



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดวิสาหกิจในประเทศจีน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

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

ส่วนที่ 2 ประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ข้อ	ประเด็นคำถามสัมภาษณ์	คำตอบ
1	คุณจะทำอธิบายกลยุทธ์หลักที่บริษัทของคุณกำลังดำเนินการในตลาดโซเชียลมีเดียอย่างไร	
2	คุณคิดว่าแนวทางปฏิบัติด้านนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียคืออะไร?	
3	บริษัทของคุณประเมินความสำเร็จของแคมเปญโซเชียลมีเดียอย่างไร	

4	คุณสามารถแบ่งปันความท้าทายสำคัญที่คุณพบในการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียและวิธีแก้ไขได้หรือไม่	
5	บริษัทของคุณผสมผสานการตลาดแบบดั้งเดิมเข้ากับการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียอย่างไร	
6	บริษัทของคุณคำนึงถึงอะไรบ้างเมื่อเลือกแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	
7	บริษัทของคุณจัดการกับคำติชมและการโต้ตอบของลูกค้าในการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียอย่างไร	
8	คุณเห็นแนวโน้มที่เป็นไปได้สำหรับการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียในอนาคตอย่างไร	
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี		

9	บริษัทของคุณลองใช้กลยุทธ์ที่แหวกแนวหรือไม่เหมือนใครในการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียหรือไม่?	
10	คุณคิดอย่างไรกับโอกาสในการประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีบิ๊กดาต้าในการตลาดโซเชียลมีเดีย?	

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดวิสาหกิจในประเทศจีน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานวิจัยในระดับดุษฎีนิพนธ์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ดำเนินการวิจัยโดย ZHANG YU ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ศึกษากลยุทธ์ และเสนอแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศจีน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 4 เมืองเศรษฐกิจหลักของจีน ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และเซินเจิ้น

ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย เพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ศึกษากลยุทธ์ และเสนอแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดวิสาหกิจในประเทศจีน โดยมุ่งเน้นการสำรวจและวิเคราะห์ใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ กิจกรรมการตลาดบนโซเชียลมีเดีย การมีส่วนร่วมของลูกค้า ภาพลักษณ์แบรนด์ ผลิตภัณฑ์ ราคาและช่องทางการขาย และประสิทธิภาพทางการตลาด ผลการตอบแบบสอบถามนี้จะถูกนำไปใช้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีนต่อไป

สำหรับแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐาน ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของการใช้การตลาดผ่านโซเชียลมีเดียออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศจีน

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริการ
ของฝ่ายบัตรเครดิตธนาคารแห่งประเทศไทย

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. มากกว่า 50 ขึ้นไป

4. อายุงาน

☐ 1. ต่ำกว่า 1 ปี

☐ 2. 1 – 3 ปี

☐ 3. 4 – 6 ปี

☐ 4. 7 – 9 ปี

☐ 5. 10 ปีขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 4. อนุปริญญา

☐ 5.ปริญญาตรี

☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของการใช้การตลาดผ่านโซเชียลมีเดียออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

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

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาด บนโซเชียลมีเดีย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความบันเทิง					
1. เมื่อเรียกดูโซเชียลมีเดีย ฉันมักจะสนใจเนื้อหาที่น่าสนใจของบริษัทนี้					
2. ฉันคิดว่าเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้โพสต์นั้นให้ความบันเทิง					
3. ฉันคิดว่าเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้มีความคิดสร้างสรรค์มาก					
4. เมื่อฉันต้องการพักผ่อนหรือรับความบันเทิง ฉันเลือกที่จะเรียกดูเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้					
5. ฉันแบ่งปันเนื้อหาโซเชียลมีเดียที่น่าสนใจเกี่ยวกับบริษัทนี้กับเพื่อน ๆ					
ด้านการปรับแต่งให้เหมาะกับบุคคล					
1. ฉันรู้สึกว่าการนำเสนอโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ตรงกับ ความสนใจและความต้องการส่วนตัวของฉัน					
2. เนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ให้ข้อมูลหรือข้อเสนอที่ตรงเป้าหมายแก่ฉัน					
3. ฉันรู้สึกว่าการนำเสนอโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้เข้าใจความต้องการและความสนใจของฉันจริงๆ					

4. เนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ทำให้ฉันรู้สึกเหมือนฉันเป็นคนพิเศษ					
5. ฉันมักจะพบว่าเนื้อหาและการส่งเสริมการขายเฉพาะบุคคลของบริษัทนี้ถูกสร้างมาเพื่อฉันโดยเฉพาะ					
ด้านการติดต่อ					
1. ฉันรู้สึกว่าการติดต่อกับบริษัทนี้บนโซเชียลมีเดียมีคุณค่า					
2. บริษัทตอบคำถามและความคิดเห็นของฉันบนโซเชียลมีเดียได้ดีมาก					
3. ฉันรู้สึกว่าการที่บริษัทนี้สนับสนุนให้ลูกค้าได้ติดต่อกับพวกเขาบนโซเชียลมีเดีย					
4. การติดต่อกับบริษัทนี้บนโซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มความไว้วางใจของฉันในแบรนด์					
5. ฉันมักจะเกี่ยวข้องกับการติดต่อของบริษัทบนโซเชียลมีเดีย					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความกระตือรือร้น					
1. ฉันรอคอยเนื้อหาใหม่จากบริษัทนี้บนโซเชียลมีเดียอย่างใจจดใจจ่ออยู่เสมอ					
2. ฉันจะค้นหาและติดตามการอัปเดตทางโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ในเชิงรุก					
3. ฉันกระตือรือร้นอยู่เสมอเกี่ยวกับเนื้อหาใหม่ที่ออกโดยบริษัทนี้					
4. เมื่อบริษัทนี้มีแคมเปญโซเชียลมีเดียใหม่ ฉันก็จะมีส่วนร่วมอยู่เสมอ					
5. ฉันมักจะแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหาของบริษัทนี้บนโซเชียลมีเดีย					

ด้านการมุ่งเน้น					
1. ฉันติดตามบริษัทนี้เป็นประจำบนโซเชียลมีเดีย					
2. ฉันให้ความสำคัญกับเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้อย่างใกล้ชิดเสมอ					
3. ฉันจะแบ่งปันหรือรีโพสต์เนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ในเชิงรุก					
4. ฉันรู้ข่าวสารหรือกิจกรรมล่าสุดเกี่ยวกับบริษัทบนโซเชียลมีเดียอยู่เสมอ					
5. ฉันจะแนะนำเพื่อนให้ติดตามโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้					
ด้านการซึมซับ					
1. ฉันมักจะอ่านและแยกแยะข้อมูลที่บริษัทนี้โพสต์บนโซเชียลมีเดียอย่างระมัดระวัง					
2. เนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของฉัน					
3. ฉันจะใช้ข้อมูลที่เผยแพร่โดยบริษัทนี้เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อ					
4. ฉันรู้สึกว่าการค้นหาที่โพสต์โดยบริษัทนี้เป็นแหล่งข้อมูลที่ฉันต้องการ					
5. เมื่อฉันต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ สิ่งแรกที่ฉันจะดูคือเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัท					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการขาย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของเราบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าเป้าหมายได้					

2. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เราโพสต์บนโซเชียลมีเดียสื่อสารคุณสมบัติและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง					
3. ด้วยการตอบรับแบบโต้ตอบบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เราจึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์และฟังก์ชันการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4. กลยุทธ์การตลาดผ่านโซเชียลมีเดียของเราประสบความสำเร็จในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ผลิตภัณฑ์					
5. การโต้ตอบกับลูกค้าบนโซเชียลมีเดียสามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ในตลาดผลิตภัณฑ์ได้					
6. เรารวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเราผ่านทางโซเชียลมีเดียเป็นประจำและนำไปใช้ประโยชน์					
ด้านราคา					
1. กลยุทธ์การกำหนดราคาที่เราประกาศผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย นั้นสอดคล้องกับความคิดหวังของตลาดเป้าหมายของเรา					
2. การตลาดผ่านโซเชียลมีเดียช่วยให้เราปรับเปลี่ยนและเผยแพร่ข้อมูลราคาสินค้าได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น					
3. กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาของเราโดยใช้โซเชียลมีเดียมีบทบาทเชิงบวกในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด					
4. การโต้ตอบด้านราคากับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (เช่น การสอบถาม การสนทนา ฯลฯ) มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกลยุทธ์การกำหนดราคาของเรา					
5. ความโปร่งใสด้านราคาของเราได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าบนโซเชียลมีเดีย					

ด้านช่องทางการขาย					
1. เราได้ขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของเราผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ					
2. แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของเราได้กลายเป็นช่องทางการขายตรงที่สำคัญ					
3. ด้วยการโปรโมตโซเชียลมีเดีย เราประสบความสำเร็จในการดึงดูดผู้เยี่ยมชมร้านค้าออนไลน์ของเรามากขึ้น					
4. การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มความร่วมมือของเรากับผู้จัดจำหน่ายและตัวแทน					
5. เราใช้โซเชียลมีเดียเพื่อทำการวิเคราะห์ตลาดและเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการขายอย่างมีประสิทธิภาพ					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการขาย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการรับรู้ถึงแบรนด์					
1. ฉันได้รับความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทผ่านโซเชียลมีเดีย					
2. ฉันรู้ว่าช่องทางโซเชียลมีเดียใดที่บริษัทนี้ได้ตอบกลับลูกค้าเป็นหลัก					
3. โซเชียลมีเดียทำให้ฉันมองเห็นภาพของบริษัทได้ชัดเจนกว่าที่เคยมีมา					
ด้านทัศนคติต่อแบรนด์					
1. ฉันมีมุมมองเชิงบวกต่อบริษัทมากขึ้นผ่านเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย					
2. ฉันชอบสไตล์ของบริษัทนี้และเข้าถึงโซเชียลมีเดีย					

3. ฉันมีแนวโน้มที่จะแนะนำบริษัทนี้ให้กับเพื่อนและครอบครัวมากขึ้นเนื่องจากการโต้ตอบและเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย					
4. กิจกรรมและเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจในแบรนด์ของพวกเขามากขึ้น					
5. ฉันชอบกลยุทธ์และเนื้อหาโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้มากกว่าแคมเปญโซเชียลมีเดียของแบรนด์อื่นๆ					
ด้านความตั้งใจซื้อ					
1. ฉันมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากบริษัทนี้มากขึ้นเนื่องจากมีโฆษณาหรือโปรโมชั่นที่ฉันเห็นบนโซเชียลมีเดีย					
2. เมื่อฉันเห็นข้อเสนอพิเศษหรือโปรโมชั่นจากบริษัทนี้บนโซเชียลมีเดีย ฉันจะพิจารณาซื้อ					
3. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากบริษัทนี้เนื่องจากสิ่งที่ฉันเห็นบนโซเชียลมีเดียหรือคำแนะนำ					
4. หากบริษัทนี้โพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่บนโซเชียลมีเดีย ฉันจะพิจารณาลองใช้ดู					
5. กิจกรรมโซเชียลมีเดียของบริษัทนี้เป็นแรงบันดาลใจให้ฉันซื้อสินค้ามากกว่าแบรนด์อื่นๆ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม