

ภาคผนวก

แบบสอบถามงานวิจัย การศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเชิงสำรวจความร่วมมือจากทำในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใดทั้งสิ้น และข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เนื้อหาของคำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 การโฆษณาแบบโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตอนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง : โปรดระบุคำตอบ / ทำเครื่องหมาย \surd ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 15 - 16 ปี

() 17 - 18 ปี

() 19 - 20 ปี

() 21 - 22 ปี

() 23 - 24 ปี

3. ระดับการศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย

() ปวช./ปวส.

() ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() ปริญญาโท

() อื่นๆ (ระบุ) _____

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- () ต่ำกว่า 5000 บาทต่อเดือน () 5001 – 10000 บาทต่อเดือน
 () 10001 – 15000 บาทต่อเดือน () 15001 – 20000 บาทต่อเดือน
 () 20001 – 25000 บาทต่อเดือน () มากกว่า 25000 ต่อเดือน
5. ท่านเป็นเจ้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () สมาร์ทโฟน () แท็บเล็ต
 () โน้ตบุ๊ก () คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
 () อื่นๆ (ระบุ) _____
6. ท่านใช้อุปกรณ์สื่อสารชนิดใดเข้าอินเทอร์เน็ตมากที่สุด
- () สมาร์ทโฟน () แท็บเล็ต
 () โน้ตบุ๊ก () คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
 () อื่นๆ (ระบุ) _____
7. ท่านเปิดรับอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้งใช้เวลาทำไร
- () 1 – 30 นาทีต่อครั้ง () 30 นาที – 59 นาทีต่อครั้ง
 () 1 ชม. – 1 ชม. 30 นาทีต่อครั้ง () มากกว่า 1 ชม. 30 นาทีต่อครั้ง

ตอนที่ 2 การโฆษณาแบบ โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์

คำชี้แจง : โปรดระบุคำตอบ / ทำเครื่องหมาย \surd ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

8. ท่านเห็นโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ กี่ครั้งต่อสัปดาห์
- () 1 – 5 ขึ้นต่อสัปดาห์ () 6 – 10 ขึ้นต่อสัปดาห์
 () 10 – 15 ขึ้นต่อสัปดาห์ () มากกว่า 15 ขึ้นต่อสัปดาห์
9. จำนวนร้อยละของโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ที่ท่านคลิกต่อสัปดาห์
- () ร้อยละ 1 – 20 ของจำนวนโฆษณาวิดีโอที่เห็น
 () ร้อยละ 21 – 40 ของจำนวนโฆษณาวิดีโอที่เห็น
 () ร้อยละ 41 – 60 ของจำนวนโฆษณาวิดีโอที่เห็น
 () ร้อยละ 61 – 80 ของจำนวนโฆษณาวิดีโอที่เห็น
 () ร้อยละ 81 – 100 ของจำนวนโฆษณาวิดีโอที่เห็น
10. ประเภทสินค้าที่ท่านเปิดรับโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด
- () สินค้าอุปโภค (ของใช้) () สินค้าบริโภค (ของกิน)
 () บริษัท / ห้างสรรพสินค้า / ร้าน () ด้านงานบริการ
 () ท่องเที่ยว () สินค้าพรีเมียม
 () อื่นๆ (ระบุ) _____

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

คำชี้แจง : โปรดระบุคำตอบ / ทำเครื่องหมาย \checkmark ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

11. ท่านชอบดูโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์หรือไม่

() ชอบ

() ไม่ชอบ

12. ท่านรู้สึกอย่างไรต่อสื่อโฆษณา โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างช่องใดช่องหนึ่งของทุกข้อตามความเป็นจริงดังนี้

โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์	ระดับความชอบ				
	ชอบมากที่สุด	ค่อนข้างชอบ	ชอบปานกลาง	ค่อนข้างไม่ชอบ	ชอบน้อยที่สุด
ให้ความรู้ใหม่					
ความสนุกสนาน					
ให้ข่าวสารเรื่องสินค้าใหม่					
จรรโลงสังคม					
มีความคิดสร้างสรรค์					
อื่นๆ (ระบุ) _____					

13. เมื่อท่านเห็นโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ครั้งแรกจะตั้งใจดูหรือไม่

() ตั้งใจ

() ตั้งใจบางครั้ง

() ไม่สนใจเลย (ข้ามไปตอบข้อ 17)

14. เมื่อท่านได้ดูโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ท่านสามารถรับรู้และจดจำส่วนประกอบใดของโฆษณาได้มาน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างช่องใดช่องหนึ่งของทุกข้อตามความเป็นจริงดังนี้

ส่วนประกอบของโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย
ผู้แสดง					
คำพูด					
คุณสมบัติของสินค้า					
ชื่อยี่ห้อสินค้า					
เรื่องราวในการนำเสนอ					
ภาพ					

ส่วนประกอบของโฆษณา วิดีโอผ่านสื่อออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย
เพลง					
บริษัทผู้ผลิต					
อื่นๆ (ระบุ) _____					

15. จากองค์ประกอบโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ต่อไปนี้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของท่านเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างช่องใดช่องหนึ่งของทุกข้อตามความเป็นจริง ดังนี้

ส่วนประกอบของโฆษณา วิดีโอผ่านสื่อออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย
ผู้แสดง					
คำพูด					
คุณสมบัติของสินค้า					
ชื่อยี่ห้อสินค้า					
เรื่องราวในการนำเสนอ					
ภาพ					
เพลง					
บริษัทผู้ผลิต					
อื่นๆ (ระบุ) _____					

16. ท่านคิดว่ารูปแบบโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ให้ประโยชน์ด้านใดมากที่สุด
- () ช่วยจดจำชื่อยี่ห้อสินค้า () รู้สถานที่จำหน่าย
- () คุณสมบัติของสินค้า () ทราบราคา
- () ทราบรายการส่งเสริมการขาย ณ เวลานั้น
17. ในช่วงเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านซื้อสินค้าประเภทใดโดยได้รับการจูงใจจากโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () เสื้อผ้า () ของใช้ประจำวัน
- () ของใช้ในบ้าน () อาหาร ขนม เครื่องดื่ม
- () เครื่องสำอาง () เครื่องใช้ไฟฟ้า

- () รถยนต์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง () อุปกรณ์สำนักงาน
 () เครื่องมือสื่อสาร () อุปกรณ์ก่อสร้าง
18. ท่านคิดว่าโฆษณาวิดีโอบนผ่านสื่อออนไลน์สินค้าประเภทใด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () เสื้อผ้า () ของใช้ประจำวัน
 () ของใช้ในบ้าน () อาหาร ขนม เครื่องดื่ม
 () เครื่องสำอาง () เครื่องใช้ไฟฟ้า
 () รถยนต์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง () อุปกรณ์สำนักงาน
 () เครื่องมือสื่อสาร () อุปกรณ์ก่อสร้าง
19. ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อประโยคต่อไปนี้ โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องว่างช่องใดช่องหนึ่งของทุกข้อตามความเป็นจริงดังนี้

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. ท่านสามารถเชื่อถือข้อมูลโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ได้ทั้งหมด					
2. ท่านสามารถเชื่อถือข้อมูลโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ได้บางส่วน					
3. เมื่อท่านเห็นโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์แล้วท่านจะนำมาเป็นส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมอ					
4. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ท่านรู้จักยี่ห้อสินค้า					
5. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ช่วยให้ผู้บริโภคมีเหตุผลในการซื้อสินค้า					
6. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์สามารถให้ข้อมูลสินค้าท่านได้เป็นอย่างดี					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. ท่านรู้สึกมั่นใจขึ้นเมื่อได้เห็นโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ของสินค้าที่ท่านซื้อ					
8. ค่านิยมใหม่ๆในสังคมมักถูกนำเสนอผ่านโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์					
9. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ช่วยสะท้อนภาพสังคมและวัฒนธรรมได้					
10. เมื่อท่านซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ท่านรู้สึกภาคภูมิใจในการใช้สินค้านั้น					
11. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์มักจะบอกคุณสมบัติของสินค้าเกินความเป็นจริงเสมอ					
12. สินค้าที่มีโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์จะมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ไม่มีโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์					
13. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ส่งเสริมให้เกิดการฟุ่มเฟือย					
14. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ทำให้เกิดการเลียนแบบ					
15. โฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ท่านอยากซื้อสินค้านั้นๆ					