

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

งานวิจัย เรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)”

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) เพื่อประกอบกับวิทยานิพนธ์ของ นางสาวภาราดา แก้วนิยม นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้จัดทำต้องการนำผลวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) ให้ได้มากที่สุด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น กรุณาตอบแบบสอบถามตามความจริง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์
- ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)
- ส่วนที่ 4 การสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)
- ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

ลงชื่อ นางสาวภาราดา แก้วนิยม

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) เพื่อประกอบกับวิทยานิพนธ์ของ นางสาวภาราดา แก้วนิยม นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้จัดทำต้องการนำผลวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) ให้ได้มากที่สุด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น กรุณาตอบแบบสอบถามตามความจริง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดของแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

ส่วนที่ 4 การสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อแบรนด์แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

โสด สมรส

หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือเทียบเท่า

อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวส.)

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

รัฐบาล / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

5,001 – 10,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุด

7. ความถี่ในการซื้อสินค้า

เดือนละ 1 ครั้ง

เดือนละ 2 - 4 ครั้ง

เดือนละ 5 - 7 ครั้ง

เดือนละ 8 - 10 ครั้ง

มากกว่าเดือนละ 11 ครั้ง

ซื้อสินค้าทุกวัน

8. ประเภทในการซื้อสินค้า

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> กระเป๋า | <input type="checkbox"/> รองเท้า |
| <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า | <input type="checkbox"/> เครื่องสำอาง |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

9. กลุ่มหรือบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตนเอง | <input type="checkbox"/> ครอบครัว / ญาติพี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน / คนรู้จัก | <input type="checkbox"/> นักร้อง / นักแสดง |
| <input type="checkbox"/> สื่อโฆษณาออนไลน์ | |

10. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ราคาสินค้า | <input type="checkbox"/> รูปแบบ หรือดีไซน์ |
| <input type="checkbox"/> ราคา | <input type="checkbox"/> คุณภาพ ความคงทน |
| <input type="checkbox"/> ความสะดวกสบายในการซื้อ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

11. ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 501 – 1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 1,001 – 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001 – 3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป | |

12. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ชอบสินค้าและซื้อทันที | <input type="checkbox"/> ซื้อสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยม |
| <input type="checkbox"/> ซื้อสินค้าในช่วงมีโปรโมชั่น | <input type="checkbox"/> ใช้เวลา 1 - 2 วันในการตัดสินใจซื้อ |

13. ช่วงวันในการซื้อสินค้า

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์ – วันอังคาร | <input type="checkbox"/> วันพุธ – วันพฤหัสบดี |
| <input type="checkbox"/> วันศุกร์ วันเสาร์ วันอาทิตย์ | <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
| <input type="checkbox"/> ตามเวลาสะดวก | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

14. ท่านซื้อสินค้าของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) มาแล้วกี่ครั้ง

1 ครั้ง

2 - 3 ครั้ง

4 - 5 ครั้ง

มากกว่า 5 ครั้ง

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุด

| ส่วนประสมทางการตลาด (7P) | ระดับการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|--|----------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) | | | | | |
| 15. กระเป๋ามีรูปแบบหลากหลาย | | | | | |
| 16. มีมาตรฐานในการผลิตกระเป๋า | | | | | |
| 17. มีรูปแบบกระเป๋าคู่ใหม่อย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| ด้านราคา (Price) | | | | | |
| 18. มีการบอกราคาที่ชัดเจน | | | | | |
| 19. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของกระเป๋า | | | | | |
| 20. ขนาดกระเป๋าเหมาะสมกับราคา | | | | | |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | | | | | |
| 21. หาซื้อสินค้าได้ง่าย เพียงแค่ใส่ชื่แบรนด์ในช่องค้นหาทั้งในกูเกิล เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์ @ | | | | | |
| 22. มีหลายช่องทางในการสั่งซื้อ คือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์ @ | | | | | |
| 23. มีความสะดวกในการซื้อสินค้า เนื่องจากสามารถซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ได้ 24 ชั่วโมง | | | | | |
| ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) | | | | | |
| 24. มีโปรโมชั่นช่วยส่งเสริมการขาย | | | | | |

| ส่วนประสมทางการตลาด (7P) | ระดับการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|--|----------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 25. มีการโฆษณาให้เห็นอย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 26. มีการส่งข้อมูลข่าวสารของทางร้านผ่านทางเว็บไซต์ อีเมล เพจบุ๊ก และไลน์ @ | | | | | |
| ด้านบุคคล (People) | | | | | |
| 27. มีบุคลากรในการตอบคำถามที่ดี | | | | | |
| 28. พนักงานมีความรู้ในการให้คำแนะนำ | | | | | |
| 29. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่ให้บริการ | | | | | |
| ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) | | | | | |
| 30. มีความสะดวกในการกดสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ | | | | | |
| 31. มีระบบติดตามการสั่งซื้อสินค้า | | | | | |
| 32. มีช่องทางในการชำระสินค้าที่หลากหลาย เช่น โอนผ่านธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส บัตรเครดิต | | | | | |
| ด้านกระบวนการ (Process) | | | | | |
| 33. ความครบถ้วนของข้อมูลในการบอกรายละเอียดสินค้า | | | | | |
| 34. มีความปลอดภัยในการชำระเงิน | | | | | |
| 35. มีบริการหลังการขายที่น่าประทับใจ | | | | | |

ส่วนที่ 4 การสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย 1 น้อยที่สุด

| การสื่อสารออนไลน์ | เว็บไซต์ (Website) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | อินสตาแกรม (Instagram) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | ไลน์แอด (Line@) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | |
|---|--|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|
| | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| รายละเอียดของสินค้า | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 36. เนื้อหามีรายละเอียดครบถ้วน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 37. รูปภาพคมชัด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 38. มีการปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 39. มีการสั่งซื้อสินค้าสะดวก | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| การตอบสนองต่อผู้ใช้ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 40. มีคำถามยอดนิยมนิยามที่ถาม-ตอบไว้ให้อ่านชัดเจน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 41. มีการรีวิวที่น่าเชื่อถือจากผู้ที่ใช้จริง ทำให้ การตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 42. มีข้อมูลในการติดต่อชัดเจน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 43. พนักงานมีการโต้ตอบที่รวดเร็ว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| การสื่อสารออนไลน์ | เว็บไซต์ (Website) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | อินสตาแกรม (Instagram) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | | ไลน์แอด (Line@) แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) | | | | |
|--|--|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|
| | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | | ระดับความคิดเห็น | | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 44. มีโปรโมชั่นใหม่อยู่เสมอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 45. จำนวนคนที่ตาม (Follower) แบรนด์แบ็ก อินดีด ดึงดูดให้อยากซื้อสินค้ามากขึ้น | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 46. มีการใช้กราฟิกหรือภาพเคลื่อนไหวได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นของสินค้า | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 47. เป็นแหล่งข้อมูลที่รวดเร็ว ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุด

| การตัดสินใจซื้อ | ระดับการตัดสินใจ | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| การบริการ | | | | | |
| 48. ความประทับใจการบริการก่อนการขาย | | | | | |
| 49. ความประทับใจการบริการหลังการขาย | | | | | |
| 50. ความรวดเร็วในการส่งสินค้า | | | | | |
| 51. ความเรียบร้อยในการแพ็คสินค้าส่ง | | | | | |
| การกลับมาซื้อซ้ำ | | | | | |
| 52. ต้องการกลับมาซื้อซ้ำ | | | | | |
| 53. มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่น่าสนใจอยู่เสมอ | | | | | |
| 54. การอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ มีผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำ | | | | | |
| การบอกต่อ | | | | | |
| 55. มีช่องทางการชำระสินค้าที่หลากหลาย | | | | | |
| 56. ประทับใจเงื่อนไขการเปลี่ยนสินค้าที่สามารถเปลี่ยนได้ทันที เปลี่ยนกี่ครั้งก็ได้จนกว่าจะพอใจ | | | | | |
| 57. ต้องการแนะนำกระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) ให้กับครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักมาซื้อ | | | | | |