



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษากลยุทธ์ใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์

เรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

- ชื่อ-นามสกุล
- ตำแหน่ง
- อายุงาน
- วันที่ถูกสัมภาษณ์ เวลา
- สถานที่สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ

- คำถามและประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อ	ประเด็น	ข้อคิดเห็น
1	ด้านแนวโน้มการพัฒนาลตลาด	
2	ด้านปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบ	
3	ด้านการปฏิบัติทางการตลาดดิจิทัล	
4	ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	

ข้อ	ประเด็น	ข้อคิดเห็น
5	ด้านสถานการณ์การแข่งขัน	
6	ด้านความท้าทายและโอกาส	
7	ด้านผลกระทบของนโยบายและ กฎระเบียบ	
8	ด้านทิศทางการตลาดในอนาคต	

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ใน สาธารณรัฐประชาชนจีน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานวิจัยในระดับดุษฎีนิพนธ์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ดำเนินการวิจัยโดย LI XIAO YING โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทิศทางการจัดการนวัตกรรมการที่มีประสิทธิภาพสูงของประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในยุคสื่อใหม่

การวิจัยมุ่งเน้นการสำรวจและวิเคราะห์ใน 4 ตัวแปรหลัก ได้แก่ การแข่งขันในตลาด ความต้องการของลูกค้า วัฒนธรรมนวัตกรรม และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมสื่อใหม่ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมการอย่างมีประสิทธิภาพของธุรกิจประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในปัจจุบัน

ผลการวิจัยนี้จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ และในเชิงปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด การสื่อสาร และการบริการของธุรกิจประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลต่อไป สำหรับแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตลาดและการมีส่วนร่วมของลูกค้า

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์
ในสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 20-30 ปี

☐ 2. 31-40 ปี

☐ 3. 41-50 ปี

☐ 4. 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน

☐ 2. หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3. บริษัทเอกชน

☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว

4. ระยะเวลาในการซื้อประกัน

☐ 1. 1-4 ปี

☐ 2. 4-7 ปี

☐ 3. 7-10 ปี

☐ 4. 10 ปีขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา

☐ 4. อนุปริญญา/ปวส.

☐ 5.ปริญญาตรี

☐ 4. สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตลาดและการมีส่วนร่วมของลูกค้า

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

คำถาม ท่านพอใจที่บริษัทประกันของเรามีการใช้ช่องทางต่อไปนี้ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับ
ลูกค้ามากน้อยแค่ไหน

ช่องทางการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. โทรศัพท์					
2. อีเมล					
3. เว็บไซต์บริษัท					
4. Weibo					
5. Xiaohongshu					
6. Douyin					
7. WeChat Mini Program					

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการแข่งขันด้านราคา					
1. เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของตลาด บริษัทประกันนี้มีความได้เปรียบด้านราคาชัดเจน					
2. บริษัทประกันนี้มีการปรับกลยุทธ์ด้านราคาอย่างน้อยไตรมาสละครั้งเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด					
3. กลยุทธ์การกำหนดราคาของบริษัทประกันดึงดูดลูกค้าใหม่จำนวนมาก					
4. ความได้เปรียบด้านราคาของบริษัทประกันช่วยรักษาความภักดีของลูกค้า					
5. กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาของบริษัทประกันมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด					
6. กลยุทธ์ด้านราคาของบริษัทประกันมักจะได้รับความสนใจจากคู่แข่ง					
ด้านการแข่งขันด้านบริการ					
1. คุณภาพการบริการของบริษัทประกันคือความสามารถในการแข่งขันหลักของบริษัทประกัน					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. ทีมบริการของบริษัทประกันมักจะตอบสนองและจัดการกับความต้องการของลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง					
3. นวัตกรรมบริการของบริษัทประกันเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม					
4. บริการของบริษัทประกันมักจะได้รับผลตอบแทนเชิงบวกจากลูกค้า					
5. ระดับการบริการของบริษัทประกันอยู่ในตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรม					
6. ทีมบริการของบริษัทประกันมักจะเข้าร่วมการฝึกอบรมด้านนวัตกรรมบริการ					
ด้านการสนับสนุนหลังการขาย					
1. โดยเฉลี่ย ทีมงานหลังการขายของบริษัทประกันสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้สำเร็จมากกว่า 95% ภายใน 48 ชั่วโมง					
2. บริการหลังการขายของบริษัทประกันมักจะเกินความคาดหวังของลูกค้า					
3. การสนับสนุนหลังการขายของบริษัทประกันมีชื่อเสียงที่ดีในอุตสาหกรรม					
4. ทีมงานหลังการขายของบริษัทประกันมักจะได้รับการฝึกอบรมทักษะการบริการลูกค้า					
5. นโยบายหลังการขายของบริษัทประกันได้รับการยกย่องอย่างสม่ำเสมอจากลูกค้า					
6. บริการหลังการขายของบริษัทประกันสร้างชื่อเสียงที่แข็งแกร่งในหมู่ลูกค้า					
ด้านความหลากหลายของความต้องการ					
1. ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทประกันสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าที่แตกต่างกันได้					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. บริษัทประกันมักจะทำวิจัยตลาดเพื่อทำความเข้าใจความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า					
3. สายผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกันสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับให้เข้ากับความต้องการที่หลากหลายของความต้องการ					
4. ทีมงานของบริษัทประกันสามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างยืดหยุ่นเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า					
5. ระบบการจัดการความต้องการของลูกค้าของบริษัทประกันสามารถจับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
6. ทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกันมักจะสื่อสารกับลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจความต้องการที่หลากหลายของพวกเขา					
ด้านการมีส่วนร่วมของลูกค้า					
1. ทีมงานของบริษัทประกันให้ความสำคัญและตอบสนองต่อการมีส่วนร่วมและคำแนะนำของลูกค้าอย่างกระตือรือร้น					
2. กิจกรรมการมีส่วนร่วมของลูกค้าของบริษัทประกันช่วยปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ					
3. ในอุตสาหกรรมนี้ ระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้าของบริษัทประกันเหนือกว่าคู่แข่งรายใหญ่และกลายเป็นผู้นำในสาขานี้					
4. กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของลูกค้าของบริษัทประกันช่วยเสริมสร้างความภักดีของลูกค้า					
5. การมีส่วนร่วมของลูกค้าของบริษัทประกันช่วยให้ทีมปรับปรุงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมที่สุด					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
6. การมีส่วนร่วมของลูกค้าของบริษัทประกันสามารถช่วยปรับปรุงธุรกิจและเพิ่มการรับรู้แบรนด์ได้					
ด้านความพร้อมด้านนวัตกรรม					
1. ทีมงานของบริษัทประกันพร้อมเสมอที่จะยอมรับและนำแนวคิดนวัตกรรมใหม่ๆ ไปใช้					
2. วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทประกันสนับสนุนให้พนักงานเตรียมพร้อมสำหรับนวัตกรรมอย่างกระตือรือร้น					
3. ทีมงานของบริษัทประกันมักจะเข้าร่วมการฝึกอบรมและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมพร้อมด้านนวัตกรรม					
4. กลยุทธ์ความพร้อมด้านนวัตกรรมของบริษัทประกันเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับเป้าหมายขององค์กร					
5. ทีมงานของบริษัทประกันลงทุนทรัพยากรและเวลาอย่างมากในการเตรียมพร้อมด้านนวัตกรรม					
6. ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมหรือการประเมินจากบุคคลที่สาม ความพร้อมด้านนวัตกรรมของบริษัทถือเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม					
ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้					
1. ทีมงานของบริษัทประกันมักจะเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้					
2. วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทประกันส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตน					
3. ในการทำงานประจำวัน ทีมงานของบริษัทแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ในระดับสูงด้วยการนำโซลูชันที่แปลกใหม่และวิธีการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. กิจกรรมการเรียนรู้ของบริษัทประกันมักจะกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของทีม					
5. ทีมงานของบริษัทประกันสามารถปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้					
6. ผ่านการฝึกอบรมด้านนวัตกรรมและการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เป็นประจำ ทีมงานของบริษัทได้ยกระดับความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์การทำงานได้อย่างมาก					
ด้านความเป็นผู้นำและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ					
1. ทีมผู้นำของบริษัทประกันแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณของผู้ประกอบการที่แข็งแกร่ง					
2. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำของบริษัทประกันสนับสนุนนวัตกรรมและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการในทีม					
3. ความเป็นผู้นำของบริษัทประกันมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมขององค์กร					
4. ทีมผู้นำของบริษัทประกันเป็นแบบอย่างของจิตวิญญาณของผู้ประกอบการสำหรับทีม					
5. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการของบริษัทมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องขององค์กรผ่านการส่งเสริมนวัตกรรมภายในและการขยายตลาด					
6. ความเป็นผู้นำของบริษัทประกันถือเป็นแบบอย่างด้านนวัตกรรมและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม					
ด้านนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ทีมงานของบริษัทประกันมักจะสำรวจการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีของสื่อใหม่					
2. นวัตกรรมทางเทคโนโลยีของบริษัทประกันมีบทบาทสำคัญในการประยุกต์ใช้สื่อใหม่					
3. นวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อใหม่ของบริษัทได้รับการยอมรับจากตลาด รวมถึงรางวัลอุตสาหกรรมและคำชมจากลูกค้า					
4. ทีมเทคโนโลยีของบริษัทประกันสามารถเชี่ยวชาญเทคโนโลยีใหม่ของสื่อใหม่ได้อย่างรวดเร็ว					
5. นวัตกรรมทางเทคโนโลยีของบริษัทประกันนำมาซึ่งการเติบโตทางธุรกิจที่สำคัญในการประยุกต์ใช้สื่อใหม่					
6. นวัตกรรมทางเทคโนโลยีของบริษัทประกันช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในการประยุกต์ใช้สื่อใหม่					
ด้านนวัตกรรมด้านเนื้อหา					
1. นวัตกรรมด้านเนื้อหาของบริษัทดึงดูดความสนใจจำนวนมากบนแพลตฟอร์มสื่อใหม่ผ่านมุมมองที่เป็นเอกลักษณ์และรูปแบบการแสดงออกที่สร้างสรรค์					
2. ทีมงานของบริษัทประกันสามารถสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดได้อย่างรวดเร็ว					
3. กลยุทธ์นวัตกรรมด้านเนื้อหาของบริษัทมักจะก่อให้เกิดการอภิปรายอย่างกว้างขวางในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการนำหัวข้อข่าวปัจจุบันและกิจกรรมที่ผู้ชมมีส่วนร่วมมาใช้					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ทีมงานด้านเนื้อหาของบริษัทประกันมีความสามารถในการสร้างสรรค์และลงมือทำที่แข็งแกร่ง					
5. นวัตกรรมด้านเนื้อหาของบริษัทประกันช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์					
6. นวัตกรรมด้านเนื้อหาของบริษัทประกันช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า					
ด้านระดับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อใหม่กับลูกค้า					
1. แพลตฟอร์มสื่อใหม่ของบริษัทประกันมักจะมีการโต้ตอบกับลูกค้า					
2. กลยุทธ์การโต้ตอบสื่อใหม่ของบริษัทช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญด้วยการเพิ่มการมีส่วนร่วมและอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า					
3. กิจกรรมการโต้ตอบสื่อใหม่ของบริษัทมักจะได้รับ การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นจากลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นในความถี่สูงของการแสดงความ คิดเห็น, การแชร์ และการกดไลค์ของผู้ใช้					
4. ทีมงานของบริษัทประกันสามารถตอบสนองต่อ ข้อเสนอแนะของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีผ่าน แพลตฟอร์มสื่อใหม่					
5. กลยุทธ์การโต้ตอบสื่อใหม่ของบริษัทประกันช่วย รวบรวมความต้องการและข้อเสนอแนะของ ลูกค้า					
6. เนื้อหาการโต้ตอบสื่อใหม่ของบริษัทประกันมักจะ ถูกลูกค้าแชร์และส่งต่อ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี