



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรมสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีทั้งสิ้น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ทั้งนี้ การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วน และตรงกับความเป็นจริง

Chen Yan

ผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

ให้ตรงกับข้อที่ท่านต้องการ

1.1 เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

1.2 อายุ

() 1. 20 - 30 ปี

() 2. 31 - 40 ปี

() 3. 41 - 50 ปี

() 4. 51 - 60 ปี

() 6. 61 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษา

() 1. ประถมศึกษา

() 2. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า

() 3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

() 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

() 5. ปริญญาตรีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย
ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคล
ออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย	ระดับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)					
1. มีการบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ในสื่อออนไลน์					

2. มีการบอกรายละเอียดเกี่ยวกับความสะดวกสบาย ที่สินค้าหรือบริการเอื้ออำนวยให้ผ่านสื่อออนไลน์					
3. มีการชักจูงใจให้รับรู้และจดจำชื่อร้านและสถานที่ตั้งในสื่อออนไลน์					
4. มีการบอกถึงประโยชน์ของสินค้าหรือบริการในสื่อออนไลน์					
5. มีการโน้มน้าวให้เกิดความต้องการสินค้าหรือบริการในสื่อออนไลน์					
6. มีการกระตุ้นแรงจูงใจให้ซื้อสินค้าหรือบริการในสื่อออนไลน์					
การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation)					
1. มีการเสนอข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะในสื่อออนไลน์					
2. มีการเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงในสื่อออนไลน์					
3. มีการนำเสนอสาระความรู้ที่มีประโยชน์ในสื่อออนไลน์					
4. มีช่องทางการเปิดรับฟังความคิดเห็นในสื่อออนไลน์					
การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ ค้าทุเรียนในประเทศไทย	ระดับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
5. มีการเสนอความช่วยเหลือแก่สังคม บริการสังคม และชุมชนในสื่อออนไลน์					
6. มีการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น การส่งเสริมสุขภาพอนามัย, ศิลปะวัฒนธรรม, การศึกษา, อาชีพ ฯลฯ ในสื่อออนไลน์					
การส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale promotion)					
1. มีการมอบส่วนลดเมื่อลูกค้าติดต่อขอซื้อสินค้าหรือบริการตามจำนวนที่กำหนดในสื่อออนไลน์					

2. มีการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อหรือใช้บริการต่างๆ ตามที่ธุรกิจกำหนดในสื่อออนไลน์					
3. มีการแจ้งการให้ของแถมและส่วนลดให้กับลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงวันเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันแม่แห่งชาติ วันสงกรานต์ เป็นต้น					
4. มีการแจ้งช่วงเวลาการให้สิทธิพิเศษในการลดราคา แจกของแถม					
5. มีบริการจ่ายค่าสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า					
6. มีการให้ลูกค้าลงทะเบียนผ่านสื่อออนไลน์เพื่อรับคูปองสะสมแต้มเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการใช้ซื้อหรือใช้บริการครั้งต่อไป					
การขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling)					
1. มีพนักงานเพื่อให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์					
การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย	ระดับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในประเทศไทย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. มีพนักงานที่ให้บริการรับออเดอร์/จองโต๊ะหรือห้องอาหารผ่านสื่อออนไลน์					
3. มีพนักงานให้บริการผ่านสื่อออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า					
4. มีพนักงานที่มีคุณลักษณะการพูดจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผ่านสื่อออนไลน์					
5. มีพนักงานที่มีคุณลักษณะการให้บริการที่ดี ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์					
6. มีพนักงานที่มีคุณลักษณะซื่อสัตย์ผ่านสื่อออนไลน์					
การตลาดทางตรงทางออนไลน์ (Online Direct Marketing)					
1. มีการให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกผ่านสื่อออนไลน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร					

2. มีการให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับการให้บริการ					
3. มีการแลกเปลี่ยนสื่อออนไลน์กับเครือข่ายธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่เดียวกัน					
4. มีการใช้สื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงลูกค้าให้รู้จักธุรกิจ					
5. มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดต่อกับลูกค้า					
6. มีการใช้เครือข่ายสื่อออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์ของลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี