

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรรณิการ์ ชัยกิตติภรณ์. ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2550.
- กัญญารัตน์ อึ้งสกุล. การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ตราสินค้า และประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดของ DTAC. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- กันตสวรรค์ มิ่งเมือง. การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อเอกลักษณ์ตราสินค้าของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- กาญจนา เลิศลาภวาทิน. การวางตำแหน่งตราสินค้ากาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มและการรับรู้ของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- เดือนใจ จวบสมัย. ภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติจากการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสหประชาชาติ การรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ต่อองค์การสหประชาชาติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2547 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : Style Creative House, 2547.
- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2548 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : Style Creative House, 2548.
- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2549 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : Style Creative House, 2549.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2540.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2526.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- มณฑิชา วงศ์น่าน. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราयीี่ห้อของบริษัท พีแอนด์จี. วิทยานิพนธ์

- ปริญญาamahบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไป กับการเปิดรับสื่อวารสารสนเทศของเด็กและเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต ภาควิชาการวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วันทนา จิรธนา. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วิชัย คณารักษ์สมบัติ. การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ไทยอัลติเมทคาร์ จำกัด : ศึกษาเฉพาะกรณีรถยนต์ในกลุ่มโรเวอร์. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน 8,3 (ก.ย.- ธ.ค. 2545) : 65-74.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. (ม.ป.ท.), 2543.
- วิภาวรรณ ทองเพชร. ภาพลักษณ์กองทัพอากาศในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วิรัช ภิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- รุ่งฤดี บุญมี. การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท ซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด ในทัศนะของนิสิตนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- สุนารี ประสานเสริมส่ง. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซิน สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- สุภารัตน์ ม่วงศิริ. การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ ของโรงเรียนอนุบาลสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาamahบัณฑิต ภาคศึกษานโยบาย

การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2547.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. สื่อสารการตลาด ส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับความสำเร็จ. กรุงเทพฯ :  
Diamond in Business World, 2540.

แสงเดือน ทวีสิน. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยเสียง, 2545.

อรวรรณ บัณฑิตกุล. S&P ผนึกกำลังสร้าง Brand. ผู้จัดการ 19, 216 (กันยายน 2544) : 64-71.

### ภาษาอังกฤษ

Arens, William F. Contemporary Advertising. 7<sup>th</sup> ed. USA : Irwin McGraw-Hill, 1999.

Belch, George E., Belch, Micheal A. Advertising and Promotion : An Integrated  
Marketing Communications Perspective. 5<sup>th</sup> ed. Boston, MA : McGraw-Hill,  
2001.

Berlo, David K. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice.  
New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Boorstin, Daniel J. The Image : A Guide to Pseudo-Events in America. New York :  
Atheneum, 1973.

Broom, Glen M., David M, Dozier. Using Research in Public Relations : Applications to  
Program Management. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1990.

Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M. Effective Public Relations. 8<sup>th</sup> ed.  
Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1978.

Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. Consumer Behavior. 8<sup>th</sup> ed. Fort  
Worth : Dryden Press, 1995.

Harris, Thomas L. Value-Added Public Relations : The Secret Weapon of Integrated  
Marketing. Lincolnwood, Ill : NTC Business Books, 1998.

Ind, Nicholas. The Corporate Brand. Houndmills, Basingstoke, Hampshire : Macmillan  
Press, 1997.

Jefkins, Frank. Planned Press and Public Relations. London : International Textbook,  
1997.

- Jefkins, Frank. Introduction to Marketing, Advertising and Public Relations. London : Macmillan, 1982.
- Kitchen, Phillip J. Marketing Communications : Principles and Practice. London : International Thomson Business Press, 1999.
- Kotler, Phillip. Marketing. 4<sup>th</sup> ed. Sydney : Prentice-Hall, 1998.
- Schultz, Don E., Kitchen, Phillip J. Communicating Globally : An Integrated Marketing Approach. Lincolnwood, Ill : NTC Business Books, 2000.
- Shimp, Terence A. Advertising Promotion & Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications. 5<sup>th</sup> ed. Fort Worth, TX : Dryden Press, 2000.
- Wilcox, Dennis L., Ault, Phillip H., and Agee, Warren K. Public Relations : Strategies and Tactics. 4<sup>th</sup> ed. New York : Harper Collins College Publishers, 1995.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

**แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth Interview)**

เรื่อง “ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ และภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัท เอสแอนด์พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)”

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth Interview) กับบุคลากรของบริษัท S&Pที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในกระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท S&P โดยแบ่งส่วนคำถามออกเป็น 2 ส่วน

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล, บริษัท, ตำแหน่ง, ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง, การศึกษา และขอข่ายความรับผิดชอบ

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับภาพรวมองค์กรและกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบริษัท S&P

- สถานการณ์ทางการตลาดและการแข่งขันของบริษัท S&P ในช่วงปี 2-3 ปีที่ผ่านมา (2547-2549) เป็นอย่างไร
- วิสัยทัศน์หรือวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจขององค์กรรวมทั้งเป้าหมายทางการตลาดเป็นอย่างไร
- บริษัท S&P มีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างไร
- บริษัท S&P กำหนดภาพลักษณ์องค์กร หรือภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบริษัท S&P ไว้ว่าอย่างไร
- บริษัท S&P ใช้ปัจจัยใดเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของบริษัท S&P ว่ามีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสื่อไปถึงภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบริษัท S&P ได้
- กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบริษัท S&P คือใคร
- บริษัท S&P มีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กร อย่างไร

- ขั้นตอนการวิจัย : บริษัท S&P มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยหรือค้นหาข้อมูลก่อนการดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างไร เพื่อกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์นั้น
- ขั้นตอนการวางแผน : บริษัท S&P มีแผนการในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรอย่างไร
- ขั้นตอนการสื่อสาร : บริษัท S&P มีการวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและมีการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรอย่างไร และใช้ช่องทางการสื่อสารและกิจกรรมพิเศษอะไรบ้างในการสื่อสาร ตลอดจนเนื้อหาสารที่น่าเสนอนั้นเป็นอย่างไร
- ขั้นตอนการประเมินผล : บริษัท S&P มีการดำเนินการในขั้นการตรวจสอบผลการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรหรือไม่ ถ้ามี บริษัทมีขั้นตอนการประเมินผลอย่างไร และได้ผลว่าอย่างไร



## แบบสอบถามสำหรับการคัดเลือกผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาค  
 วิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาการรับรู้  
 ทศนคติ และภาพลักษณ์ของบริษัท S&P จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็น  
 จริงเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยต่อไป

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้ด้วย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โปรดระบุคำตอบโดยเติมคำลงในช่องว่าง หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. คุณเคยซื้อผลิตภัณฑ์ หรือรับบริการจาก S&P หรือไม่

ไม่เคย (ปิดการสัมภาษณ์)

เคย (ระบุผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ซื้อ).....

2. คุณเป็นลูกค้าของ S&P มาเป็นระยะเวลาเท่าใด

น้อยกว่า 7 ปี (ปิดการสัมภาษณ์)

7 ปีขึ้นไป

3. ความถี่ในการซื้อสินค้าและบริการของ S&P

น้อยกว่า 8 ครั้ง / เดือน (ปิดการสัมภาษณ์)

8 ครั้งขึ้นไป / เดือน

4. อายุ

ต่ำกว่า 35 ปี (ปิดการสัมภาษณ์)

35 – 40 ปี

41 – 45 ปี

46 – 49 ปี

50 ปีขึ้นไป (ปิดการสัมภาษณ์)

5. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส (ถ้ามีบุตร)โปรดระบุ.....

แยกกันอยู่ / หย่า

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ที่พำนักอาศัยขณะนี้ (ที่อยู่ปัจจุบัน)

กรุงเทพมหานคร

ปริมณฑลและจังหวัดอื่นๆ(ปิดการสัมภาษณ์)



**แบบสัมภาษณ์**

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาการรับรู้ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของบริษัท S&P จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยต่อไป

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้ด้วย

**ส่วนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท S&P**

โปรดระบุคำตอบตามความเป็นจริงโดยเติมคำลงในช่องว่าง

1. คุณเคยทราบหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท S&P ผ่านทางสื่อใดบ้าง และมากน้อยเพียงใด โปรดระบุ

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องหรือกิจกรรมอะไรที่คุณรับรู้เกี่ยวกับบริษัท S&P โปรดระบุ (สามารถอธิบายได้หลายประเภทข้อมูล)

.....

.....

.....

.....

.....

3. กรุณาอธิบายข้อมูลที่คุณรู้เกี่ยวกับบริษัท S&P

3.1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท S&P

.....

.....

.....

3.2. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

.....

.....

.....

3.3. ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของบริษัท S&P

.....

.....

.....

3.4. ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท S&P

.....

.....

.....

3.5. อื่นๆ.....

.....

.....

**ส่วนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับบริษัท S&P**

โปรดระบุคำตอบตามความเป็นจริงโดยเติมคำลงในช่องว่าง

4. คุณมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสื่อต่างๆ ที่บริษัท S&P นำมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท S&P อธิบาย

4.1. สื่อบรรจภัณฑ์

.....

.....

4.2. สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ, โปสเตอร์, โบปลิว)

.....

.....

4.3. สื่อเว็บไซต์ของบริษัท S&P

.....

.....

4.4. สื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและโทรทัศน์

.....

.....

5. กรุณาอธิบายความคิดเห็นหรือความรู้สึกของคุณที่มีต่อบริษัท S&P ว่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. กรุณาอธิบายความรู้สึกที่คุณมีต่อสิ่งเหล่านี้ ว่าเป็นอย่างไร

6.1. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของ S&P

.....

.....

.....

6.2. บริการของร้านขายปลีกและร้านอาหารของ S&P

.....

.....

.....

6.3. การปฏิบัติงานของพนักงาน S&P ทั้งในส่วนร้านอาหาร และสำนักงาน

.....

.....

.....

#### ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อบริษัท S&P

โปรดระบุคำตอบตามความเป็นจริงโดยเติมคำลงในช่องว่าง

7. คุณนึกถึงสิ่งใดเมื่อกล่าวถึงบริษัท S&P

.....

.....

.....

.....

.....

8. คุณคิดว่าบริษัท S&P มีลักษณะพิเศษที่โดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่ง (บริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกับ S&P) อย่างไร

8.1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (เช่น รสชาติ, คุณภาพ, ความสวยงาม ฯลฯ)

.....

.....

.....

8.2. ด้านการบริการ

.....

.....

.....

8.3. ด้านอื่นๆ .....

.....

.....

9. คุณมีความคิดเห็นหรือความรู้สึกอย่างไรต่อคำขวัญของบริษัท S&P ที่ว่า "ผู้ให้บริการชั้นยอด ผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยม" (Super Service & Premium Products)

.....

.....

.....

.....

.....

10. กรุณาให้คำจำกัดความสั้นๆ ที่ใช้อธิบายบริษัท S&P ในใจคุณว่าเป็นอะไร

.....

.....

.....

.....

.....

### แบบสอบถาม

เรื่อง "ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ และภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัท เอสแอนด์พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)"

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อวัดระดับการรับรู้ทัศนคติ และภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท S&P ในสายตาผู้บริโภค จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยแบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน และผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะถูกนำไปใช้เพื่อประมวลผลการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้ด้วย

#### **ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากร**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ตรงหัวข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงหัวข้อเดียว

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 18 - 24 ปี

2. 25 - 33 ปี

3. 34 - 39 ปี

4. 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

2. อนุปริญญา / ปวส.

3.ปริญญาตรี

4.ปริญญาโท

5.ปริญญาเอก

4. อาชีพ

1. นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

5. รับจ้างทั่วไป

2. ข้าราชการ / พนักงาน / รัฐวิสาหกิจ

6. แม่บ้าน

3. พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน

7. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

4. ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว

## 5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
2. 5,001 – 10,000 บาท
3. 10,001 – 15,000 บาท
4. 15,001 – 20,000 บาท
5. 20,001 – 25,000 บาท
6. 25,001 – 30,000 บาท
7. 30,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท S&P**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านที่สุด

## 6. ท่านเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้เกี่ยวกับบริษัท S&amp;P มากน้อยเพียงใด

ประเภทข่าวสารที่รับรู้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับรู้เลย
1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท S&P						
2. ประเภทธุรกิจของบริษัท S&P						
3. ผลิตภัณฑ์ที่บริษัท S&P ผลิต						
4. การรับรองคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการของบริษัท S&P						
5. สโลแกนของบริษัท S&P "ผู้ให้บริการชั้นยอด ผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยม" (Super Service & Premium Products)						
6. กิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ที่บริษัท S&P ดำเนินการ						
7. คุณภาพวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์อาหาร S&P						
8. คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหาร S&P						
9. เกียรติคุณที่บริษัท S&P และผู้บริหารของ S&P ได้รับ						
10. ข้อมูลด้านการบริการของ S&P และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของบริษัท S&P (เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่, งานจัดแสดงสินค้า เป็นต้น)						



7. ท่านเคยรับทราบข้อมูลข่าวสารข้างต้นเกี่ยวกับบริษัท S&P ผ่านสื่อเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับเลย
1. โทรทัศน์						
2. หนังสือพิมพ์						
3. นิตยสาร / วารสาร						
4. แผ่นพับ / โบปลิขของบริษัท S&P						
5. โปสเตอร์ / Billboard / แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ						
6. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ S&P						
7. เว็บไซต์ของบริษัท S&P (www.sandp.co.th, www.snpfood.com ฯลฯ)						
8. กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดต่างๆ ของบริษัท S&P ( อาทิ การเปิดบรูณแนะนำสินค้า, งานแถลงข่าวเปิดตัวสินค้าใหม่, การเปิดบริษัทให้เยี่ยมชมขั้นตอนการผลิต เป็นต้น)และกิจกรรมเพื่อสังคม						

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อบริษัท S&P

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านที่สุด

8. ท่านมีทัศนคติต่อบริษัท S&P อย่างไร

ทัศนคติที่มีต่อบริษัท S&P	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. ท่านรู้สึกว่าเป็นบริษัท ผลิตภัณฑอาหารที่มีคุณภาพ					
2. ท่านรู้สึกว่าร้านอาหารของ S&P มีการให้บริการที่อบอุ่น เป็นกันเอง					
3.ท่านรู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑอาหารของ S&P ผ่านการผลิตที่สะอาด มีอนามัย					

ทัศนคติที่มีต่อบริษัท S&P	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
4.ท่านรู้สึกชอบการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ S&P					
5.ท่านรู้สึกว่าบรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์ S&P มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ชวนให้จดจำ					
6.ท่านรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์อาหารของ S&P มีความทันสมัย					
7.ท่านรู้สึกชอบกิจกรรมเพื่อสังคมที่ บริษัท S&P ดำเนินการ					
8.ท่านรู้สึกว่าบริการและพนักงาน ภายในร้านอาหาร S&P ให้บริการที่ สุภาพ					
9.ท่านรู้สึกว่าบริการภายในร้านอาหาร S&P มีการแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย					
10.ท่านรู้สึกชอบชุด Uniform ของ บริการภายในร้านอาหาร S&P					
11.ท่านรู้สึกว่าพนักงานของบริษัท S&P มีความเชี่ยวชาญในการ ปฏิบัติงาน					
12.ท่านรู้สึกอบอุ่นเมื่อได้เข้ามาใช้ บริการในร้านอาหารของ S&P					
13.ท่านรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์และบริการ ของบริษัท S&P มีราคาที่ยุติธรรม					

#### ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อบริษัท S&P

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านที่สุด

9. ท่านมีภาพลักษณ์ต่อบริษัท S&P อย่างไร

ภาพลักษณ์ที่มีต่อบริษัท S&P	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่มีมาตรฐานระดับสากลในการผลิตสินค้าและบริการ					
2.บริษัท S&P เป็นองค์กรแห่งความสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดดเด่น					
3.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่มีความมั่นคงและเจริญก้าวหน้า					
4.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาทั้งสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลา					
5.บริษัท S&P เป็นองค์กรผู้นำในธุรกิจอาหารและเบเกอรี่					
6.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่อบอุ่น					
7.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่ห่วงใยคุณภาพชีวิตผู้บริโภค					
8.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม					
9.บุคลากรของบริษัท S&P ขาดความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน					
10.บริการภายในร้านอาหาร S&P มีมารยาท และการพูดจาที่สุภาพเรียบร้อย					
11.การแต่งกายของบริการภายในร้านอาหาร S&P ดูดี มีระดับ					

ภาพลักษณ์ที่มีต่อบริษัท S&P	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
12.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่ดำเนิน ธุรกิจอย่างไม่โปร่งใส					
13.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่ไม่มีการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
14.บริษัท S&P เป็นองค์กรที่ ให้บริการอย่างเป็นกันเองกับลูกค้า					

...ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม...

ภาคผนวก ข

### สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

#### จดหมายข่าว (Newsletter)



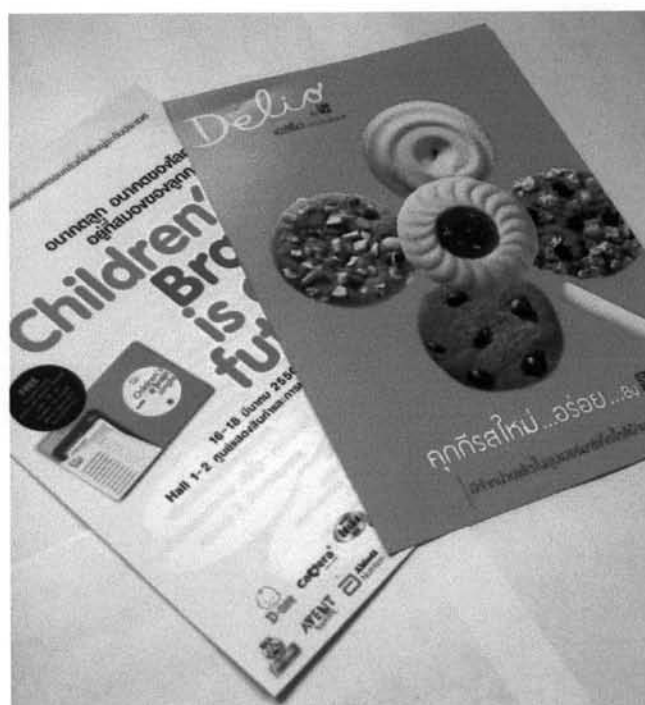
#### แผ่นพับ (Folder) ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของ S&P



แผ่นพับ (Folder) ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในเครือของบริษัท S&P และบริการต่างๆ ของ S&P



ใบปลิว (Leaflet)

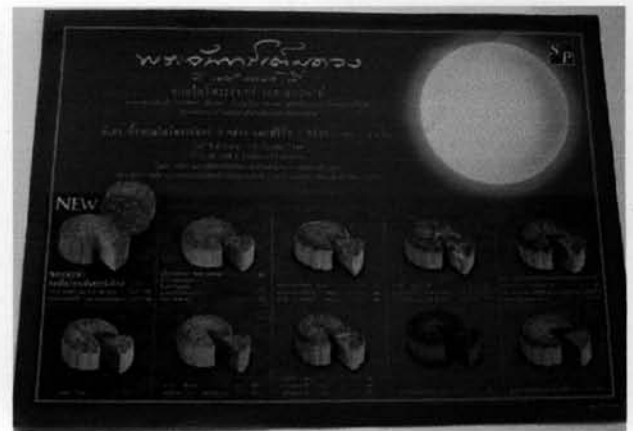




กระดาษรองจาน



กระดาษรองจานเพื่อการประชาสัมพันธ์แคมเปญ "S&P Family Tour"



กระดาษรองจานเพื่อการประชาสัมพันธ์เทศกาลขนมไหว้พระจันทร์ของ S&P



กระดาษรองจานเพื่อการประชาสัมพันธ์แคมเปญ "S&P Happy Season ลุ้นโชคทอง"



กระดาษรองจานเพื่อการแนะนำ และให้ความรู้เรื่องชา และเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชาตรา Blue cup ของ S&P



## กิจกรรมการประชาสัมพันธ์

### ภาพกิจกรรม "S&P Family Day"



(ที่มา : [www.snpfood.com/info/jakkajeeclub.php](http://www.snpfood.com/info/jakkajeeclub.php))

## กิจกรรมเพื่อสังคม

## โครงการ "S&amp;P เต็มรอยยิ้ม...ให้น้อง"



(ที่มา : [www.snpfood.com/info/newandactivities\\_activities.php](http://www.snpfood.com/info/newandactivities_activities.php))

### โครงการ "S&P...Cake A Wish Make A Wish"

เป็นการมอบเค้กจาก S&P ให้มูลนิธิเด็กต่างๆ เป็นประจำทุกปี



(ที่มา : [www.snpfood.com/info/newandactivities\\_activities.php](http://www.snpfood.com/info/newandactivities_activities.php))

## กิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท S&P

### แคมเปญ "S&P Family Tour กรุงเทพฯ-ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ Love me Love my family"



#### Love me love my family

S&P นำคุณสู่โลก เอส แอนด์ พี แฟมิลี่ ทัวร์ พร้อมรับส่วนลดและสิทธิพิเศษอื่นๆ อีกมากมายในรายการ Love me love my family เมื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านครบทุก 300 บาท รับคูปอง Love coupon 1 ใบ เพื่อลุ้นโชค 2 ชั้น โชครันที่ 1 รับส่วนลด 15-20% และสิทธิพิเศษมากมาย โชครันที่ 2 เขียนชื่อ ที่อยู่ ด้านหลัง Love coupon ส่งกลับบัตรฟ้าทองเที่ยว กรุงเทพฯ-ฮ่องกง ดิสนีย์แลนด์ 3 วัน 2 คืน จำนวน 10 รางวัล รางวัลละ 2 ที่นั่ง

พิเศษ สำหรับผู้ถือบัตรสมาชิก S&P รับ Love coupon เพิ่มอีก 2 เท่า เมื่อชำระเงินค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม ภายในร้านครบทุก 300 บาท พร้อมกับบัตรสมาชิก همینวันนี้-31 มีนาคม 2550 ที่ร้าน S&P ที่ร่วมรายการ

(ที่มา : [www.snpfood.com/info/promotionofthemoth.php](http://www.snpfood.com/info/promotionofthemoth.php))

### แคมเปญ "S&P Cool Cool Summer"



พักคลายร้อนกับ S&P ในแคมเปญพิเศษ Cool Cool Summer

เมื่อรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่ม ครบทุก 350 บาท

รับคูปองชิงรางวัลคู่กตัญญู Daddy Cool Bear 1 ใบ ทุกสาขา ทุกสาขา

(ใช้ได้บัตรสมาชิก S&P รับคูปองเพิ่มเป็น 2 เท่า) หรือ

เมื่อรับประทานอาหาร เครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ครบทุก 350 บาท

รับสิทธิ์แลกซื้อคู่กตัญญู Teddy Cool Bear 1 ตัว

ใบราคาพิเศษเพียง 89 บาท มีให้สะสมถึง 8 แบบ

วันนี้ - 31 พฤษภาคม 2550

ที่ร้าน S&P ทุกสาขา

(ที่มา : [www.snpfood.com/info/promotion\\_sandprestarants.php](http://www.snpfood.com/info/promotion_sandprestarants.php))

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกนกพร ชมภูงูท เกิดเมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2527 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง สาขาการประชาสัมพันธ์ จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2547 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548