

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

แบบสอบถาม

งานวิจัย เรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชนภูมิภาคตะวันตกในประเทศไทย”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด
และการสื่อสารการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชนภูมิภาคตะวันตกใน
ประเทศไทย สำหรับนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกิจถ่ายภาพ ทั้งนี้การ
วิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรี
ปทุม ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความจริงและโปรดตอบแบบสอบถาม
ตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้
เป็นความลับขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ด้านหน้าคำตอบที่ท่านต้องการ
2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 - ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการธุรกิจถ่ายภาพ
 - ตอนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการธุรกิจถ่ายภาพ
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดตาก จังหวัดกาญจนบุรี
จังหวัดราชบุรี จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เคยใช้บริการธุรกิจ
ถ่ายภาพ

2. ความเป็นเอกลักษณ์ หมายถึง ความแตกต่างของภาพถ่าย และสามารถสื่อถึง
ความเป็นเจ้าของ ของช่างภาพ

ลงชื่อ สุภาพงษ์ สุขขาวนา

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

แยกกันอยู่

อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. อายุ

20 – 25 ปี

26 – 30 ปี

31 – 35 ปี

36 – 40 ปี

41 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา/อาชีวะ

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

ข้าราชการพนักงานของรัฐ/

พนักงานธุรกิจเอกชน

ผู้ประกอบการ

ค้าขาย

นักเรียนนักศึกษา

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 5,000 บาท

5,0001 – 10,000 บาท

10,001 – 15,000 บาท

15,001 – 20,000 บาท

20,000 บาทขึ้นไป

7. ท่านเคยใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพมาแล้วกี่ครั้ง

เคยใช้บริการ 1 ครั้ง

เคยใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง

เคยใช้บริการ 4 – 5 ครั้ง

เคยใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไป

8. หลังจากใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแล้วท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการหรือไม่

แนะนำ

ไม่แนะนำ

9. ท่านเคยใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

งานรับปริญญา

พิธีเวดดิ้ง/งานแต่ง

สินค้าอาหาร/

งานบวช

งานสถาปนกิจศพ

อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชน
ในภูมิภาคตะวันตกในประเทศไทย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีรายละเอียดของระดับการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพดังนี้

5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย
และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด

โปรดให้คะแนนความคิดเห็นของท่านในตารางดังต่อไปนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
1. ความสวยงามของภาพถ่าย					
2. ความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้อื่นของภาพถ่าย					
3. การสื่อความหมายของภาพถ่าย					
4. ความคมชัดของภาพถ่าย					
5. จำนวนภาพที่ได้ต่อ Package					
ด้านราคาต่อวันที่เลือกบริการ (Price) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
6. ราคาน้อยกว่า 2,000 บาท					
7. ราคา 2,001 – 5,000 บาท					
8. ราคา 5,001 – 8,000 บาท					
9. ราคา 8,001 – 11,000 บาท					
10. ราคามากกว่า 11,000 บาท					
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
11. ช่องทางการติดต่อทางโทรศัพท์					
12. ช่องทางการติดต่อผ่าน Line					
13. ช่องทางการติดต่อผ่าน Facebook					
14. ช่องทางการติดต่อผ่าน Email					
15. ช่องทางการติดต่อผ่าน Website/Blog					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
16. โปรโมชันลดราคา					
17. โปรโมชันเพิ่มเติมล้างอัดรูปไม่เสียค่าใช้จ่าย					
18. โปรโมชันอัดกรอบรูปขนาดใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่าย					
19. โปรโมชันตัดต่อศิลป์วิดีโอสั้นๆไม่เสียค่าใช้จ่าย					
20. โปรโมชันบริการช่างแต่งหน้าไม่เสียค่าใช้จ่าย					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
21. ความสะดวกสบายในการติดต่อใช้บริการ					
22. การรับประกันการได้รับภาพถ่าย					
23. ความรวดเร็วในการส่งงาน					
24. บริการถ่ายภาพได้ตรงความต้องการของลูกค้า					
25. มีอุปกรณ์ประกอบฉากในการถ่ายภาพ (Prop)					
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
26. ช่างภาพมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ					
27. ช่างภาพมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายภาพ					
28. ช่างภาพมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า					
29. ช่างภาพช่วยออกแบบท่าโพสในการถ่ายภาพ					
30. ช่างภาพอธยาศัยดีเป็นกันเอง					
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
31. ความหลากหลายของเลนส์ถ่ายภาพ					
32. ความทันสมัยของกล้อง					
33. แสดงจำนวนรายชื่อผู้ที่เคยใช้บริการ					
34. แสดงรายละเอียดในการให้บริการที่ครบถ้วน					
35. แสดงคุณภาพของผลงานภาพถ่าย					

ตอนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชนในภูมิภาคตะวันตกในประเทศไทย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีรายละเอียดของระดับการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพดังนี้

5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด

โปรดให้คะแนนความคิดเห็นของท่านในตารางดังต่อไปนี้

การสื่อสารการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
การโฆษณา (Advertising) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
1. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา					
2. โฆษณาบน Instagram					
3. นิตยสารถ่ายภาพ					
4. Google Ad.					
5. Facebook Ads					
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
6. ภาพลักษณ์ที่หรูหรา					
7. ธุรกิจถ่ายภาพที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคม					
8. การจัดอบรมให้ความรู้					
9. บทความทางบนสื่อออนไลน์					
10. นิทรรศการภาพถ่าย					
การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
11. แพ็คเกจลดราคา					
12. ของสมนาคุณ					
13. บริการเสริมหลังการขาย เช่นบริการอัดภาพจำนวน 100 รูป ราคาพิเศษ					
14. โปรโมชั่นถ่ายภาพพร้อมช่างแต่งหน้า					

การสื่อสารการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
15. โปรโมชันถ่ายภาพนอกสถานที่					
การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
16. บริการด้วยความเป็นมิตร					
17. มีรูปร่าง หน้าตาดี					
18. ให้คำปรึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการด้วยความเต็มใจ					
19. มีความเอาใจใส่ระหว่างให้บริการ					
20. ตอบคำถามผ่านช่องทางสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์รวดเร็ว					
เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Internet) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
21. มีช่องทางการติดต่อที่หลากหลายเพื่อความสะดวก					
22. มีช่องทางการติดต่อที่รวดเร็ว					
23. สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย					
24. สามารถเปรียบเทียบราคาต่างๆ ได้ง่าย					
25. สามารถตรวจสอบตารางงานนัดการให้บริการได้					
การตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
26. มี Feedback ในทางบวก					
27. เพื่อน หรือคนในครอบครัวแนะนำผ่านสื่อออนไลน์					
28. มีการแนะนำจาก Blogger ที่มีชื่อเสียง					
29. วิดีโอที่แชร์กันผ่านทาง Facebook					
30. การแชร์ภาพถ่ายจากผู้ที่เคยใช้บริการ					
การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
31. ผู้ประสานงานขายตรง					
32. ผ่านทางโทรศัพท์					
33. ผ่านทาง E-mail					
34. ผ่านทาง Facebook					

การสื่อสารการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
35. ผ่านทาง Line					
การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
36. กิจกรรมประกวดภาพถ่าย					
37. การเปิดตัวบริการของธุรกิจถ่ายภาพในสถานที่ต่างๆ					
38. การเข้าร่วมกับนิทรรศการถ่ายภาพ					
39. การออกบูทในงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจถ่ายภาพที่มีข้อมูลที่ช่วยให้ตัดสินใจเลือก					
40. การร่วมมือถ่ายภาพในงานสำคัญโดยไม่คิดค่าบริการ					
การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน					
41. แพคเกจจิ้งที่มีความสวยงาม					
42. แพคเกจจิ้งที่มีการใช้เทคนิคพิเศษในการแต่งภาพ					
43. แพคเกจจิ้งที่ใช้เทคนิคที่แปลก และแตกต่างจากผู้อื่นในการแต่งภาพ					
44. แพคเกจจิ้งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
45. แพคเกจจิ้งมีรายละเอียดช่องทางการติดต่อชัดเจน					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดเพื่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพ

ส่วนประสมทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

การสื่อสารการตลาด

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Sripatum University

ที่ ศนท 0103/69

6 กุมภาพันธ์ 2560

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นวิทยากรควบคุมตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ไวฑูรย์ วุฒิสรรคสาร
หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีทางภาพและเสียง
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสัปดาห์เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์
2. แบบสอบถาม

ด้วย นายสุกตพงษ์ สุขชานา รหัสนักศึกษา 58501525 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 3 หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ส่วนประสมทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชนภูมิภาคตะวันตกในประเทศไทย" (The factor of marketing mix and marketing communication are effect to Thai western people decision in the way of choosing photography business services) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลป์ภิรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย อีกเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ธนชาติ จินทร์เวโรจน์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ผู้สื กณินภษา

เชียวหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

โทร 0-2579-1111 ต่อ 3032,3033

มือถือ 089-0832831



มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Sripatum University

พ.ศ. ๐๑๐๓/๖๙

6 กุมภาพันธ์ 2560

เรื่อง ขอยื่นขอเป็นวิทยากรควบคุมตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร. สราศชัย กิตติยานันท์

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหามบัณฑิต MBA มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย : 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์

2. แบบสอบถาม

ด้วย นายสุภพงษ์ สุขชวามา รหัสนักศึกษา 58501525 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 3 หลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ส่วนประสมทางการตลาดและการสื่อสาร
การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของประชาชนภูมิภาคตะวันตกในประเทศไทย" (The factor of
marketing mix and marketing communication are effect to Thai western people decision in the way of choosing
photography business services) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ภายใต้
การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา นิสิตปัทมิกย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณี คณะกรรมการบริหาร
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ขอขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรผู้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นวิทยากรควบคุมตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย จักเป็นพระคุณยิ่ง และ
ขอขอบคุณ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ธนชาติ จันทร์เวโรจน์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ผู้ส่ดี กฤษณ์ภร

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

โทร 0-2579-1111 ต่อ 3032, 3033

มือถือ 089-0832831

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุคย์ กรุงเทพฯ 10500
โทร 0-2579-1111 โทรสาร 0-2579-1112 โทรสาร 0-2579-1113
โทร 0-2579-1114 โทร 0-2579-1115 โทร 0-2579-1116 โทร 0-2579-1117
โทร 0-2579-1118 โทร 0-2579-1119 โทร 0-2579-1120 โทร 0-2579-1121
โทร 0-2579-1122 โทร 0-2579-1123 โทร 0-2579-1124 โทร 0-2579-1125
โทร 0-2579-1126 โทร 0-2579-1127 โทร 0-2579-1128 โทร 0-2579-1129
โทร 0-2579-1130 โทร 0-2579-1131 โทร 0-2579-1132 โทร 0-2579-1133
โทร 0-2579-1134 โทร 0-2579-1135 โทร 0-2579-1136 โทร 0-2579-1137
โทร 0-2579-1138 โทร 0-2579-1139 โทร 0-2579-1140 โทร 0-2579-1141
โทร 0-2579-1142 โทร 0-2579-1143 โทร 0-2579-1144 โทร 0-2579-1145
โทร 0-2579-1146 โทร 0-2579-1147 โทร 0-2579-1148 โทร 0-2579-1149
โทร 0-2579-1150 โทร 0-2579-1151 โทร 0-2579-1152 โทร 0-2579-1153
โทร 0-2579-1154 โทร 0-2579-1155 โทร 0-2579-1156 โทร 0-2579-1157
โทร 0-2579-1158 โทร 0-2579-1159 โทร 0-2579-1160 โทร 0-2579-1161
โทร 0-2579-1162 โทร 0-2579-1163 โทร 0-2579-1164 โทร 0-2579-1165
โทร 0-2579-1166 โทร 0-2579-1167 โทร 0-2579-1168 โทร 0-2579-1169
โทร 0-2579-1170 โทร 0-2579-1171 โทร 0-2579-1172 โทร 0-2579-1173
โทร 0-2579-1174 โทร 0-2579-1175 โทร 0-2579-1176 โทร 0-2579-1177
โทร 0-2579-1178 โทร 0-2579-1179 โทร 0-2579-1180 โทร 0-2579-1181
โทร 0-2579-1182 โทร 0-2579-1183 โทร 0-2579-1184 โทร 0-2579-1185
โทร 0-2579-1186 โทร 0-2579-1187 โทร 0-2579-1188 โทร 0-2579-1189
โทร 0-2579-1190 โทร 0-2579-1191 โทร 0-2579-1192 โทร 0-2579-1193
โทร 0-2579-1194 โทร 0-2579-1195 โทร 0-2579-1196 โทร 0-2579-1197
โทร 0-2579-1198 โทร 0-2579-1199 โทร 0-2579-1200

โทร 0-2579-1111 โทร 0-2579-1112 โทร 0-2579-1121
โทร 0-2579-1122 โทร 0-2579-1123 โทร 0-2579-1124
โทร 0-2579-1125 โทร 0-2579-1126 โทร 0-2579-1127
โทร 0-2579-1128 โทร 0-2579-1129 โทร 0-2579-1130
โทร 0-2579-1131 โทร 0-2579-1132 โทร 0-2579-1133
โทร 0-2579-1134 โทร 0-2579-1135 โทร 0-2579-1136
โทร 0-2579-1137 โทร 0-2579-1138 โทร 0-2579-1139
โทร 0-2579-1140 โทร 0-2579-1141 โทร 0-2579-1142
โทร 0-2579-1143 โทร 0-2579-1144 โทร 0-2579-1145
โทร 0-2579-1146 โทร 0-2579-1147 โทร 0-2579-1148
โทร 0-2579-1149 โทร 0-2579-1150 โทร 0-2579-1151
โทร 0-2579-1152 โทร 0-2579-1153 โทร 0-2579-1154
โทร 0-2579-1155 โทร 0-2579-1156 โทร 0-2579-1157
โทร 0-2579-1158 โทร 0-2579-1159 โทร 0-2579-1160
โทร 0-2579-1161 โทร 0-2579-1162 โทร 0-2579-1163
โทร 0-2579-1164 โทร 0-2579-1165 โทร 0-2579-1166
โทร 0-2579-1167 โทร 0-2579-1168 โทร 0-2579-1169
โทร 0-2579-1170 โทร 0-2579-1171 โทร 0-2579-1172
โทร 0-2579-1173 โทร 0-2579-1174 โทร 0-2579-1175
โทร 0-2579-1176 โทร 0-2579-1177 โทร 0-2579-1178
โทร 0-2579-1179 โทร 0-2579-1180 โทร 0-2579-1181
โทร 0-2579-1182 โทร 0-2579-1183 โทร 0-2579-1184
โทร 0-2579-1185 โทร 0-2579-1186 โทร 0-2579-1187
โทร 0-2579-1188 โทร 0-2579-1189 โทร 0-2579-1190
โทร 0-2579-1191 โทร 0-2579-1192 โทร 0-2579-1193
โทร 0-2579-1194 โทร 0-2579-1195 โทร 0-2579-1196
โทร 0-2579-1197 โทร 0-2579-1198 โทร 0-2579-1199

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุคย์ กรุงเทพฯ 10500
โทร 0-2579-1111 โทรสาร 0-2579-1112 โทรสาร 0-2579-1113
โทร 0-2579-1114 โทร 0-2579-1115 โทร 0-2579-1116 โทร 0-2579-1117
โทร 0-2579-1118 โทร 0-2579-1119 โทร 0-2579-1120 โทร 0-2579-1121
โทร 0-2579-1122 โทร 0-2579-1123 โทร 0-2579-1124 โทร 0-2579-1125
โทร 0-2579-1126 โทร 0-2579-1127 โทร 0-2579-1128 โทร 0-2579-1129
โทร 0-2579-1130 โทร 0-2579-1131 โทร 0-2579-1132 โทร 0-2579-1133
โทร 0-2579-1134 โทร 0-2579-1135 โทร 0-2579-1136 โทร 0-2579-1137
โทร 0-2579-1138 โทร 0-2579-1139 โทร 0-2579-1140 โทร 0-2579-1141
โทร 0-2579-1142 โทร 0-2579-1143 โทร 0-2579-1144 โทร 0-2579-1145
โทร 0-2579-1146 โทร 0-2579-1147 โทร 0-2579-1148 โทร 0-2579-1149
โทร 0-2579-1150 โทร 0-2579-1151 โทร 0-2579-1152 โทร 0-2579-1153
โทร 0-2579-1154 โทร 0-2579-1155 โทร 0-2579-1156 โทร 0-2579-1157
โทร 0-2579-1158 โทร 0-2579-1159 โทร 0-2579-1160 โทร 0-2579-1161
โทร 0-2579-1162 โทร 0-2579-1163 โทร 0-2579-1164 โทร 0-2579-1165
โทร 0-2579-1166 โทร 0-2579-1167 โทร 0-2579-1168 โทร 0-2579-1169
โทร 0-2579-1170 โทร 0-2579-1171 โทร 0-2579-1172 โทร 0-2579-1173
โทร 0-2579-1174 โทร 0-2579-1175 โทร 0-2579-1176 โทร 0-2579-1177
โทร 0-2579-1178 โทร 0-2579-1179 โทร 0-2579-1180 โทร 0-2579-1181
โทร 0-2579-1182 โทร 0-2579-1183 โทร 0-2579-1184 โทร 0-2579-1185
โทร 0-2579-1186 โทร 0-2579-1187 โทร 0-2579-1188 โทร 0-2579-1189
โทร 0-2579-1190 โทร 0-2579-1191 โทร 0-2579-1192 โทร 0-2579-1193
โทร 0-2579-1194 โทร 0-2579-1195 โทร 0-2579-1196 โทร 0-2579-1197
โทร 0-2579-1198 โทร 0-2579-1199

ภาคผนวก ค

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แสดงตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	IOC	สรุปผล
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		
1. ความสวยงามของภาพถ่าย	1.00	ผ่าน
2. ความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้อื่นของภาพถ่าย	1.00	ผ่าน
3. การสื่อความหมายของภาพถ่าย	1.00	ผ่าน
4. ความคมชัดของภาพถ่าย	0.67	ผ่าน
5. จำนวนภาพที่ได้ต่อ Package	0.67	ผ่าน
ด้านราคาต่อวันที่เลือกบริการ (Price)		
6. ราคาน้อยกว่า 2,000 บาท	0.67	ผ่าน
7. ราคา 2,001 – 5,000 บาท	0.67	ผ่าน
8. ราคา 5,001 – 8,000 บาท	0.67	ผ่าน
9. ราคา 8,001 – 11,000 บาท	0.67	ผ่าน
10. ราคามากกว่า 11,000 บาท	0.67	ผ่าน
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)		
11. ช่องทางการติดต่อทางโทรศัพท์	0.67	ผ่าน
12. ช่องทางการติดต่อผ่าน Line	0.67	ผ่าน
13. ช่องทางการติดต่อผ่าน Facebook	1.00	ผ่าน
14. ช่องทางการติดต่อผ่าน Email	1.00	ผ่าน
15. ช่องทางการติดต่อผ่าน Website/Blog	0.67	ผ่าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)		
16. โปรโมชั่นลดราคา	1.00	ผ่าน
17. โปรโมชั่นเพิ่มเติมล้างอัดรูปไม่เสียค่าใช้จ่าย	1.00	ผ่าน
18. โปรโมชั่นอัดกรอบรูปขนาดใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่าย	1.00	ผ่าน
19. โปรโมชั่นตัดต่อคลิปวิดีโอสั้นๆไม่เสียค่าใช้จ่าย	1.00	ผ่าน
20. โปรโมชั่นบริการช่างแต่งหน้าไม่เสียค่าใช้จ่าย	1.00	ผ่าน
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)		
21. ความสะดวกสบายในการติดต่อใช้บริการ	1.00	ผ่าน
22. การรับประกันการได้รับภาพถ่าย	0.00	ไม่ผ่าน

ส่วนประสมทางการตลาด	IOC	สรุปผล
23. ความรวดเร็วในการส่งงาน	0.00	ไม่ผ่าน
24. บริการถ่ายภาพได้ตรงความต้องการของลูกค้า	1.00	ผ่าน
25. มีอุปกรณ์ประกอบฉากในการถ่ายภาพ (Prop)	0.33	ไม่ผ่าน
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)		
26. ช่างภาพมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ	1.00	ผ่าน
27. ช่างภาพมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายภาพ	1.00	ผ่าน
28. ช่างภาพมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า	1.00	ผ่าน
29. ช่างภาพช่วยออกแบบท่าโพสในการถ่ายภาพ	0.67	ผ่าน
30. ช่างภาพอริยาไคยดีเป็นกันเอง	1.00	ผ่าน
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน		
31. ความหลากหลายของเลนส์ถ่ายภาพ	1.00	ผ่าน
32. ความทันสมัยของกล้อง	0.33	ไม่ผ่าน
33. แสดงจำนวนรายชื่อผู้ที่เคยใช้บริการ	1.00	ผ่าน
34. แสดงรายละเอียดในการให้บริการที่ครบถ้วน	1.00	ผ่าน
35. แสดงคุณภาพของผลงานภาพถ่าย	0.33	ไม่ผ่าน

ตารางที่ 3.3 แสดงตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาด	IOC	สรุปผล
การโฆษณา (Advertising)		
1. ป้ายโปสเตอร์โฆษณา	1.00	ผ่าน
2. โฆษณaban Instagram	0.33	ไม่ผ่าน
3. นิตยสารถ่ายภาพ	1.00	ผ่าน
4. Google Ad.	0.67	ผ่าน
5. Facebook Ads	1.00	ผ่าน
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)		
6. ภาพลักษณ์ที่หรูหรา	0.33	ไม่ผ่าน

การสื่อสารการตลาด	IOC	สรุปผล
7. ธุรกิจถ่ายภาพที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคม	0.33	ไม่ผ่าน
8. การจัดอบรมให้ความรู้	0.33	ไม่ผ่าน
9. บทความทางบนสื่อออนไลน์	0.33	ไม่ผ่าน
10. นิทรรศการภาพถ่าย	0.67	ผ่าน
การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)		
11. แพ็คเกจลดราคา	1.00	ผ่าน
12. ของสมนาคุณ	1.00	ผ่าน
13. บริการเสริมหลังการขาย เช่นบริการอัดภาพจำนวน 100 รูป ราคาพิเศษ	1.00	ผ่าน
14. โปรโมชั่นถ่ายภาพพร้อมช่างแต่งหน้า	1.00	ผ่าน
15. โปรโมชั่นถ่ายภาพนอกสถานที่	1.00	ผ่าน
การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)		
16. บริการด้วยความเป็นมิตร	1.00	ผ่าน
17. มีรูปร่าง หน้าตาดี	0.67	ผ่าน
18. ให้คำปรึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการด้วยความเต็มใจ	1.00	ผ่าน
19. มีความเอาใจใส่ระหว่างให้บริการ	0.33	ไม่ผ่าน
20. ตอบคำถามผ่านช่องทางสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์รวดเร็ว	1.00	ผ่าน
เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Internet)		
21. มีช่องทางการติดต่อที่หลากหลายเพื่อความสะดวก	1.00	ผ่าน
22. มีช่องทางการติดต่อที่รวดเร็ว	1.00	ผ่าน
23. สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย	1.00	ผ่าน
24. สามารถเปรียบเทียบราคาต่างๆ ได้ง่าย	0.33	ไม่ผ่าน
25. สามารถตรวจสอบตารางงานนัดการให้บริการได้	1.00	ผ่าน
การตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing)		
26. มี Feedback ในทางบวก	1.00	ผ่าน
27. เพื่อน หรือคนในครอบครัวแนะนำผ่านสื่อออนไลน์	1.00	ผ่าน
28. มีการแนะนำจาก Blogger ที่มีชื่อเสียง	1.00	ผ่าน
29. วิดีโอที่แชร์กันผ่านทาง Facebook	1.00	ผ่าน

การสื่อสารการตลาด	IOC	สรุปผล
30. การแชร์ภาพถ่ายจากผู้ที่เคยใช้บริการ	1.00	ผ่าน
การตลาดทางตรง (Direct Marketing)		
31. ผู้ประสานงานขายตรง	1.00	ผ่าน
32. ผ่านทางโทรศัพท์	1.00	ผ่าน
33. ผ่านทาง E-mail	1.00	ผ่าน
34. ผ่านทาง Facebook	1.00	ผ่าน
35. ผ่านทาง Line	1.00	ผ่าน
การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน		
36. กิจกรรมประกวดภาพถ่าย	0.67	ผ่าน
37. การเปิดตัวบริการของธุรกิจถ่ายภาพในสถานที่ต่างๆ	1.00	ผ่าน
38. การเข้าร่วมกับนิทรรศการถ่ายภาพ	1.00	ผ่าน
39. การออกบูทในงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจถ่ายภาพที่มีข้อมูลที่ช่วยให้ตัดสินใจเลือก	0.33	ไม่ผ่าน
40. การร่วมมือถ่ายภาพในงานสำคัญโดยไม่คิดค่าบริการ	1.00	ผ่าน
การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพของท่าน		
41. แพคเกจจิ้งที่มีความสวยงาม	1.00	ผ่าน
42. แพคเกจจิ้งที่มีการใช้เทคนิคพิเศษในการแต่งภาพ	1.00	ผ่าน
43. แพคเกจจิ้งที่ใช้เทคนิคที่แปลก และแตกต่างจากผู้อื่นในการแต่งภาพ	1.00	ผ่าน
44. แพคเกจจิ้งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	1.00	ผ่าน
45. แพคเกจจิ้งมีรายละเอียดช่องทางการติดต่อชัดเจน	1.00	ผ่าน