

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา และเพื่อเป็นส่วนประกอบในงานโครงการเฉพาะบุคคลในระดับปริญญาโทของนักศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยามจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณใน ณ ที่นี้ด้วย ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

.....

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Questions)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยใช้ Facebook หรือไม่

- เคย ไม่เคย (ยุติการทำแบบสอบถาม)

2. ท่านเคยซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากการเปิดรับสื่อโฆษณาบน Facebook หรือไม่

- เคย ไม่เคย (ยุติการทำแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- น้อยกว่า 5,000 บาท / เดือน 5,000 – 7,500 บาท / เดือน
 7,501 – 10,000 บาท / เดือน 10,001 – 12,500 บาท / เดือน
 มากกว่า 12,500 บาท / เดือน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งาน Facebook ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีจุดประสงค์หลักในการใช้ Facebook ในด้านใด

- เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมือง
- เพื่อการศึกษา เช่น ส่งงาน สร้างกลุ่มในห้องเรียน เป็นต้น
- เพื่อความบันเทิง
- เพื่อร่วมกิจกรรม ส่งเสริมการขายกับสินค้าและบริการต่างๆ จากสื่อโฆษณาบน

Facebook

- เพื่อติดต่อสื่อสารและรับข้อมูลต่างๆจากกลุ่มเพื่อน หรือ บุคคลที่สนใจในเรื่องเดียวกัน

2. ท่านใช้ Facebook บ่อยเพียงใด

- ทุกวัน
- 4-6 วันต่อสัปดาห์
- 2-3 วันต่อสัปดาห์
- 1 วันต่อสัปดาห์
- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

3. ท่านใช้ Facebook ในแต่ละครั้ง ใช้เวลานานเท่าใด

- น้อยกว่า 30 นาที
- 30 นาที - 60 นาที
- มากกว่า 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 1.30 ชั่วโมง
- มากกว่า 1.30 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง
- มากกว่า 2 ชั่วโมง

4. ช่วงเวลาที่ท่านใช้ Facebook บ่อยที่สุด

- 00:01 น. - 04:00 น.
- 04:01 น. - 08:00 น.
- 08:01 น. - 12:00 น.
- 12:01 น. - 16:00 น.
- 16:01 น. - 20:00 น.
- 20:01 น. - 00:00 น.

5. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้ Facebook มานานแค่ไหน

- ต่ำกว่า 6 เดือน
- 6 เดือน - 12 เดือน
- มากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี
- 2 ปี ขึ้นไป

6. ท่านใช้ Facebook ที่ไหน บ่อยที่สุด

- ที่พักอาศัย
- ที่สถานศึกษา
- ร้านอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 แนวโน้มในการตัดสินใจซื้อสินค้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับพฤติกรรมตอบสนองต่อโฆษณาใน Facebook ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

การตอบสนองต่อโฆษณา บน Facebook	แนวโน้มในการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การตัดสินใจซื้อจากการเปิดรับรูปแบบโฆษณาโดยตรงจากเครือข่ายเพื่อน					
1. การแนะนำสินค้าหรือบริการจากเพื่อนผ่านทาง Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือการใช้บริการ					
2. การได้รับข้อมูลสินค้าและบริการจากการอ่านสถานะส่วนตัวของเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
3. การได้รับข้อมูลสินค้าและบริการจากการดูรูปภาพของเพื่อน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
4. การได้รับข้อมูลสินค้าและบริการจากการรับข้อความส่วนตัว (PM: Private Message) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
5. การได้รับข้อมูลสินค้าและบริการผ่านกิจกรรมของเพื่อน ร่วมกับแบรนด์ของสินค้าและบริการต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
การตัดสินใจซื้อจากการเปิดรับรูปแบบโฆษณาโดยตรงของ Facebook					
6. ป้ายโฆษณาของสินค้าหรือบริการต่างๆบน Facebook มีผลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
7. รูปแบบของโฆษณา แบนด์เนอร์ ที่ปรากฏบน facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือใช้บริการ					

การตอบสนองต่อโฆษณา ใน Facebook	แนวโน้มในการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
การตัดสินใจซื้อจากการเปิดรับรูปแบบโฆษณาโดยตรงของ Facebook (ต่อ)					
8. การได้รับข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่าน Widget และ Gitter บน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
การตัดสินใจซื้อจากการเปิดรับรูปแบบโฆษณาจากกลุ่มหรือแฟนเพจบน Facebook					
9. การจัดตั้งกลุ่มหรือเพจของสินค้าและบริการต่างๆบน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
10. ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากกลุ่มบน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
11. ดารา นักร้อง นักแสดง หรือ บุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคม ที่จัดตั้งกลุ่มบน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
12. การได้รับรูปของส่วนบุคคลและโปรโมชันต่างๆจากกลุ่มต่างๆบน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					
13. การเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่ม เช่น เล่นเกมส์ชิงรางวัล, ตอบคำถามชิงรางวัล หรืออื่นๆ บน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ					

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้