

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

“คนกรุงคิดซื้อไอเดีรกเมลีในอนาคต 32%” คู่แข่งธุรกิจ (12 - 18 กันยายน 2537) : 50.

คนกรุงยุคใหม่ฮิตสั่งซื้อของทางไปรษณีย์. คู่แข่งธุรกิจ (3 - 9 ตุลาคม 2537) : 43.

แคตตาล็อกไอเดีรกเมลีโตวันโตคืน ครอบอกแบบฉีกแนวหาแรงจูงใจ. ผู้จัดการรายสัปดาห์
(18 - 24 กรกฎาคม 2537) : 19.

จินตนันท์ ศุภมิตร. การสื่อสารโต้ตอบแบบอินเตอร์แอกทีฟ. คู่แข่งธุรกิจ (26 กุมภาพันธ์- 3
มีนาคม 2539) : 26.

โฆษณายุคนี้... มีเดียมจริงหรือ. คู่แข่งธุรกิจ (5-11 มิถุนายน 2538) : 50.

งบโฆษณาผ่านสื่อ. ฐานอาทิตย์วิเคราะห์ (3-9 พฤศจิกายน 2539) : 32.

ชนะ ภวานันท์. อิตถีวิวัฒน์ : รูปแบบจำลองการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสตรี (ภาค 1) คู่แข่ง
รายปักษ์ (ธันวาคม 2539 ปักษ์แรก) : 109 - 114.

Direct marketing. ผู้จัดการรายวัน (3 - 4 กันยายน 2537) : 17.

Direct marketing แจ็งเกิด CITIBANK VISA. ฐานอาทิตย์วิเคราะห์ (7 -13 กรกฎาคม 2539) : 32.

“ไอเดีรกเมลี” ว่อนทั่วกรุง. คู่แข่งธุรกิจ (12 - 18 กันยายน 2537) : 45 - 46.

ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดโลกาภิวัตน์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539

ปัญญา สายน้ำทิพย์. วิสัยทัศน์ตลาดปี 2005. ประชาชาติธุรกิจ (14 - 16 สิงหาคม 2538) :
41,48.

ปรับราคาสื่อปีหน้า “ยิ่งกล้าๆ กลัวๆ”. ฐานอาทิตย์วิเคราะห์ (17-23 พฤศจิกายน 2539) : 32.

พฤติกรรมผู้บริโภค “เฉพาะตัว” มากขึ้น. คู่แข่งธุรกิจ (18 - 24 กันยายน 2538) : 1.

เฟื่องฟ้า อัมพรสถิต. ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโฆษณาทาง
ไปรษณีย์ : ศึกษากรณีผู้ใช้บัตรเครดิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

ฝ่าไลฟ์สไตล์ “คนโสด” เป้าหมายใหญ่การตลาดวันนี้. ฐานเศรษฐกิจ (4-10 ธันวาคม 2537)
: 41,46.

นิชมาร์เก็ต. ฐานอาทิตย์วิเคราะห์ (24 - 30 ธันวาคม 2538) : 29.

นริสา ชะมณี. ทิศทางและการปรับตัวรับศึกโฆษณายุคโลกาภิวัตน์. คู่แข่งรายปักษ์
(มีนาคม 2538 ปักษ์แรก) : 102-105.

นริสา ชะมณี และ อรุสา ชวัลยีน. ไดเร็กมาร์เก็ตติ้ง กลยุทธ์เจาะตลาดนับวันยิ่งมาแรง.
คู่แข่งรายปักษ์ (กรกฎาคม 2538 ปักษ์หลัง) : 81 - 86.

นิตากร ตัณฑลาพุม. การรับรู้และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

มณฑิเยธ วงษ์สง่า. กลยุทธ์พิชิตใจผู้บริโภคทศวรรษหน้าจากมุมมองของ
"ดร.เสรี วงษ์มณฑา" ประชาชาติธุรกิจ (2-4 กุมภาพันธ์ 2538)

มาศูดา ทาชีชีโร. Direct Mall กลยุทธ์การขายด้วยระบบไอดีเร็กแมล์.
แปลโดย อรุณ โรจนสันติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บีบีบี, 2535

วนิดา เมฆเรืองรัมย์. Relationship Marketing ยุทธวิธีผูกใจลูกค้าไว้ตลอดกาล. .
คู่แข่งรายปักษ์ (ตุลาคม 2539 ปักษ์หลัง) : 146-157.

วรัตดา ภัทโรดม. รองกรรมการผู้จัดการ

บริษัท Direct Marketing & Communication. (สัมภาษณ์โดย ธีรพร โยเหลา และ
สิริพร สงบธรรม, ผู้ดำเนินรายการ : รายการ Woman's Voice F.M.102.5). เทคนิคการขาย
ตรง กระตุ้นยอดขายหรือสร้างภาระให้กับไปรษณีย์ (13 กรกฎาคม 2539)

วศิน . ไดเร็กมาร์เก็ตติ้ง. Excellency Magazine (มิถุนายน 2537) : 62 - 64.

สันติ โยนกพันธ์. ขนชั้นกลาง. คู่แข่งธุรกิจ (27 พฤษภาคม - 2 มิถุนายน 2539) : 22.

สร้างฐานข้อมูลให้เอื้อต่อการสื่อสารกับลูกค้า. คู่แข่งรายวัน (19 สิงหาคม 2539) : D5.

เสรี วงษ์มณฑา. ซีธุรกิจโฆษณาปี 2000 ไร้เพด - สื่อสารการตลาดนำ. ผู้จัดการรายวัน
(30 กรกฎาคม 2537).

สุชาติ เห็นสว่าง. ไดเร็กมาร์เก็ตติ้งอาวุธที่จำเป็น. ประชาชาติธุรกิจ (7-10 กันยายน 2538)
: 41,46.

อัลวิน ทอฟฟเลอร์. คลื่นลูกที่สาม. พิมพ์ครั้งที่ 2. แปลโดย จิตติลักษณ์ แสงอุไร,
ยุบล เบญจรงค์กิจ, วิภา อุตมฉันท และสุกัญญา ตีระวนิช. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ Global Brain , 2533 .

อิสรินทร์ แสงมณี. ไดเร็กมาร์เก็ตติ้ง แนวรบประจัญบาน. ประชาชาติธุรกิจ
(27-30 กรกฎาคม) : 39.

ภาษาอังกฤษ

- Akaah, P. Ishmael. and Korgaonkar, K. Pradeep. A Conjoint Investigation of the Relative Importance of Risk Relievers in Direct Marketing. Journal of Advertising Research. (August / September 1988) : 38 - 44.
- Bird, Drayton. Commonsense Direct Marketing. 2nd ed. , 3rd ed. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1989,1993.
- Bondenberg, M. Thomas. and Roberts, Lou. Mary. Integrating Marketing Research into the Direct - Marketing Testing Process : The Marketing Research Test. Journal of Advertising Research. (October / November 1990) : 50 - 60.
- Direct Marketing Tapping Directly into Thailand's Middle Class. Thailand Monitor. (October 1994) : 88 - 89.
- Jones, K. Susan. Creative Strategy in Direct Marketing. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1991.
- Katzenstein, Herbert. and Sachs, S. William. Direct Marketing. 2nd ed. New York : Macmillan, 1992.
- Light, Larry. The Changing Advertising World. Journal of Advertising Research. (FEB / MAR 1990) : 30 - 35.
- Nash, L. Edward. ed. The Direct Marketing Handbook. 2nd ed. New York, Singapore : Mc Graw - Hill, 1992.
- Reitman, I. Jerry. Beyond 2000 : The Future of Direct Marketing. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1994.
- Rogers, Li. Jean. Consumer Response to Advertising Mail. Journal of Advertising Research. (December 1989 / January 1990) : 18 - 24.
- Roman, Ernan. Integrated Direct Marketing. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1995.
- Stone, Merlin., Davies, Derek., and Bond. Alison. Direct Hit : Winning Direct Marketing Campaigns. 1st ed. London : Pitman Publishing, 1995.

Vichit Vadakan and Juree Nam. A Comparative Study of Thai and Chinese Middle - Class Life IN Bangkok, Thailand. ,1979.

Woodside, G. Arch. and Soni, K. Praveen. Direct - Response Advertising Information : Profiling Heavy, Light, and Nonusers.
Journal of Advertising Research. (December 1991) : 26 - 36.

ภาคผนวก

NO. _____
อายุ _____
สถานที่ _____
(สำหรับเจ้าหน้าที่)

แบบสอบถาม

เรื่อง

“ผลของการโฆษณาทางไปรษณีย์ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของคนวัยทำงาน”

วัตถุประสงค์ : แบบสอบถามนี้เป็นการวิจัยเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ของ นิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ความร่วมมือของท่านในครั้งนี้จะมีส่วนช่วยขยายขอบเขตความรู้ของนิสิตและวงการนิเทศศาสตร์โดยทั่วไป

(กรุณาช่วยตอบแบบสอบถามทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ในการเก็บข้อมูลและขอขอบคุณ ในความร่วมมือตอบแบบสอบถามครั้งนี้)

โปรดขีดเครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อที่ท่านเลือกและเติมข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

1. เพศ

หญิง ชาย

2. อายุ

20-25 ปี 26-30 ปี
 31-35 ปี 36-40 ปี
 41-45 ปี 45-50 ปี

3. สถานภาพ

โสด สมรส
 แยกกันอยู่ หย่าร้าง หม้าย

4. การศึกษา

มัธยมศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 ขึ้น ๆ ไปรดระบุ

5. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป | <input type="checkbox"/> ค้าขาย |
| <input type="checkbox"/> ประกอบวิชาชีพอิสระ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 - 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 - 60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 60,001 - 70,000 บาท | <input type="checkbox"/> 70,001 - 80,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 80,000 บาท | |

สำหรับผู้ที่มีบัตรเครดิตกรณา ตอบข้อ 7 - 8 ถ้าไม่มีข้ามไปตอบข้อ 9

7. ท่านมีบัตรเครดิต (CREDIT CARDS) จำนวน _____ ใบ

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1. บัตรเครดิตธนาคารในประเทศ | <input type="checkbox"/> |
| 2. วีซ่า | <input type="checkbox"/> |
| 3. มาสเตอร์ | <input type="checkbox"/> |
| 4. ไดเนอร์คลับ | <input type="checkbox"/> |
| 5. อเมริกัน เอ็กซ์เพรส | <input type="checkbox"/> |
| 6. อื่นๆ โปรดระบุ | |

8. ท่านเริ่มมีบัตรเครดิตใบแรกมานานกี่ปีแล้ว

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 2 ปี | <input type="checkbox"/> 3 - 4 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5 - 6 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป |

9. ท่านมีรถส่วนตัวหรือไม่

- | | |
|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่มี | <input type="checkbox"/> มี จำนวน คัน |
|--------------------------------|---|

15. โปรดให้เหตุผลที่ท่านยินดีรับโฆษณาทางไปรษณีย์โดยขีดเครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นโฆษณาที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/บริการใหม่ๆ
- ทำให้ได้รับข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย
- ได้รับความเพลิดเพลินในการอ่าน
- ช่วยประหยัดเวลา
- สะดวกในการสั่งซื้อ
- เป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้นในการซื้อสินค้า/บริการ
- ได้รับข้อมูลสินค้าที่มีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ
- โฆษณาที่ได้รับมีความคิดสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. โปรดให้เหตุผลที่ท่านไม่ยินดีรับโฆษณาทางไปรษณีย์โดยขีดเครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นโฆษณาที่บังคับให้คนรับสื่อ
- รู้สึกว่าเป็นขยะ (Junk Mail)
- รู้สึกโดนยัดเยียดสินค้า/บริการ
- ไม่น่าเชื่อถือ
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา
- ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง
- รู้สึกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

17. ในสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับโฆษณาทางไปรษณีย์เท่าไร

- ไม่ได้รับ 1-3 ฉบับ
- 4-6 ฉบับ 7-9 ฉบับ
- 10 ฉบับขึ้นไป

24. โดยปกติแล้วท่านซื้อสินค้า/บริการด้วยวิธีใด

- ซื้อสินค้า/บริการตามห้างร้านทั่วไป/ห้างสรรพสินค้าเท่านั้น
- ซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์เท่านั้น
- ซื้อสินค้า/บริการตามห้างร้านทั่วไป/ห้างสรรพสินค้าและผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์
- ซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์บ่อยครั้งกว่าผ่านทางร้านค้า

25. ท่านเคยซื้อสินค้า/บริการผ่านทางโฆษณาทางไปรษณีย์หรือไม่

- เคย ไม่เคย

ถ้าเคยให้ข้ามไปตอบข้อ 29 และถ้าไม่เคยให้ตอบเฉพาะข้อ 26-28

26. โปรดให้เหตุผลที่ท่านไม่เคยซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์ โดยขีดเครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่เคยได้รับโฆษณาทางไปรษณีย์
- ไม่มั่นใจในตัวสินค้า/บริการ
- ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า
- ชอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า
- ไม่มั่นใจในบริษัทขายสินค้า
- อื่นๆ โปรดระบุ

27. ถ้าไม่เคยท่านคิดว่าต่อไปนี่จะมีโอกาสซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์หรือไม่

ซื้อแน่ น่าจะซื้อ คงจะซื้อ ไม่แน่ คงจะไม่ซื้อ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อ

28. สินค้าลักษณะใดที่ท่านจะซื้อผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์

.....

สำหรับท่านไม่เคยและได้ตอบความเห็นข้อ 26 - 28 ให้ข้ามไปตอบข้อ 38

29. ถ้าท่านเคยระยะเวลาตอบกลับในการสั่งซื้อนับตั้งแต่ได้รับโฆษณาทางไปรษณีย์ท่านใช้เวลานานเท่าไร

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ทันทีที่ได้รับ | <input type="checkbox"/> ภายใน 3 วัน |
| <input type="checkbox"/> 1 สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 3 สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 สัปดาห์ | |

30. ถ้าเคยสินค้า/บริการที่ท่านซื้อผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์เป็นสินค้าประเภทไหน

(เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ | <input type="checkbox"/> เครื่องสำอาง |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ไฟฟ้า | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์กีฬา |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน | <input type="checkbox"/> ของชำร่วย ของขวัญ |
| <input type="checkbox"/> หนังสือ | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ภายในครัว |
| <input type="checkbox"/> อาหารเพื่อสุขภาพ | <input type="checkbox"/> โรงแรมและรีสอร์ท |
| <input type="checkbox"/> โปรแกรมการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> ประกันชีวิต/ประกันภัย/สุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

31. สินค้า/บริการที่ท่านซื้อผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์ท่านเคยซื้อจากห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าทั่วไปหรือไม่

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|

32. ท่านคิดว่าสินค้า/บริการที่ท่านซื้อผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์ราคาแตกต่างจากที่ซื้อจากร้านค้า/ห้างสรรพสินค้าทั่วไปอย่างไร

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ถูกกว่า | <input type="checkbox"/> แพงกว่า |
| <input type="checkbox"/> ราคาเท่ากัน | <input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ |

33. ท่านซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์ ครั้งในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

34. ในแต่ละครั้งท่านซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์เป็นจำนวนเงิน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,001 - 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 - 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 - 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป | |

35. สินค้า/บริการที่ขายผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์ถ้ามีราคาสูงกว่าซื้อจากห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าทั่วไป (สินค้า/บริการประเภทเดียวกัน) แต่มีบริการส่งถึงบ้าน ท่านยินดีจ่ายหรือไม่

ยินดี เพราะ

ไม่ยินดี เพราะ

36. ท่านพอใจกับสินค้า/บริการที่ท่านสั่งซื้อผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์หรือไม่

พอใจ _____ ไม่พอใจ _____

7 6 5 4 3 2 1

37. ถ้า ไม่พอใจ (เมื่อท่านเลือกจากข้อ 36 ตั้งแต่ 1 ถึง 3) ท่านคิดว่าจะยังซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์อีกหรือไม่

ซื้อแน่ น่าจะซื้อ คงจะซื้อ ไม่แน่ คงจะไม่ซื้อ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อ

38. ท่านคิดว่าปัจจัยอะไรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการผ่านโฆษณาทางไปรษณีย์

(เรียงลำดับ 5 ลำดับ โดยใส่หมายเลข 1,2,3,4,5 ตามความสำคัญ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ราคา | <input type="checkbox"/> สินค้า |
| <input type="checkbox"/> ยี่ห้อสินค้า | <input type="checkbox"/> รูปลักษณะ |
| <input type="checkbox"/> ประโยชน์ใช้สอย | <input type="checkbox"/> คนรู้จักแนะนำ |
| <input type="checkbox"/> ประหยัดเวลา | <input type="checkbox"/> การรับประกันสินค้า |
| <input type="checkbox"/> ความสะดวก | <input type="checkbox"/> บริษัทผู้ผลิต |
| <input type="checkbox"/> ของแถม | <input type="checkbox"/> บริการเสริม |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

บัณฑิตศึกษาศณะในเทศศาสตร์ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวอัญชลี เรืองสันติโยธิน เกิดเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2513 ที่ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2536 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2538 สำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ. 2540

