

ภาคผนวก



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

งานวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจรรยาของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจรรยาของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจรรยาของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจรรยาของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่าน โปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและโปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง

- 1) กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านหน้าคำตอบที่ท่านต้องการ
- 2) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ลงชื่อ ธีรฤดี สุขแสง

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

อนุปริญญา / ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

4. อาชีพ

ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ

พนักงานธุรกิจเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

รับจ้าง

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000 – 30,000 บาท

30,001 – 50,000 บาท

50,001 – 100,000 บาท

100,001 บาทขึ้นไป

6. ความถี่ในการซื้อจักรยานของท่านกี่ ครั้ง/สัปดาห์

1 ครั้ง/สัปดาห์

2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์

4 – 5 ครั้ง/สัปดาห์

7 ครั้ง/สัปดาห์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการซื้อจักรยาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ดังนี้

5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	ระดับการเปิดรับ				
	5	4	3	2	1
ประเภทสื่อสารมวลชน					
1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ สิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่น ฯลฯ					
2. ภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์สารคดี ฯลฯ					
3. โทรทัศน์ สื่อภาพ รายการ สารคดีต่างๆ					
4. วิทยุกระจายเสียง ทั้งระบบ AM และ FM					
5. สื่อโทรคมนาคม การส่งข้อความ และสัญลักษณ์ต่างๆ					
ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ต					
6. Website / Blogs					
7. Social Networking					
8. Youtube / VDO Online					
9. Pantip					
10. Review / Discuss / Opinion					
ประเภทสื่อบุคคล					
11. การบรรยาย การสัมมนา					
12. คนดัง / เน็ตไอดอล					
13. ฟรีเซ็นเตอร์					
14. บุคคลใกล้ชิด / กลุ่มเพื่อน					
ประเภทสื่อเฉพาะกิจ					
15. จุลสาร					
16. แผ่นพับ					
17. เอกสารเย็บเล่ม / โบรชัวร์					
18. โปสเตอร์					
19. โบปลิว					
20. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เช่น โฆษณาข้างทาง หรือบนอาคาร					

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจากรยาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดของระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อมากน้อยต่อการตัดสินใจซื้อจากรยาน ดังนี้

5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
1. คุณภาพของสินค้า					
2. สินค้าความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้อื่น					
3. สินค้ามี Review					
4. ดีไซน์ที่สวยงามและทันสมัย					
5. มีความหลากหลายของสินค้า					
6. สินค้าเป็นที่นิยม และมีคนรู้จัก					
ด้านราคาต่อวันที่เลือกบริการ (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
7. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
8. ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบของสินค้า					
9. ราคาสินค้าคงที่					
10. มีราคาที่พิเศษกว่าร้านอื่น					
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
11. ทำเลที่ตั้งของร้าน					
12. ชื่อเสียงร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ					
13. สามารถติดต่อผ่าน Facebook ได้					
14. มีหลายสาขา					
15. สามารถดูสินค้าผ่านทาง Website/Blog ได้					
ด้านการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
16. จัดโปรโมชั่นลดราคา					
17. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย					
18. จัดโปรโมชั่นแถมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง					
19. ของสมนาคุณ เช่น เสื้อ หรือ สินค้าพรีเมียมพิเศษ					
20. การชิงโชคต่าง ๆ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการ
ตัดสินใจซื้อจักรยานของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

.....

.....

.....