

แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก การใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์

	ประเด็นคำถาม
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	1.1 ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์ 1.2 อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์ อายุเท่าไร?.....(ปี) 1.3 สถานภาพสมรส.....() สมรส () โสด 1.4 ระดับการศึกษา..... 1.5 ปัจจุบันประกอบอาชีพ..... 1.6 รายได้ต่อเดือนประมาณเท่าใด (บาท)..... (ก) หากเทียบกับค่าใช้จ่ายเพียงพอหรือไม่..... 1.7 ท่านมีโรคประจำตัวไหม..... (ก) ถ้ามีท่านมีโรคประจำตัวอะไร..... 1.8 ปัจจุบันท่านมีน้ำหนักและส่วนเท่าไร..... (ก) น้ำหนักก่อนลดและหลังลดเท่าไร..... 1.9 เหตุผลในการลดน้ำหนักครั้งนี้เพื่ออะไร..... 1.10 ประสบการณ์ที่ผ่านมาเคยลดน้ำหนักมาก่อนไหม (ก)ลดน้ำหนักด้วยวิธีการแบบใด.....เช่น กินยา ออกกำลังกาย ควบคุมอาหาร (ข) ผลที่ได้เป็นอย่างไร.....

	ประเด็นคำถาม
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์	2.1 ประเภทบริการสื่อออนไลน์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.2 ความถี่(ต่อสัปดาห์) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.2 ความถี่(ต่อสัปดาห์) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.3 ระยะเวลา(ต่อชั่วโมง) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.4 ช่วงเวลาใดที่ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.5 สถานที่ใดที่ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์..... 2.6 เหตุผลที่ท่านเปิดรับข้อมูลการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์เพราะอะไร..... 2.7 อุปสรรคและปัญหาของการเปิดรับจากสื่อออนไลน์มีอะไรบ้าง

ส่วนที่ 3 การใช้ข่าวสารลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์

การใช้ข่าวสารลดน้ำหนัก	จากแหล่งสื่อ ใดบ้าง (อาทิ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ เพื่อน พี่สาว แม่ (เป็นต้น)	เนื้อหาเป็นอย่างไร เช่น ชื่อ สรรพคุณ ราคา คุณลักษณะ เด่น รูปลักษณ์สินค้า คุณภาพ สินค้า เป็นต้น	เทคนิคการนำเสนอเป็นอย่างไร เช่น ใช้เป็นคำพูดสั้นๆ หรือคำโฆษณา ลดน้ำหนักได้จริงไม่โยโย่ ไม่มีผลข้างเคียง เป็นต้นๆ หรือใช้รูปภาพดารา หรือ ใช้ รูปภาพก่อนใช้-หลังใช้	บริบทอะไรบ้างเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เกิดจากเพื่อนๆ แฉว เกิดจากสถานการณ์ เกิดจากความต้องการ เกิดจากสถานที่ เกิด จากวัฒนธรรม เป็นต้น
ขั้นที่1) ขั้นรับรู้				
ขั้นที่2) ขั้นค้นหาและประเมิน ทางเลือก				
ขั้นที่3) ขั้นตัดสินใจซื้อหรือ ทดลองใช้				
ขั้นที่4) ขั้นประเมินผลหลังใช้ สินค้า มีความพึงพอใจไหม ไม่พึง พอใจเพราะอะไร				