ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง "ศึกษาเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร"

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำรายงานโครงการเฉพาะบุคคลของนักศึกษาปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงและตรงตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงและกรุณาตอบทุกข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
   - (1) ชาย
   - (2) หญิง
2. อายุ
   - (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
   - (2) 21 - 25 ปี
   - (3) 26-30 ปี
   - (4) 31 – 35 ปี
   - (5) 36 - 40 ปี
   - (6) 41 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
   - (1) โสด
   - (2) สมรส
   - (3) หม้าย/หย่าร้าง
   - (4) แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
   - (1) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
   - (2) อนุปริญญา
   - (3) ปริญญาตรี
   - (4) ปริญญาโท
   - (5) ปริญญาเอก หรือสูงกว่า

5. อาชีพ

(1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

(3) พนักงานบริษัท (4) เจ้าของกิจการ

(5) อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

(1) 15,000 บาทหรือต่ำกว่า (2) 15,001-30,000 บาท

(3) 30,001-45,000 บาท (4) 45,001-60,000 บาท

(5) 60,001-75,000 บาท (6) 75,001-100,000 บาท

(7) สูงกว่า 100,000 บาท

<u>ส่วนที่ 2</u> ศึกษาพฤติกรรมการเดินเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า

7. ท่านเดินที่ห้างใดเป็นประจำ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(1) สยามพารากอน (2) ดิเอ็มโพเรียม

(3) เดอะมอลล์ (4) เซ็นทรัล

(5) ซีคอนสแควร์ (6) โรบินสัน

(7) สยามเซ็นเตอร์/สยามดิสคอเวอรี่ (8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ตามปกติท่านเดินที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลบ่อยแค่ไหน

(1) หลายครั้งต่อสัปดาห์ (2) สัปดาห์ละครั้ง

(3) เดือนละ 1-2 ครั้ง (4) เดือนละครั้ง

(5) น้อยกว่าเดือนละครั้ง

9. ปกติท่านเดินห้างสรรพสินค้าที่สาขาใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(1) ชิดลม (2) ลาดพร้าว

(3) บางนา (4) ปิ่นเกล้า

(5) พระราม 3 (6) พระราม 2

(7) สีลมคอมเพล็กซ์ (8) รามอินทรา

(9) สีลม (10) วังบูรพา

(11) ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต

10. ปกติท่านมาเดินห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกับใคร

(1) เดินคนเดียว (2) คู่รัก

(3) สามี/ภรรยา (4) ครอบครัว (พ่อ, แม่, ลูก, ญาติ)

(5) เพื่อน (6) อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

11. ท่านมาห้างเดินที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเพื่อ..... (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(1) เลือกซื้อสินค้า (2) รับประทานอาหาร

(3) ชมภาพยนตร์ (4) พบปะสังสรรค์

(5) อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

12. ท่านมักจะเลือกซื้อสินค้าในแผนกใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(1) ซุปเปอร์มาร์เก็ต (2) เสื้อผ้า (ชายหรือหญิง)

(3) เครื่องสำอาง (4) เครื่องใช้ไฟฟ้า

(5) เครื่องเขียน (6) ของเด็กเล่น

(7) กีฬา (8) ฝั่งพลาซ่า

(9) อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

<u>ส่วนที่ 3</u> การวัดระดับการเปิดรับสารเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลผ่านสื่อต่าง ๆ

13. ท่านมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลผ่านทางสื่อต่อไปนี้ในอยู่ระดับใด

ชนิดของสื่อ	มีการเปิดรับทุกวัน (5)	มีการเปิดรับ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ (4)	มีการเปิดรับ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (3)	มีการเปิดรับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (2)	มีการเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ (1)
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					
สื่อกลางแจ้ง					
เว็บไซต์ central.co.th					
เว็บไซต์ทั่วไป (โปรดระบุ)					
ไดเร็คเมล์					
ใบแทรกในสื่อต่างๆ					
แผ่นพับ					
สื่อภายในห้าง เช่น โปสเตอร์ ป้ายผ้า สติ้กเกอร์ ถุงใส่ของ ใบปลิว และอื่นๆ					
การบอกแบบปากต่อปาก					

<u>ส่วนที่ 4</u> การวัดระดับอิทธิพลของการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

14. รูปแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการแบบต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับใด

รูปแบบเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมากที่สุด (5)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมาก (4)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับปานกลาง (3)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับน้อย (2)	ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าน้อยมาก (1)
การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์					
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ					
การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์					
การโฆษณาทางสื่อนิตยสาร					
สื่อกลางแจ้ง					
การโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต					
ไดเร็คเมล์ เช่น จดหมายข่าว หรือ แคตตาล็อก					
การประชาสัมพันธ์					
ใบแทรกในสื่อต่าง ๆ					
แผ่นพับ					
สื่อภายในห้าง เช่น โปสเตอร์ ป้ายผ้า สติ๊กเกอร์ ถุงใส่ของ ใบปลิว และอื่น ๆ					

รูปแบบ เครื่องมือสื่อสาร การตลาด เชิงบูรณาการ	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมากที่สุด (5)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมาก (4)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับปานกลาง (3)	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับน้อย (2)	ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าน้อยมาก (1)
สื่อโฆษณา ณ จุดขาย เช่น ป้ายโปสเตอร์ สติ้กเกอร์ ธงราว ธงแขวน ป้ายติดตามชั้นสินค้า และอื่นๆ					
การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม จับรางวัล					
การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น คอนเสิร์ต รายการบันเทิง การประกวด การจัดการแข่งขัน แจกตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี					

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านสำหรับความร่วมมือที่ท่านได้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการโดยส่วนรวม