

ภาคผนวก

แบบสอบถามการศึกษา

เรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค”

คำชี้แจงการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค คำตอบทุกคำตอบจะนำเสนอเป็นภาพรวมเพื่อการศึกษาเท่านั้น

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะเชิงประชากรของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาแบรนด์ของคนไทย

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อและผู้ศึกษาขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบสอบถามไว้ ณ โอกาสนี้

นางสาว สุรวดี สุระประเสริฐ

หลักสูตรการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**“ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม
การใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค”**

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 21-25 ปี () 3. 26-30 ปี
() 4. 31-35 ปี () 5. 36-40 ปี () 6. 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษา / ปวช. () 3. อนุปริญญา
/ ปวส.
() 4.ปริญญาตรี () 5. สูงกว่าปริญญาตรี () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

4. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () 2. รับราชการ
() 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
() 5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () 6. รับจ้าง/ลูกจ้าง
() 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้

- () 1. ไม่เกิน 10,000 บาท () 2. 10,001 – 15,000 บาท
() 3. 15,001 – 20,000 บาท () 4. 20,001 – 25,000 บาท
() 5. 25,001 – 30,000 บาท () 6. 30,001 ขึ้นไป

6. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย / หย่าร้าง/แยกกันอยู่

7. สาขาที่ใช้บริการ

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| () 1. สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว | () 2. สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศน์ |
| () 3. สาขาเซ็นทรัลบางนา | () 4. สาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า |
| () 5. สาขามานูญครอง | () 6. สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต |
| () 7. สาขาเดอะมอลล์บางกะปิ | () 8. สาขาดี อเวนิว รัชโยธิน |
| () 9. สาขาสยามเซ็นเตอร์ | () 10. สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ |
| () 11. สาขาเซ็นทรัลพญา ภิรัช | () 12. สาขาคาร์ฟูร์รัชดา |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิ

ข้อใดต่อไปนี้จะทำให้ท่านตัดสินใจมารับประทานซูชิมากที่สุด	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโฆษณา (Advertising) ของซูชิ					
รูปแบบการโฆษณาของซูชิที่ดึงดูดความสนใจ					
การโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ให้เห็นก่อนถึงร้าน					
การมีป้ายโฆษณารูปแบบอาหารต่าง ๆ ภายในร้าน					
ความหลากหลายของสื่อโฆษณาซูชิ จากวิทยุ/โทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร					
2. การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) ของซูชิ					
การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่นการจัดกิจกรรมมือพิเศษร่วมกับศิลปินเกาหลี WONDER GIRL ฯลฯ					
การร่วมเป็นสปอนเซอร์ในกิจกรรมต่าง ๆ					
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และให้บริการชุมชน					
การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารร้านซูชิผ่านสื่อต่าง ๆ					

ข้อใดต่อไปนี้จะทำให้ท่านตัดสินใจมารับประทาน ซูชิมากที่สุด	ระดับ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
3. การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) ของซูชิ					
การทักทายต้อนรับของพนักงาน					
การได้รับคำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับอาหารจาก พนักงาน					
ความชัดเจนในการรับข้อมูลรายการอาหารที่สั่ง					
พนักงานทำงานอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอน					
ความเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ					
ความเร็วในการให้บริการ					
พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ					
พนักงานมีการจดจำลูกค้าได้					
4. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ของซูชิ					
รายการโปรโมชั่นราคาอาหารชุดที่หลากหลาย					
การสะสมคะแนนเพื่อแลกกับรางวัล					
การใช้บัตรสมาชิก V.I.P. เพื่อสิทธิส่วนลดพิเศษ					
การจัดเกมส์ชิงโชค					
ของแถม ของที่ระลึกต่าง ๆ					
คูปองส่วนลด					
5. การตลาดทางตรง (Direct marketing or Direct Response Marketing) ของซูชิ					
การส่งจดหมายแผ่นพับข่าวสารโปรโมชั่นพิเศษ					
การส่ง E-mail ข่าวสารโปรโมชั่นพิเศษ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค

1. เหตุผลการใช้บริการซูกิชิ

เหตุผลการใช้บริการซูกิชิ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์อาหารของซูกิชิ					
รสชาติอร่อยถูกปาก					
เป็นอาหารที่มีประโยชน์					
อาหารมีความหลากหลาย คุณภาพดี					
มีเมนูพิเศษ เกือบทุกเดือน					
สะอาด และถูกหลักสุขอนามัย					
2. ด้านการเลือกใช้บริการซูกิชิ					
ซูกิชิใกล้บ้าน/สถานศึกษา/ที่ทำงาน					
ซูกิชิมีที่จอดรถสะดวก					
การตกแต่งร้านซูกิชิและบรรยากาศ					
ซูกิชิเป็นที่นิยมกันในสังคม					
ตราสินค้าเป็นที่รู้จักจดจำ (สุกีสายพาน/เตาปิ้งย่าง)					
ซูกิชิมีหลายราคาให้เลือก					
อาหารซูกิชิเหมาะสำหรับทุก ๆ คน					
การบริการที่ดีและมารยาทของพนักงานซูกิชิ					
ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของร้านซูกิชิ					
บุคคลในครอบครัวชื่นชอบรับประทานซูกิชิ					
เพื่อเลี้ยงฉลอง/พบปะสังสรรค์/ติดต่อธุรกิจ					
ซูกิชิมีกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ					

2. ลักษณะการใช้บริการ

ลักษณะการใช้บริการชุกิชิ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. บุคคลที่มีส่วนตัดสินใจในการเลือกรับประทานชุกิชิ					
ครอบครัว					
เพื่อน					
คนรัก					
ตามกระแสสังคม					
2. ลักษณะในการรับประทานชุกิชิ					
รับประทานพร้อมกันทั้งครอบครัว					
รับประทานกับเพื่อน					
รับประทานคนเดียว					
3. ช่วงเวลาที่รับประทานชุกิชิ					
เที่ยง (10.00 น. - 13.00 น.)					
บ่าย (13.01 น. - 16.00 น.)					
เย็น (16.01 น. - 19.00 น.)					
ค่ำ (19.01 น. - 22.00 น.)					
4. วันที่เลือกใช้บริการชุกิชิ					
วันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์)					
วันเสาร์-อาทิตย์					
วันสำคัญต่าง ๆ/ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันแม่ วันพ่อ ฯลฯ					
แล้วแต่โอกาส ไม่สามารถระบุได้					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาธุรกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....