

บรรณานุกรม

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี

2549. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กำธร สติรกุล. 2526. “ความหมายของนิตยสาร”. วารสารลายสือไทย 700 ปี ฉบับปรับปรุง: 15.

กิตติ สุชีณ. 2540. ปัจจัยบางประการด้านความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการบริหาร
องค์การของผู้บริหาร ต่อความสำเร็จของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ : ศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณี
ของนิตยสารประเภท ธุรกิจ 3 ฉบับ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
เกษมบัณฑิต.

โกสุม สายใจ และ บำรุง อิศรกุล. 2537. การออกแบบนิตยศิลป์ 2. กรุงเทพฯ: โครงการเอกสาร
ตำรา ศิลปะ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

เจียรไน ภัทราคม. 2552. การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ อันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจและการเมืองไทย. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

ชัยเสกสรรค์ พรหมศรี. 2549. ภาวะผู้นำองค์กรยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชรรคมลการพิมพ์.

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2547. คู่มือการพัฒนาระบบการบริหารผลงานยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เอชอาร์
เซ็นเตอร์.

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. 2544. ยอดกลยุทธ์การบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่. กรุงเทพฯ:
ด้านสุทธาการพิมพ์.

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และ ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547. การจัดการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ครุณี หิรัญรักษ์. 2530. นิตยสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทศพล คู่สมุพรณ. 2552. ลักษณะการบริหารงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เทิดศักดิ์ แซ่เตียว. 2542. ความคิดเห็นต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย สันติวงษ์. 2524. การจัดองค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ: บพิธ.

ธนภัค อมตอาชาชัย. 2550. อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวจาก
จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธีระพล อรุณะกสิกร และคณะ. 2540. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544). กรุงเทพฯ ฯ: อรรถพลการ.
- นพรัตน์ ภูมิวิฒิสาร. 2543. การจัดการการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร. 2545. SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. อุบลราชธานี: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- บุญดี บุญญากิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช. 2545. Benchmarking ทางลัดสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อินโนกราฟฟิกส์,
- เบ้ง คาร์ลอฟ. 2544. คู่มือวิธีเทียบเคียง แข่งดี. แปลจาก Bench marking Workbook โดย ณัฐพงศ์ เกศมาริช. กรุงเทพฯ: Be Bright Book.
- ปาริชาติ เสรีรัตน์. 2538. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- พรทวี ยอดมงคล. 2542. การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์กมล วงศ์ทองเจริญ. 2552. การบริหารงานธุรกิจสิ่งพิมพ์ในภาวะวิกฤติ: ศึกษาเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ และหนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยธุรกิจ ในช่วงปี 2550-2552. กรุงเทพฯ: รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญรุ่ง บุญมา. 2551. การปรับองค์การและทิศทางการบริหารงานของธนาคารแห่งประเทศไทย หลังเกิดภาวะวิกฤต ปี 2540 – 2550. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2540. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 17. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- โรแบร์, พอลล์ เจมส์. 2543. หลักการวิเคราะห์และเปรียบเทียบความสามารถอย่างเป็นระบบ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543.
- ลือชัย จุลาสัย, ชัยยศ สันติวงษ์, กนก ฤกษ์เกษม, สิทธิณัฐ ประพุทธนิตินสาร และ อัญญาณ์ โปราณา นนท์. 2543. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบน . พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

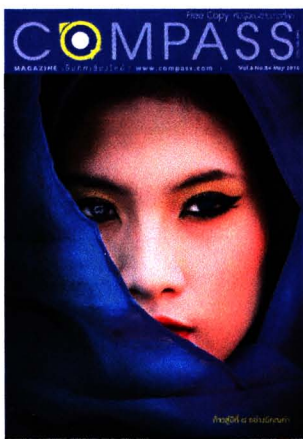
- ลักขณา สตะเวทิน. 2542. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ทบวงมหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ วุฒิสักดิ์ พิศสุวรรณ. 2551. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมยศ นาวิการ. 2544. **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สุทิษา สุภารัตน์. 2548. **การศึกษาปัญหาและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านตราสินค้า (BRAND) ของ “หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ**. กรุงเทพฯ: การค้นคว้าด้วยตัวเองปริญญาโท, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุพานี สฤญ์วานิช. 2549. **พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพิศ พุทธิมี. 2548. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาพร อัทธกุลวัฒน์. 2540. **การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของประชาชนกรุงเทพมหานคร หลังการประกาศเงินบาทลอยตัว**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- อนรรักษ์ คุณนะลา. 2548. **แนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจโฆษณาท้องถิ่น ตามความคิดเห็นของนักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อังนรา จันทรฉาย. 2549. **สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และจัดทำ BSC**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Decenzo, David A., and Stenphen P. Robbins. 1988. **Personnel : Human Resource Management**. 3rd ed. New Jersey: Prentice-Hill.
- Kaplan, Robert S & Norton, David P. 2001. **The Strategy Focused Organization : How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment**. MA: HBS Press.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management**. The Millenium Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Michael E. Porter. 2545. **ยุทธวิธีการแข่งขัน เทคนิคการวิเคราะห์สภาพธุรกิจ และคู่แข่งขั้นเพื่อ**
- Porter, L.W., and F.G. Smith. 1970. **The Etiology of Organizational Commitment**. Unpublished Paper.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 6 ฉบับ



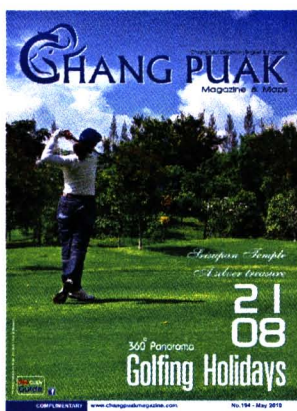
คอมพาส /Compass Vol.7 no.81

บริษัท เอส.พี. พับลิชชิง กรุ๊ป จำกัด

ที่อยู่ 11/1 ซอย 3 ถนน บำรุงบุรี ต.พระสิงห์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

50200 โทร. 0-5381-4444 แฟกซ์ 0-5381-4457

<http://www.compasscm.com/>



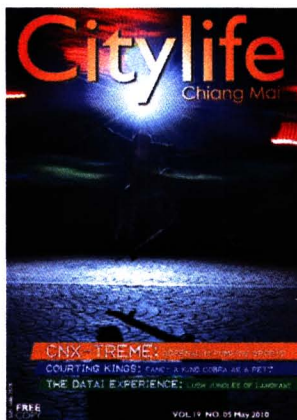
ช้างเผือก แมกกาซีน Vol. no.194

หจก. ม้าขาว จำกัด

ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300

โทร 0 5335 7350 แฟกซ์

<http://www.changpuakmagazine.blogspot.com/>

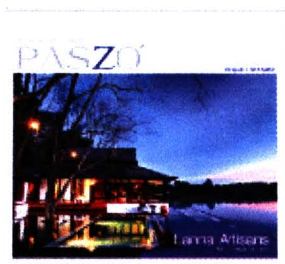


ซิตี้ไลฟ์เชียงใหม่ /City Life Chiangmai Vol. 19 no.5

บจก.ตรีศิตา จำกัด

ที่อยู่ เลขที่ 3 ถ.ชมดอย ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

<http://www.chiangmainews.com/>



ปาซโซ /Paszo Vol.6 no.65

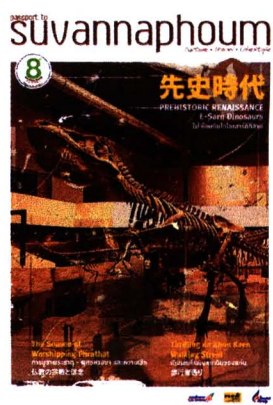
บริษัท นิมนันท์ พับลิชิ่ง จำกัด

ที่อยู่ 254/1 ถ.เจริญราษฎร์ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัด

เชียงใหม่ 50000 โทร 053-306691 แฟกซ์ 053-306692

<http://www.hoparoundthailand.com/>

“It all about Chioe”



พาสปอร์ตสุพรรณภูมิ Vol.9 no.5

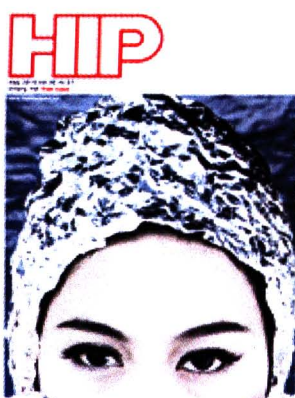
บริษัท อนุชิตทรัพย์อนันต์ จำกัด

3 ซอย 1 ถนนช้างตลาดต้นพยอม ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

50200 , เชียงใหม่

<http://www.svpmagazine.com/>

“Culture travel lifestyle”



HIP Vol. 6 no.67

ที่อยู่ 5/1 หมู่ 5 ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทร 053 329420 แฟกซ์ 053 329 420

www.hipthailand.net , www.cmhipmag.com

ตาราง 13 รายละเอียดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว	ดำเนินธุรกิจ	ขนาด	สี	ชนิดกระดาษ	จำนวนหน้า	สัดส่วนเนื้อหา กับโฆษณา	ยอดการ พิมพ์	ภาษา
Compass magazine	7	26.1 × 37.4	สีทุกหน้า	220 แกรม	70 หน้า	70 : 30	40,000	ภาษาไทย
Chang Puak magazine	15	21.5 × 29	สีสี ทั้งเล่ม	100 แกรม	70 หน้า	70 : 30	20,000	ภาษาอังกฤษ และฝรั่งเศส
City Life magazine	19	21.5 × 29	สีทุกหน้า	ใน 90 แกรม	75 หน้า	70 : 30	20,000	ภาษาอังกฤษ
Paszo magazine	6	25 × 23	สีทุกหน้า	130 แกรม	70 หน้า	70 : 30	20,000	ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ
Passport to suvannaphum	9	21 × 29.7	สีทุกหน้า	210 แกรม	70 หน้า	70 : 30	20,000	อังกฤษ/ญี่ปุ่น/ ไทย
Chiang mai HIP magazine	6	21.5 × 29	สีทุกหน้า	ปก 190 แกรม ใน 90 แกรม	84 หน้า	70 : 30	25,000	ภาษาไทย

ตาราง 14 ราคาโฆษณา (ราคาต่อเดือน)

	Compass magazine	Chang Puak magazine	City Life magazine	Paszo magazine	Passport to suvannaphum	Chiang mai HIP magazine
ด้านในปกหน้า	40,000 บาท		35,000 บาท	21,000 บาท	30,000 บาท	32,000 บาท
ด้านในปกหลัง	35,000 บาท		35,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	32,000 บาท
ครึ่งหน้า	25,000 บาท	9,000 บาท	15,000 บาท	10,000 บาท	10,000 บาท	15,000 บาท
1/8 หน้า	9,000 บาท		9,500 บาท	3,500 บาท	13,000 บาท	9,500 บาท
1/4 หน้า	14,000 บาท	5,500 บาท	7,000 บาท	6,000 บาท	6,000 บาท	8,000 บาท
เต็มหน้าเนื้อใน	35,000 บาท	18,000 บาท	10,000 บาท	16,000 บาท	7,000 บาท	28,000 บาท
ปกด้านหลัง	40,000 บาท		35,000 บาท	26,000 บาท	20,000 บาท	38,000 บาท
Strip ads	14,000 บาท			13,300 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท
Classifieds ขาว-ดำ				20,000 บาท	50,000 บาท	
Page 3/Full page	40,000 บาท			19,000 บาท	20,000 บาท	

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร

เรื่อง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
.....

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนักศึกษา
ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์
แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาในการ
สัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้
และผู้ศึกษาขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นข้อมูลลับ ไม่นำมาเปิดเผย ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อ
ธุรกิจและตัวท่านแต่ประการใด ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการทำวิจัยเท่านั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความ
กรุณาท่านสละเวลาในการสัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอัน
เป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา โครงสร้างองค์กร การบริหารองค์กร
- ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ในการบริหารองค์กร และการปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจถดถอย
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1

1.1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1.1 ชื่อ.....
- 1.1.2 ตำแหน่ง
- 1.1.3 เพศ.....อายุ.....ปี
- 1.1.4 ระดับการศึกษา :
ระดับปริญญาเอก.....
ระดับปริญญาโท.....
ระดับปริญญาตรี.....
ระดับอื่น.....

1.2. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

- 1.2.1 ชื่อบริษัท.....
- 1.2.2 เริ่มก่อตั้งองค์กรเมื่อ.....
- 1.2.3 ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ของบริษัทท่านมีอะไรบ้าง
 - 1)จำนวนพิมพ์.....ต่อครั้ง ระยะเวลาที่ออก
 - 2)จำนวนพิมพ์.....ต่อครั้ง ระยะเวลาที่ออก
 - 3)จำนวนพิมพ์.....ต่อครั้ง ระยะเวลาที่ออก
 - 4)จำนวนพิมพ์.....ต่อครั้ง ระยะเวลาที่ออก
- 1.2.4 วิสัยทัศน์ขององค์กร
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

1.2.5 พันธกิจขององค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2.6 องค์กรของท่านประกอบด้วย.....แผนก ได้แก่

- 1) แผนก.....
- 2) แผนก.....
- 3) แผนก.....
- 4) แผนก.....
- 5) แผนก.....
- 6) แผนก.....
- 7) แผนก.....
- 8) แผนก.....

1.2.7 จำนวนบุคลากรในองค์กรของท่านทั้งหมดมี.....คน

1.2.8 โครงสร้างขององค์กรท่าน เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2.9 กลยุทธ์ขององค์กร มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2.10 อะไรคือจุดเด่น ที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว ของบริษัทท่าน แตกต่างจาก
สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวเล่มอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ในการบริหารองค์กร และการปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจถดถอย

จากสถานการณ์ที่ผ่านมา ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สถานการณ์โลก ๆ ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ไม่มากนักน้อย เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่านต้องปรับตัวในด้านต่าง ๆ เหล่านี้หรือไม่ อย่างไร

กลยุทธ์	กลยุทธ์เดิมที่ใช้	การปรับเปลี่ยน	สาเหตุ	ลำดับความสำคัญ	สิ่งที่ปรับ
ด้านความต้องการของลูกค้า		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
					
					
ด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้า		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
					
					
ความสอดคล้อง		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
					
					

กลยุทธ์	กลยุทธ์เดิมที่ใช้	การปรับเปลี่ยน	สาเหตุ	ลำดับความสำคัญ	สิ่งที่ปรับ
การบูรณาการการสื่อสารการตลาด		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
การปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
ความคิดสร้างสรรค์ของสินค้า		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
ต้นทุนในการผลิต		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
ด้านวัฒนธรรมองค์กร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....

กลยุทธ์	กลยุทธ์เดิมที่ใช้	การปรับเปลี่ยน	สาเหตุ	ลำดับความสำคัญ	สิ่งที่ปรับ
ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
ด้านโครงสร้างองค์กร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
ระบบการปฏิบัติงาน		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
รูปแบบการบริหาร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
บุคลากร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....

กลยุทธ์	กลยุทธ์เดิมที่ใช้	การปรับเปลี่ยน	สาเหตุ	ลำดับความสำคัญ	สิ่งที่ปรับ
ทักษะและสมรรถนะ ขององค์กร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
วัฒนธรรมและ ค่านิยมองค์กร		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
การถ่ายทอดนโยบาย		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
การสร้างเครือข่าย การทำงานภายนอก		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....
		☐ ไม่ปรับเปลี่ยน ☐ ปรับเปลี่ยน คือ			1..... 2.....

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. จากสถานการณ์ทั้งที่ผ่านมาและในปัจจุบันที่เกิดขึ้น ท่านมองธุรกิจของท่านอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ขณะที่องค์กรเดินทางมาสู่ภาวะความเสี่ยง อะไรเป็นคือสิ่งที่ท่านเลือกปฏิบัติเป็นสามอันดับแรก

.....

.....

.....

.....

3. จากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรท่าน ท่านคิดว่าจะแก้ไขเรื่องใดเป็นเรื่องแรก เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

.....

4. สถานการณ์ไหน เป็นสถานการณ์ที่ทำให้ท่านตัดสินใจ แก้ไข หาทางออกสำหรับปัญหาที่ยากลำบากที่สุด

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านมององค์กรของท่านใน 5-10 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านต้องการความร่วมมือ จากองค์กรในด้านใดมากที่สุด

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้



แบบสัมภาษณ์ฝ่ายการตลาด

เรื่อง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

.....

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาในการสัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้ และผู้ศึกษาขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นข้อมูลลับ ไม่นำมาเปิดเผย ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจและตัวท่านแต่ประการใด ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการทำวิจัยเท่านั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาในการสัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- ส่วนที่ 1** ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 2** ปัจจัยต่อไปนี้นำมาสู่การตัดสินใจเลือกลงโฆษณา/เป็นผู้สนับสนุน ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

1) ท่านมองภาพรวมของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไร

- ☐ แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจมีมาก เห็นโอกาสในการสร้างกำไรในอนาคต หากว่าสร้างเอกลักษณ์ให้กับนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ได้ อย่างชัดเจน
- ☐ เผยแพร่มุมมองใหม่ ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งเนื้อหาที่เหมาะสมกับชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่ให้ความสนใจในจังหวัดเชียงใหม่
- ☐ คนส่วนมากให้ความสนใจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพราะเป็นนิตยสารที่น่าอ่าน มีให้เลือกหลายแนว สามารถเก็บสะสมได้
- ☐ สนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสื่อที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจจังหวัดเชียงใหม่ มากขึ้น
- ☐ อื่น ๆ.....

2) ท่านใช้วิธีใดในการเข้าถึงกลุ่มผู้สนับสนุนรายใหม่

- ☐ จากโฆษณาต่าง ๆ เช่น ตามหน้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, ใบแทรกในหนังสือพิมพ์ระดับประเทศ, วิทยุ, บิลบอร์ด / ป้าย, สื่อเคลื่อนที่เช่น รถประเภทต่าง ๆ, โปสเตอร์, การโฆษณาภายในร้านค้า, แผ่นปลิว
- ☐ ตามงานแสดงสินค้า ทั้งที่เป็นการจัดของส่วนรัฐ และเอกชน
- ☐ ทำการตลาดเชิงกิจกรรม เช่น เปิดตัวสินค้า, จัดประชุมผู้สนใจ, จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานของรัฐหรือกลุ่มการค้าที่สำคัญในพื้นที่หรือกลุ่มผู้นำที่สำคัญในพื้นที่
- ☐ ลูกค้านักติดต่อสอบถามมาที่บริษัท จากทางโทรศัพท์ เว็บไซต์ จดหมายฯ
- ☐ อื่น ๆ.....

3) ท่านใช้วิธีใดต่อไปนี้ เป็นแนวทางในการดูแลรักษาลูกค้า/ผู้สนับสนุน ที่ดีที่สุด

- ☐ หมั่นติดต่อกับลูกค้า ทั้งทางโทรศัพท์ จดหมาย เว็บไซต์ หรือการไปเยี่ยมที่ออฟฟิศ
- ☐ จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมการกุศล กิจกรรมบันเทิง การแข่งขันกีฬาระหว่างกัน งานเลี้ยงขอบคุณฯ
- ☐ จัดการส่งเสริมการขาย เช่น ให้สิทธิพิเศษ จัดทำระบบสมาชิก การสะสมแต้มฯ
- ☐ เป็นมิตรกับลูกค้า รับฟังความคิดเห็นและช่วยเหลือลูกค้า บริการด้วยหัวใจ แก้ไขและปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของลูกค้า
- ☐ อื่น ๆ.....

- 4) ในฐานะที่ท่านทำหน้าที่เกี่ยวกับการตลาด ท่านมองว่าการดำเนินงานฝ่ายการตลาดขององค์กรที่ผ่านมาประสบปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง
- ☐ ด้านความต้องการของลูกค้า
 - ☐ ด้านการท่องเที่ยว เช่นจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง การกระตุ้นนักท่องเที่ยวไม่ประสบผลสำเร็จ
 - ☐ ด้านเศรษฐกิจ เช่น เศรษฐกิจถดถอย
 - ☐ ด้านนโยบายและแผนงานขององค์กร
 - ☐ อื่น ๆ.....
- 5) ในช่วงวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และกระแสวัฒนธรรมฯ ที่ผ่านมา ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไร
- ☐ ยอดค้าโฆษณาลดลง ผู้สนับสนุนโฆษณา ลดงบโฆษณา
 - ☐ ผู้สนับสนุนโฆษณา หยุดการลงโฆษณาไว้ก่อน
 - ☐ ไม่ประสบปัญหาใด ผู้สนับสนุน ยังคงลงโฆษณาเหมือนเดิม
 - ☐ อื่น ๆ.....
- 6) ท่านได้วางเป้าหมายในการดำเนินงานด้านการตลาดในอนาคตอย่างไรบ้าง
- ☐ ขยายกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น
 - ☐ สร้างเครือข่ายในการบริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น
 - ☐ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักของประเทศ
 - ☐ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เติบโตอย่างต่อเนื่อง
 - ☐ โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างที่ภาครัฐและเอกชน เป็นผู้จัด
 - ☐ อื่น ๆ.....
- 7) ท่านคิดว่า กลยุทธ์ใด สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
- ☐ ลดค่าโฆษณา
 - ☐ เพิ่มช่องทางโฆษณาอื่นแก่ผู้สนับสนุน
 - ☐ เพิ่มจุดวางสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีมากขึ้น
 - ☐ ปรับรูปแบบ รูปเล่มให้น่าสนใจมากขึ้น
 - ☐ สร้างคอลัมน์ประจำสำหรับลูกค้า
 - ☐ อื่น ๆ.....

8) ในฐานะที่ท่านมีหน้าที่โดยตรงในการติดต่อกับลูกค้า/ผู้สนับสนุน ท่านคิดว่าวัตถุประสงค์ของการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด เป็นอย่างไรตามหัวข้อต่อไปนี้

8.1 เพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในชื่อและตราสินค้า แก่ลูกค้า แก่กลุ่มเป้าหมาย

.....

.....

.....

8.2 เพื่อการใช้สื่อได้อย่างเปิดเผยโดยปราศจากข้อจำกัดต่างๆ เช่น กฎหมาย เป็นต้น

.....

.....

.....

8.3 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และองค์กร

.....

.....

.....

8.4 เพื่อแสดงออกถึงความมีเมตตา เผื่อแผ่ ที่มีต่อบุคคล กลุ่มคน ชุมชน องค์กร

.....

.....

.....

8.5 เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การเป็นสินค้าตัวอย่างพ่วงติดกับสินค้าหลักอื่นๆ

.....

.....

.....

8.6 เพื่อสร้างกำลังขวัญและความภาคภูมิใจในองค์กรให้กับพนักงาน

.....

.....

.....

.....

8.7 เพื่อพัฒนาและดำรงรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย พนักงานงาน และผู้ถือหุ้นของบริษัท

.....

.....

.....

.....

8.8 เพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นโอกาสในการเปิดตลาดที่ถูกปิดไปในอดีต

.....

.....

.....

9) ท่านมองแนวทางการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

10) ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลทำให้องค์กรของท่านต้องปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจด้อยหรือไม่ อย่างไร

ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	วิธีปฏิบัติ	ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ
ด้านความต้องการของลูกค้า				
ด้านการอำนวยความสะดวก สถานที่ วางนิตยสารแจกฟรี				
ด้านต้นทุนในการผลิต				
ด้านการสร้างความแตกต่างให้กับ สินค้า				
ด้านความกลมกลืน ความเป็นเอกภาพ ของเนื้อหา				
ด้านการบูรณาการการสื่อสาร การตลาด				
ด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบ				
ด้านการสร้างวัฒนธรรมองค์กร				

ส่วนที่ 2 ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงโฆษณา/เป็นผู้สนับสนุน ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	อย่างไร
ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสื่อ			
ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความ เป็นวัฒนธรรม ความเป็นเชิงใหม่			
มีรูปแบบคมชัด สวยงาม			
ความถูกต้องของการใช้คำ ภาษา ไม่มี ผิดพลาด			
สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้ง ภาษาไทยและภาษาอื่น ๆ ที่มีในเล่ม			
ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและ บริการได้เหมาะสม ตามความต้องการ			
นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ และเป็น ประโยชน์ต่อผู้อ่าน			
คุณภาพการพิมพ์ สวยงาม			

ปัจจัย	มีผล	ไม่มีผล	อย่างไร
การออกแบบรูปเล่มดึงดูดใจ			
สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ได้ ประโยชน์			
สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี			
จำนวนฉบับที่พิมพ์แจก			
ตำแหน่งเนื้อที่ในการลงโฆษณา			
ความเหมาะสมด้านราคากับเนื้อที่ใน การโฆษณา			
การชำระค่าโฆษณาเพียงบางส่วน ส่วน ที่เหลือจะเป็นบัตรเครดิต ส่วนลดต่างๆ ให้ส่วนลดเมื่อลงโฆษณาในระยะยาว / การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาลงโฆษณา การให้ลงโฆษณาในสื่ออื่น โดยไม่เสีย ค่าใช้จ่ายเพิ่ม			

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้



แบบสัมภาษณ์ผู้สนับสนุน

เรื่อง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
.....

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนักศึกษา
ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์
แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาในการ
สัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้
และผู้ศึกษาขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นข้อมูลลับ ไม่นำมาเปิดเผย ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อ
ธุรกิจและตัวท่านแต่ประการใด ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความ
กรุณาท่านสละเวลาในการสัมภาษณ์ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลอัน
เป็นประโยชน์ มา ณ ที่นี้

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรม的开รับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
 จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลต่อการเลือกลงโฆษณาของผู้สนับสนุน
- ส่วนที่ 3 หลักในการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบ
 นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องการ
- ส่วนที่ 4 ความต้องการของผู้สนับสนุน เหตุผลในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีเพื่อ
 การท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 20 – 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี
☐ 41 – 50 ปี ☐ มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ ต่ำกว่าอนุปริญญา หรือ ปวช. ☐ อนุปริญญา หรือ ปวส.
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท
☐ สูงกว่าปริญญาโท
4. ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม
☐ ผู้จัดการทั่วไป ☐ ผู้จัดการฝ่ายขาย
☐ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ☐ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา
☐ ผู้จัดการฝ่ายบริหารงานลูกค้า ☐ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
☐ หุ่นส่วน/เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ ☐ อื่น ๆ.....

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

1. ประเภทของธุรกิจ.....
2. จำนวนปีที่ดำเนินกิจการ
☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-3 ปี
☐ 4-6 ปี ☐ 7-10 ปี
☐ มากกว่า 10 ปี
3. จำนวนพนักงานทั้งหมด
☐ น้อยกว่า 10 คน ☐ 10 – 50 คน
☐ 51 – 100 คน ☐ 100 – 200 คน
☐ มากกว่า 200 คน
4. ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อ
☐ ผู้จัดการทั่วไป ☐ ผู้จัดการฝ่ายขาย
☐ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ☐ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา
☐ ผู้จัดการฝ่ายบริหารงานลูกค้า ☐ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
☐ หุ่นส่วน/เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ ☐ อื่น ๆ.....

5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่านได้แก่
- | | |
|---|--|
| ☐ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ | ☐ นักท่องเที่ยวชาวไทย |
| ☐ ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย | ☐ องค์กรธุรกิจ |
| ☐ กลุ่มคนในท้องถิ่น | ☐ หน่วยงานราชการ |
| ☐ อื่น ๆ..... | |
6. กิจกรรมของท่านมีแผนกหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงด้านโฆษณาหรือไม่
-
-
-
-

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนิตยสารแจกฟรีของผู้่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาของผู้สนับสนุน

1. สื่อโฆษณาที่ท่านเล็งเห็นว่าได้ผลดีสำหรับการลงโฆษณาของท่านได้แก่
- | | |
|---|--|
| ☐ โทรทัศน์ | ☐ วิทยุ |
| ☐ เคเบิลทีวี | ☐ เว็บไซต์ |
| ☐ ทางจดหมาย | ☐ แผ่นพับ /ใบปลิว /แผนที่ |
| ☐ โฆษณาผ่านโทรศัพท์ | ☐ หนังสือพิมพ์ |
| ☐ นิตยสารเพื่อการท่องเที่ยวส่วนกลาง (เช่น อสท. ส่องโลก กินรี ฯ) | |
| ☐ นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ☐ อื่น ๆ..... | |
2. ท่านลงหรือเคยลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ฉบับใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| ☐ NOW Magazine | ☐ Compass Magazine |
| ☐ City Life Chiangmai | ☐ Pazso |
| ☐ Art & Culture Lanna | ☐ Guile line |
| ☐ Passports to Suwannaphome | ☐ City Life Guide To |
| ☐ Chang puak magazine | ☐ ChiangMai To day Mag |
| ☐ HIP | ☐ CLICK Magazine |
| ☐ Welcome to Chiangmai & Chiangrai | ☐ CM Magazine |
| ☐ อื่น ๆ..... | |

3. นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีแล้ว ท่านยังลงโฆษณาในสื่อใดบ้าง
- | | |
|--|--|
| ☐ โทรทัศน์ | ☐ วิทยู |
| ☐ เคเบิลทีวี | ☐ เว็บไซต์ |
| ☐ ทางจดหมาย | ☐ แผ่นพับ /ใบปลิว /แผนที่ |
| ☐ โฆษณาผ่านโทรศัพท์ | ☐ หนังสือพิมพ์ |
| ☐ นิตยสารเพื่อการท่องเที่ยวส่วนกลาง (เช่น อสท. ส่องโลก กินรี ฯ) | |
| ☐ นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ☐ อื่นๆ..... | |
4. เหตุผลที่สำคัญในการที่ท่านตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวคืออะไร
-
-
5. ในช่วงที่เศรษฐกิจดี ท่านลงโฆษณาในสื่อโดยเฉลี่ยจำนวน.....ฉบับต่อเดือน
6. งบประมาณที่ท่านใช้ในระยะเวลาสำหรับการลงโฆษณาครั้งละ.....บาท
7. ท่านลงโฆษณาเป็นประจำ อย่างต่อเนื่องหรือไม่
- ☐ ลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก.....
- ☐ ไม่ลงต่อเนื่อง เนื่องจาก.....
8. เหตุผลที่ท่านไม่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คืออะไร
-
-

ส่วนที่ 3 หลักในการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องการ

- 3.1 วัตถุประสงค์หลักของการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ขององค์กรท่านคืออะไร
-
-
-

3.2 ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่สำคัญที่สุดในการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

3.3 เหตุผลใดที่ท่านเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

.....

.....

.....

3.4 ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของบริษัท
นี้มีผลต่อความนิยม ความต้องการของกลุ่มลูกค้าของท่าน อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3.5 ท่านคิดว่าบริการหลังการขายของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
เล่มนี้ เป็นอย่างไร และมีข้อเสนอแนะใดเพิ่มเติมบ้าง

.....

.....

.....

.....

3.6 ท่านคิดว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของท่าน มีพฤติกรรมการเปิดรับ หรือเลือกสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี
เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไร เหตุผลในการเลือกอ่านเล่มนั้นๆและพฤติกรรม
นี้ มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความต้องการของผู้สนับสนุน เหตุผลในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

1. ท่านคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความดี การวางจำหน่ายเท่าใด เหมาะสมกับการลงโฆษณา ของท่าน

☐ รายสัปดาห์	☐ รายปักษ์ (2 สัปดาห์)
☐ รายเดือน	☐ รายสองเดือน
☐ รายไตรมาส	☐ อื่น ๆ.....
2. ท่านต้องการให้ผู้ผลิต สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ภาษาใดในการนำเสนอเพื่อเดิม

☐ ภาษาอังกฤษ	☐ ภาษาญี่ปุ่น
☐ ภาษาเกาหลี	☐ ภาษาฝรั่งเศส
☐ จีน	☐ อื่น ๆ.....
3. ท่านต้องการให้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มการกระจายช่องทางการกระจาย ไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....
4. ท่านต้องการให้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มช่องทางการกระจายสื่อไปยังสถานที่ หรือแหล่ง กลุ่มเป้าหมายของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....
5. ในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอย ท่านจะเลือกลงโฆษณาในสื่อโฆษณาประเภทใด เพิ่มเติมจากโฆษณาเดิมที่มีอยู่แล้ว

☐ โทรทัศน์	☐ วิทยุ
☐ เคนเบิลทีวี	☐ เว็บไซต์
☐ ทางจดหมาย	☐ แผ่นพับ /ใบปลิว /แผนที่
☐ โฆษณาผ่านโทรศัพท์	☐ หนังสือพิมพ์
☐ นิตยสารเพื่อการท่องเที่ยวส่วนกลาง (เช่น อสท. ส่องโลก กินรี ฯ)	
☐ นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	☐ อื่นๆ.....

6. ปัจจัยใด จะเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจ ในการเลือกใช้สื่อโฆษณา เพิ่มขึ้น เมื่อเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย

.....

.....

.....

7. อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกลงโฆษณากับนิตยสารเล่มนั้นๆ

.....

.....

.....

8. ท่านได้รับปัญหาในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว ที่เกิดจากผู้ผลิตสื่อที่ท่านพบหรือเคยพบคืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

9. ปัญหาอื่น ๆ ที่ท่านได้รับในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ที่เกิดจากธุรกิจท่านคืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

ภาคผนวก ก

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวหนึ่งฤทัย เดชคุณมาก
วัน เดือน ปี เกิด	1 ธันวาคม 2526
ภูมิลำเนา	จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2545 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนนวมินทราชูทิศ พายัพ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2549 ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต ภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549-2551 บริษัท นัมเบอร์วัน มีเดีย จำกัด เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2551-2553 บริษัท วี ซี สปอต โปรดักชั่น จำกัด เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

