

ภาคผนวก



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์
ผ่านสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษาสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส 3) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

ทั้งนี้การทำวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและโปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับและขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ด้านหน้าคำตอบที่ท่านต้องการ

2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ลักษณะทางประชากรศาสตร์)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

กฤดิทัช เดชะพงศัรณา

ผู้วิจัย

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 51ปีขึ้นไป
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 ต่ำกว่า 20,000 บาท 20,001 - 40,000 บาท 40,001 – 60,000 บาท
 60,001 – 80,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท 100,001 บาทขึ้นไป
- 6.สถานภาพ โสด สมรส
 หย่าร้าง หม้าย อื่นๆโปรดระบุ.....

ส่วนที่2 การเปิดรับสื่อออนไลน์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับการเปิดรับ มากที่สุด=5 มาก=4 ปานกลาง=3 น้อย=2 น้อยที่สุด=1

	การเปิดรับสื่อออนไลน์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส	ระดับการเปิดรับ				
		5	4	3	2	1
ด้านการแสวงหาข้อมูล						
7.	ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สจากเว็บไซต์ (Website)					
8.	ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สจากเฟสบุ๊ก (Facebook)					
9.	ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สจากอินสตาแกรม (Instagram)					
10.	ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สจากทวิตเตอร์ (Twitter)					
11.	ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สจากยูทูบ (Youtube)					

	การเปิดรับสื่อออนไลน์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส	ระดับการเปิดรับ				
		5	4	3	2	1
ด้านการเปิดรับข้อมูล						
12.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สผ่านสื่อออนไลน์					
13.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษต่างๆของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สผ่านสื่อออนไลน์					
14.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อทราบราคาตั๋วของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สผ่านสื่อออนไลน์					
15.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อทราบกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สผ่านสื่อออนไลน์					
ด้านการเปิดรับประสบการณ์						
16.	ท่านเปิดรับข่าวสารค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สผ่านสื่อออนไลน์					
17.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเมื่อต้องการทราบรายการส่งเสริมการขายเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส					
18.	ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสามารถนำข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สที่ได้รับไปสนทนากับผู้อื่นในสังคม					

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น มากที่สุด=5 มาก=4 ปานกลาง=3 น้อย=2 น้อยที่สุด=1

	ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ						
19.	มีมาตรฐานความปลอดภัยในทุกๆเที่ยวบิน					
20.	มีการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพทุกเที่ยวบิน					
21.	มีเมนูอาหารที่สามารถเลือกได้ตามต้องการ					
22.	อาหารมีรสชาติดีอร่อยถูกปาก					
23.	ภายในห้องรับรองมีของว่าง เครื่องดื่ม มูมอินเทอร์เน็ทและมูมเด็ก เล่นให้บริการระหว่างรอขึ้นเครื่องบินโดยสาร					
ด้านราคา						
24.	ราคาตัวเครื่องบินมีความเหมาะสมกับสายการบินระดับพรีเมียม					
25.	ราคาตัวเครื่องบินในชั้นธุรกิจมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการ					
26.	ราคาตัวเครื่องบินในชั้นประหยัดมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการ					
27.	มีตัวเครื่องบินหลากหลายราคาในทุกเที่ยวบิน					
28.	มีความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับสายการบินอื่นๆ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
29.	สามารถเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันเพื่อรับบริการ					
30.	การจองตั๋วและชำระค่าตัวเครื่องบินมีความสะดวก					
	30.1 Application					
	30.2 Call Center					
	30.3 Website					
	30.4 Counter Check In					
31.	ช่องทางที่ท่านเลือกรับบริการ					
	31.1 สะดวก					
	31.2 ปลอดภัย					
	31.3 หาซื้อง่าย					

	ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านส่งเสริมการตลาด						
32.	มีแพ็คเกจพิเศษสำหรับกิจกรรมต่างๆที่สายการบินร่วมจัดขึ้น					
33.	มีกิจกรรมพิเศษให้ร่วมสนุกผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียพร้อมรับสิทธิพิเศษ					
34.	มีการสะสมคะแนนการเดินทางเพื่อเป็นส่วนลดค่าบัตรโดยสาร					
35.	มีการกระตุ้นลูกค้าให้มาใช้บริการโดยราคาตั๋วโปรโมชั่นพิเศษ					
36.	มีส่วนลดและสิทธิพิเศษต่างๆให้สำหรับผู้สูงอายุ, คนพิการ, นักเรียน/นักศึกษา, บุคลากรภาครัฐ					
ด้านบุคคล						
37.	พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน					
	37.1 มีบุคลิกภาพที่ดี					
	37.2 มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า					
	37.3 มีความกระตือรือร้นในการทำงาน					
	37.4 มีทัศนคติที่ดีในการบริการ					
38.	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
	38.1 พุดจาสุภาพ ไพเราะ อ่อนหวาน					
	38.2 มีมารยาทในการบริการ					
	38.3 สามารถตอบคำถามได้					
	38.4 แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					
	38.5 สามารถแนะนำการใช้อุปกรณ์ฉุกเฉินต่างๆ					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						
39.	ชุดที่พนักงานสวมใส่มีสีสดใส สวยงาม เป็นระเบียบ					
40.	เคาน์เตอร์เช็คอินในสนามบินมีการตกแต่งอย่างสวยงามและสะอาด					
41.	เคาน์เตอร์ขายตั๋วที่สนามบินมีการตกแต่งอย่างสวยงามและสะอาด					
42.	ห้องพักรับรองมีการตกแต่ง					
	42.1 หูหระ					
	42.2 สะอาด					
	42.3 สะดวกสบาย					
43.	อุปกรณ์ต่างๆภายในเครื่องบินมีความทันสมัย					

	ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริหาร	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการ						
44.	การเช็คอินบัตร์โดยสารมีความสะดวกรวดเร็ว					
45.	มีความสะดวกรวดเร็วในการบริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง					
46.	ในทุกเที่ยวบินมีความตรงต่อเวลาในการเดินทาง					
47.	มีความระมัดระวังในการขนย้ายสัมภาระ					
48.	การส่งมอบสัมภาระมีความรวดเร็ว					

ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น มากที่สุด=5 มาก=4 ปานกลาง=3 น้อย=2 น้อยที่สุด=1

	ภาพลักษณ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ภาพลักษณ์องค์กร						
49.	ผู้บริหารสายการบินมีความน่าเชื่อถือ					
50.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีมาตรฐานเดียวกับสากลโลก					
51.	สายการบินมีการดูแลเอาใจใส่สังคมและร่วมกิจกรรมการกุศล					
52.	การบริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สทำให้ท่านมีความเชื่อถือและมั่นใจ					
53.	การดำเนินกิจการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีความตรงไปตรงมาและโปร่งใส					
ภาพลักษณ์แบรนด์						
54.	แบรนด์มีความโดดเด่นสะท้อนการเป็นสายการบินระดับพรีเมียม					
55.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
56.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สเป็นสายการบินที่ดีมีคุณภาพในด้านต่างๆ					
57.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีมาตรฐานความปลอดภัยในทุกๆเที่ยวบิน					
58.	เครื่องบินของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีสีสันสดใสและมีลวดลายเป็นเอกลักษณ์					

ภาพลักษณ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ภาพลักษณ์การบริการ						
59.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีความโดดเด่นในด้านการบริการ ลูกค้าดูแลและใส่ใจทุกรายละเอียด					
60.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีบริการพิเศษห้องรับรองสำหรับผู้โดยสารที่เดินทางด้วยชั้นธุรกิจเพื่อรองรับความต้องการของผู้โดยสาร					
61.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สเป็นผู้นำในด้านการบริการที่เป็นเลิศแบบครบวงจร					
62.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีระบบการบริหารการบริการที่เป็นเลิศ					
63.	สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีบริการพิเศษสำหรับผู้สูงอายุและเด็กเล็กในทุกๆเที่ยวบิน					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้