

APPENDIX B

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยของผู้หญิงทำงานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต”

คำอธิบาย: แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในสาขาภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้วิจัยทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยของผู้หญิงทำงานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็นสามส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยของผู้หญิงทำงานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น ขอขอบคุณในความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง: โปรดเติมเครื่องหมาย x ลงใน ☐ โดยเลือกข้อมูลที่ตรงกับความจริงและความคิดของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ _____ ปี

2. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย☐ อนุปริญญา☐ ปริญญาตรี☐ ปริญญาโท☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด☐ สมรสแล้ว☐ หม้าย☐ หย่า

4. รายได้ต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 15,000 บาท☐ 15,001 – 30,000 บาท☐ 30,001 – 45,000 บาท☐ 45,001 – 60,000 บาท☐ 60,001 – 75,000 บาท☐ มากกว่า 75,000 บาท**ส่วนที่ 2 : ประสพการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต**

5. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตกี่ครั้งต่อสัปดาห์

☐ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์☐ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์☐ 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์☐ 7 – 8 ครั้งต่อสัปดาห์☐ 9 – 10 ครั้งต่อสัปดาห์☐ มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์

6. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งเป็นเวลาเท่าใด?

☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง☐ 1 – 3 ชั่วโมง☐ 3 – 5 ชั่วโมง☐ มากกว่า 5 ชั่วโมง

7. จุดประสงค์ในการใช้อินเตอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|-------------------------------------|
| ☐ ทำงาน / เรียนหนังสือ | ☐ หาข้อมูล |
| ☐ ชอปปิ้งออนไลน์ | ☐ ขายออนไลน์ |
| ☐ ความบันเทิง | ☐ สนทนา |
| ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | |

8. ในช่วง 12 เดือน คุณซื้อสินค้าผ่านอินเตอร์เน็ต กี่ครั้ง?

- | | |
|---|---|
| ☐ 1 ครั้งเท่านั้น (โปรดตอบข้อ 8.1) | ☐ 2 – 5 ครั้ง |
| ☐ 6 – 10 ครั้ง | ☐ 11 – 15 ครั้ง |
| ☐ 16 – 20 ครั้ง | ☐ มากกว่า 20 ครั้ง |

8.1 โปรดระบุเหตุผลที่ทำให้คุณซื้อสินค้าผ่านอินเตอร์เน็ตเพียงครั้งเดียว

- | | |
|---|---|
| ☐ ผู้ขายไม่ซื่อสัตย์ / ไม่ไว้วางใจผู้ขาย | ☐ ใช้ระยะเวลานานในการส่งสินค้า |
| ☐ ไม่เชื่อใจระบบการจ่ายเงินล่วงหน้า | ☐ สินค้าด้อยคุณภาพ |
| ☐ ไม่มีสินค้าที่น่าสนใจ | ☐ ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก |
| ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | |

9. คุณเคยซื้อสินค้าใด ผ่านอินเตอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ เครื่องสำอางค์ | ☐ เสื้อผ้า |
| ☐ รองเท้า | ☐ กระเป๋า |
| ☐ หนังสือ | ☐ สินค้าเพื่อความบันเทิง |
| ☐ สินค้าไอที หรือ คอมพิวเตอร์ | ☐ สินค้าเพื่อสุขภาพ |
| ☐ สินค้าหายาก | ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |

10. คุณรู้สึกสบายใจในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ที่จำนวนเงินของสินค้า เป็นเท่าไร?

☐ น้อยกว่า 1,000 บาท

☐ 1,001 – 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ มากกว่า 10,000 บาท

11. คุณเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตที่แพงที่สุด เป็นจำนวนเงินเท่าไร?

☐ น้อยกว่า 1,000 บาท

☐ 1,001 – 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ มากกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยของผู้หญิงทำงานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
12. สินค้าออนไลน์นั้นมีราคาถูกกว่า สินค้าที่ขายทั่วไป					
13. สินค้าออนไลน์ มีข้อมูลมากกว่า สินค้าทั่วไป					
14. สามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการ ออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง					
15. โปรโมชั่น และส่วนลดดึงดูดในซื้อ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต					
16. ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ มากกว่า ทำให้ได้สินค้าที่พึงพอใจ ที่สุด และได้ราคาที่ดี					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
17. ลูกค้าสามารถเลือกผู้ขายได้มากกว่า ทำให้ได้สินค้าที่พึงพอใจที่สุด และได้ราคาที่ดี					
18. การซื้อสินค้าออนไลน์ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่					
19. ยี่ห้อหรือชื่อเสียงบริษัท เป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					
20. ข้อมูลของสินค้า และจำนวนสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย ทำให้ชีวิตของผู้ซื้อง่ายขึ้นกว่าการซื้อสินค้าหรือบริการตามร้านหรือห้างสรรพสินค้า					
21. คำแนะนำจากเพื่อน ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด มีผลต่อการตัดสินใจ					
22. สินค้าที่ได้รับอาจแตกต่างจากที่ได้สั่งซื้อไว้					
23. สินค้าอาจได้รับล่าช้ากว่าที่ได้ตกลงเอาไว้					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
24. การรับประกันสินค้าและการคืน สินค้าอาจทำได้ยากในกรณีที่ ผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้า					
25. ผู้ซื้ออาจเสียเวลานานที่จะเลือกว่า จะซื้อสินค้ายี่ห้อไหน หรือกับ บริษัทใด					

ความคิดเห็นอื่นๆ

.....

.....

.....

.....