=	0.25
E/D+E	=	0.75
K _d	=	11.38%
T	=	30.00%
K _e	=	15.42%
WACC	=	13.56%

การคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการ

รายการ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Initial investment	-2,000,000					
EBIT		395,350	352,998	247,716	128,760	304,873
NOPAT =						
EBIT*(1-tax rate)		276,745	247,098	173,401	90,132	213,411
CAPEX		0	-100,935	-110,515	-781,027	-132,563
DEPRECIATION		201,870	221,030	242,054	265,126	290,449
AMORTIZATION		224,128	224,128	224,194	224,128	224,128
INC WORKING						
CAPITAL		-235,107	106	108	111	-26,137
FREE CASH						
FLOW	-2,000,000	467,636	591,427	529,242	-201,530	569,288
Future FCF					4,199,646	
Total FCF	-2,000,000	467,636	591,427	529,242	3,998,115	
WACC	13.56%					
Net Present Value	฿1,636,376					
IRR	36.94%					
MIRR	29.64%					

ภาคผนวก จ ประमाणการทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงิน

1	เริ่มผลิตและดำเนินงานตั้งแต่ต้นปี 2551		
2	เงินลงทุนเบื้องต้น	2,000,000.00	
	หนี้สิน	500,000.00	
	ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,500,000.00	
3	อัตราส่วนหนี้ต่อทุน	1:3	
4	เงินสดขั้นต่ำ	5%	ของยอดขายที่พยากรณ์ไว้
5	จำนวนวันในรอบปี	365	วัน
	<u>รายได้</u>		
6	รายได้จากการขายสื่อโฆษณา		
	ราคาขายคงที่ตลอด 5 ปี		
	ยอดขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์ (ปีที่ 1 - 4)	7	แพ็คเกจ/เดือน
	ยอดขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์ (ปีที่ 5)	8	แพ็คเกจ/เดือน
	ยอดขายสื่อโฆษณาอื่นๆ	41%	ของ Capacity ที่มี
7	การให้ส่วนลด	30%	ของยอดขายรวม
8	ระยะเวลาการเรียกเก็บหนี้โดยเฉลี่ย	30	วัน
	<u>ต้นทุน</u>		
9	อัตราส่วนแบ่งรายได้	25%	
10	ค่าไฟฟ้าที่ต้องจ่ายแก่หอพัก (จอ LCD, Media Player 2 ชุดต่อหอพัก) < http://www.homeandi.com/content/c1303.html >	0.24	บาท / ชั่วโมง
11	ค่าใช้จ่ายแปรผันปรับขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อที่พยากรณ์ในแต่ละปี	2.2%	
12	ระยะเวลาการชำระส่วนแบ่งรายได้และค่าไฟฟ้าแก่หอพัก	30	วัน
13	เงินลงทุนประจำปีในสินทรัพย์ถาวร - หอพัก	10%	ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต้นงวด
14	ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร - หอพัก	5	ปี
15	ค่าซ่อมแซมสินทรัพย์ถาวร - หอพัก	5%	ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต้นงวด
16	ค่าตัดจำหน่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าหอพัก	3	ปี
17	เงินเดือนค่าแรงทางตรง 2 คน	18,000.00	บาท
18	เงินเดือนเพิ่มขึ้นต่อปี	5%	

	<u>ค่าใช้จ่าย</u>		
19	เงินเดือนผู้บริหารและฝ่ายจัดการ 3 คน (40,000 จำนวน 1 คน และ 30,000 บาท จำนวน 2 คน)	100,000.00	บาท
20	เงินเดือนพนักงานขาย 1 คน	12,000.00	บาท
21	สวัสดิการพนักงาน	2.00%	ของเงินเดือน
22	ค่า Commission พนักงานขาย	3%	ของยอดขาย
23	ค่าใช้จ่ายการตลาด	38,000.00	บาท / ปี
24	ค่าเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน (50 ตร.ม. * 200 บาท)	120,000.00	บาท / ปี (อาคารเพชรบุรี)
26	ค่าไฟ	72,000.00	บาท / ปี
27	ค่าน้ำ	8,000.00	บาท / ปี
28	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น ค่าโทรศัพท์)	24,000.00	บาท / ปี
29	เงินลงทุนประจำปีในสินทรัพย์ถาวร - สำนักงาน	5.00%	ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต้นงวด
30	ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร - สำนักงาน	10	ปี
31	ค่าซ่อมแซมสินทรัพย์ถาวร - สำนักงาน	5%	ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต้นงวด
32	ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท		
	ค่าจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ	1,500.00	บาท
	ค่าจดทะเบียนบริษัท	15,000.00	บาท
	ค่าจดทะเบียนลิขสิทธิ์	5,000.00	บาท
	ค่าใช้จ่ายทางกฎหมาย	20,000.00	บาท
	รวม	41,500.00	บาท
	ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัทรอบตัดบัญชี ตัดจำหน่าย	10	ปี
33	ดอกเบี้ยรับ	2%	ของเงินลงทุนเฉลี่ย
34	ดอกเบี้ยจ่าย	11.375%	ของเงินกู้ยืมต้นงวด
35	อัตราภาษี	30%	

การประมาณรายได้สื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์					
จำนวนหอพัก	33	33	33	33	33
จำนวนจอแต่ละหอพัก	2	2	2	2	2
จำนวนจอรวม	66	66	66	66	66
จำนวนชั่วโมงในการฉายต่อวัน 7.00 - 11.00, 16.00 - 22.00	10	10	10	10	10
ระยะเวลาในการฉายโฆษณา (วินาทีต่อครั้ง)	15	15	15	15	15
ความถี่ในการฉายต่อต่อชั่วโมง (ครั้ง)	12	12	12	12	12
จำนวนลูกค้าสูงสุดที่ได้ (ราย)	20	20	20	20	20
จำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะขายได้ (ราย)	7	7	7	7	8
ความถี่ในการฉายต่อเดือน (ครั้ง)	237,600	237,600	237,600	237,600	237,600
ราคา (ต่อแพ็คเกจต่อเดือน)	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวมรายได้(ต่อเดือน)	350,000	350,000	350,000	350,000	400,000

การประมาณรายได้จากสื่อโฆษณาอื่นๆ

สื่อโฆษณา	แพ็คเกจทั้งหมด	ราคา	จำนวนแพ็คเกจ ขายได้	รายได้
Lift Ads	32	5,000	7	35,000
Standee	11	3,000	6	18,000
Mini billboard	10	5,000	4	20,000
สื่อโฆษณาภายนอก ที่เลียนแบบสินค้าจริง	10	5,000	5	25,000
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	10	3,000	3	9,000
			รวมรายได้/ เดือน	107,000

การประมาณการรายได้รวมต่อปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD (ต่อปี)	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,800,000
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณาอื่นๆ (ต่อปี)	1,284,000	1,284,000	1,284,000	1,284,000	1,008,000
รวมรายได้ก่อนหักส่วนลด	5,484,000	5,484,000	5,484,000	6,084,000	5,808,000
ส่วนลด (ต่อปี)	30%	30%	30%	30%	30%
รวมรายได้สุทธิ (ต่อปี)	3,838,800	3,838,800	3,838,800	3,838,800	4,258,800

รายได้จากการผลิต (Mark-Up)

	ค่าผลิต Mark-Up/ จุด	จำนวน/ แพ็คเกจ จ	จำนวน แพ็คเกจ ขาย ได้	จำนวน ครั้งที่ ผลิต/ ปี	รายได้จากการผลิต/ปี (Mark-Up)
Lift Ads	2,000	2	7	2	56,000
Standee	500	3	6	2	18,000
Mini billboard	1,500	1	4	2	12,000
สื่อโฆษณาเลียนแบบสินค้า จริง	5,000	1	5	2	50,000
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	2,000	1	3	2	12,000
					148,000

หมายเหตุประกอบการประมาณการยอดขาย

ปริมาณค่าใช้จ่ายในการโฆษณารวมทั้งระบบ	89,839	ล้านบาท (ข้อมูลปี 2549)
ปริมาณค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแบบภายนอกที่อยู่อาศัย	8,383	ล้านบาท (ข้อมูลปี 2549)
ยอดขายของบริษัท	3,986,800	บาท
คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเทียบกับตลาดโฆษณาทั้งประเทศ	0.004%	
คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเทียบกับตลาดโฆษณา Out of home	0.05%	

การประมาณการต้นทุนขาย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนแปรผัน					
ค่าไฟฟ้า					
จำนวนชั่วโมงการฉายใน 1 ปี 33 หอพัก	120,450	120,450	120,450	120,450	120,450
ค่าไฟต่อชั่วโมงต่อ 2 จอ	0.24	0.25	0.25	0.26	0.26
ค่าไฟฟ้า (บาท)	28,908	29,544	30,194	30,858	31,537
ส่วนแบ่งรายได้ที่ให้แก่หอพัก					
ประมาณการรายได้ต่อปี (บาท)	3,838,800	3,838,800	3,838,800	3,838,800	4,258,800
ส่วนแบ่งรายได้ที่ต้องจ่าย (ร้อยละ)	25	25	25	25	25
ส่วนแบ่งรายได้ที่ให้แก่หอพัก (บาท)	959,700	959,700	959,700	959,700	1,064,700
รวมต้นทุนแปรผันในการผลิต (บาท)	988,608	989,244	989,894	990,558	1,096,237

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนคงที่					
ค่าแรงคงที่	216,000	226,800	238,140	250,047	262,549
ค่าตัดจำหน่ายค่าธรรมเนียมนายแรกเข้า	219,978	219,978	220,044	219,978	219,978
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ประจำหอพัก	181,320	199,452	219,397	241,337	265,471
ค่าซ่อมบำรุงและรักษาอุปกรณ์หอพัก	45,330	45,330	49,863	54,849	60,334
รวมต้นทุนคงที่ในการผลิต (บาท)	662,628	691,560	727,444	766,211	808,332
รวมต้นทุนขาย (บาท)	1,651,236	1,680,804	1,717,338	1,756,769	1,904,569

สินทรัพย์ถาวรและค่าเสื่อมราคา

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรสำนักงาน - ต้นงวด	205,500	205,500	215,775	226,564	237,892
ค่าใช้จ่ายลงทุนประจำปี 5%	0	10,275	10,789	11,328	11,895
สินทรัพย์ถาวรสำนักงาน - ปลายงวด	205,500	215,775	226,564	237,892	249,787
ค่าเสื่อมราคา (10%)	20,550	21,578	22,656	23,789	24,979
ค่าเสื่อมราคาสะสม	20,550	42,128	64,784	88,573	113,552
มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถาวร-สำนักงาน	184,950	173,648	161,780	149,319	136,235

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรหอพัก - ต้นงวด	906,600	906,600	997,260	1,096,986	1,206,685
ค่าใช้จ่ายลงทุนประจำปี 10 %	0	90,660	99,726	109,699	120,668
สินทรัพย์ถาวรหอพัก - ปลายงวด	906,600	997,260	1,096,986	1,206,685	1,327,353
ค่าเสื่อมราคา (20%)	181,320	199,452	219,397	241,337	265,471
ค่าเสื่อมราคาสะสม	181,320	380,772	600,169	841,506	1,106,977
มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถาวร-หอพัก	725,280	616,488	496,817	365,178	220,376

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมมูลค่าสินทรัพย์ถาวร	1,112,100	1,213,035	1,323,550	1,444,577	1,577,140
รวมค่าใช้จ่ายลงทุนประจำปี	0	100,935	110,515	121,027	132,563
ค่าเสื่อมราคา	201,870	221,030	242,054	265,126	290,449
ค่าเสื่อมราคาสะสม	201,870	422,900	664,953	930,079	1,220,528
มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	910,230	790,136	658,597	514,497	356,611

ค่าใช้จ่ายรอการตัดบัญชีและค่าตัดจำหน่าย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	41,500	41,500	41,500	41,500	41,500
ค่าตัดจำหน่าย (10%)	4,150	4,150	4,150	4,150	4,150
มูลค่าตามบัญชีของค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	37,350	33,200	29,050	24,900	20,750
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าหอพัก	660,000	660,000	660,000	660,000	660,000
ค่าตัดจำหน่าย (33.33%)	219,978	219,978	220,044	219,978	219,978
มูลค่าตามบัญชีของค่าธรรมเนียมแรกเข้าหอพัก	440,022	220,044	0	440,022	220,044
รวมค่าตัดจำหน่าย	224,128	224,128	224,194	224,128	224,128
มูลค่าตามบัญชีของค่าใช้จ่ายรอตัดบัญชี	477,372	253,244	29,050	464,922	240,794

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	319,900	319,900	319,900	319,900	354,900
เจ้าหนี้การค้า	84,793	84,899	85,007	85,118	93,981
เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ	235,107	235,001	234,893	234,782	260,919
ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น (ลดลง) (บาท)	235,107	-106	-108	-111	26,137

งบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	3,838,800	3,838,800	3,838,800	3,838,800	4,258,800
รายได้จากการผลิต (Mark - Up)	148,000	148,000	148,000	148,000	148,000
ต้นทุนขาย	1,651,236	1,680,804	1,717,338	1,756,769	1,904,569
กำไรขั้นต้น	2,335,564	2,305,996	2,269,462	2,230,031	2,502,231
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือน	1,344,000	1,411,200	1,481,760	1,555,848	1,633,640
สวัสดิการพนักงาน	31,200	32,760	34,398	36,118	37,924
ค่า Commission	115,164	115,164	115,164	115,164	127,764
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000
ค่าเช่าอาคาร	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าน้ำค่าไฟฟ้า	80,000	81,760	83,559	85,397	87,276
ค่าน้ำมัน	96,000	98,112	100,270	102,476	104,731
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร - สำนักงาน	20,550	21,578	22,656	23,789	24,979
ค่าซ่อมบำรุงสินทรัพย์ถาวร-สำนักงาน	10,275	10,275	10,789	11,328	11,895
ค่าตัดจำหน่ายค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	4,150	4,150	4,150	4,150	4,150
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,883,339	1,956,999	2,034,746	2,116,271	2,214,358
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	452,225	348,998	234,716	113,760	287,873
ดอกเบี้ยรับ	0	4,000	13,000	15,000	17,000
ดอกเบี้ยจ่าย	56,875	0	0	0	0
กำไรก่อนหักภาษี	395,350	352,998	247,716	128,760	304,873
ภาษี	118,605	105,899	74,315	38,628	91,462
กำไรสุทธิ (บาท)	276,745	247,098	173,401	90,132	213,411
เงินปันผล 40%		98,839	69,360	36,053	85,364

งบดุล

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	154,036	246,623	206,505	268,922	252,846
เงินลงทุนชั่วคราว	0	400,000	900,000	600,000	1,100,000
ลูกหนี้การค้า	319,900	319,900	319,900	319,900	354,900
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	473,936	966,523	1,426,405	1,188,822	1,707,746
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์สำนักงานและห้องพัก - สุทธิ	910,230	790,136	658,597	514,497	356,611
ค่าใช้จ่ายรอตัดบัญชี - สุทธิ	477,372	253,244	29,050	464,922	240,794
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,387,602	1,043,380	687,647	979,419	597,405
รวมสินทรัพย์	1,861,538	2,009,903	2,114,052	2,168,242	2,305,151
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	84,793	84,899	85,007	85,118	93,981
รวมหนี้สิน	84,793	84,899	85,007	85,118	93,981
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนจดทะเบียน	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
15,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท					
ทุนชำระแล้ว	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
กำไรสะสม	276,745	425,004	529,044	583,124	711,170
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,776,745	1,925,004	2,029,044	2,083,124	2,211,170
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,861,538	2,009,903	2,114,052	2,168,242	2,305,151

งบกระแสเงินสด

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	276,745	247,098	173,401	90,132	213,411
ค่าเสื่อมราคา	201,870	221,030	242,054	265,126	290,449
ค่าตัดจำหน่าย	224,128	224,128	224,194	224,128	224,128
สินทรัพย์ดำเนินงานลดลง (เพิ่มขึ้น)					
ลูกหนี้การค้า	-319,900	0	0	0	-35,000
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)					
เจ้าหนี้การค้า	84,793	106	108	111	8,863
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	467,636	692,362	639,757	579,497	701,851
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินลงทุนชั่วคราวเพิ่มขึ้น	0	-400,000	-500,000	300,000	-500,000
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	-1,112,100	-100,935	-110,515	-121,027	-132,563
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าจ่ายแก่หอพัก	-660,000			-660,000	
ค่าใช้จ่ายจัดตั้งบริษัท	-41,500				
เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน	-1,813,600	-500,935	-610,515	-481,027	-632,563
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับเงินกู้ยืมระยะสั้น	500,000				
เงินสดรับจากผู้ถือหุ้น	1,500,000				
เงินสดจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้น	-500,000				
เงินปันผลจ่าย		-98,839	-69,360	-36,053	-85,364
เงินสดสุทธิได้รับใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงิน	1,500,000	-98,839	-69,360	-36,053	-85,364
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	154,036	92,587	-40,118	62,417	-16,076
เงินสด ณ วันต้นปี	0	154,036	246,623	206,505	268,922
เงินสด ณ วันสิ้นปี	154,036	246,623	206,505	268,922	252,846

อัตราส่วนทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง					
อัตราส่วนหมุนเวียน (เท่า)	5.59	11.38	16.78	13.97	18.17
อัตราส่วนวัดสภาพเสี่ยง					
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราส่วนหนี้สินทั้งหมดต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน					
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ครั้ง)	2.06	1.91	1.82	1.77	1.85
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อลูกหนี้การค้า (เท่า)	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อเจ้าหนี้การค้า (เท่า)	45.27	45.22	45.16	45.10	45.32
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร					
อัตราผลตอบแทนขั้นต้นต่อยอดขาย (%)	61%	60%	59%	58%	59%
อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อยอดขาย (%)	7%	6%	5%	2%	5%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	16%	13%	9%	4%	10%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%)	15%	12%	8%	4%	9%
อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (บาท)	18.45	16.47	11.56	6.01	14.23
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)	118.45	128.33	135.27	138.87	147.41