

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางโฆษณาออนไลน์

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณา ทำเครื่องหมาย X ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 25 ปี

() 2. 25-30 ปี

() 3. 31-35 ปี

() 4. สูงกว่า 35 ปี

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้

() 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 2. 10,000-15,000 บาท

() 3. 15,001-20,000 บาท

() 4. สูงกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: กรุณา ทำเครื่องหมาย X ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. ท่านชอบรูปแบบโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบใด

() 1. โฆษณาโดยแบนเนอร์ คล้ายไอคอนที่เหลี่ยม

() 2. โฆษณาโดยใช้อีเมล

() 3. โฆษณาโดยป๊อปอัพ (pop up) บนหน้าเว็บ

() 4. โฆษณาโดยผ่านคำค้น หรือ Keyword

2. รูปแบบเนื้อหาของโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่ท่านจดจำได้มีลักษณะใด
- () 1. มีลักษณะสอดคล้องเรื่องตลกขำขัน
 - () 2. มีลักษณะเป็นข้อความเน้นรายละเอียดของสินค้า
 - () 3. มีลักษณะที่แสดงการเปรียบเทียบยี่ห้อสินค้า
 - () 4. มีลักษณะที่แสดงถึงความเป็นสากล
3. รูปแบบของโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตลักษณะใดที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า
- () 1. แสดงโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ
 - () 2. แสดงภาพลักษณ์ของผู้ที่เคยใช้สินค้า
 - () 3. แสดงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้า
 - () 4. แสดงระยะเวลารับประกันชัดเจน
4. รูปแบบของภาพโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตลักษณะใดที่ท่านอยากเห็นมากที่สุด
- () 1. ภาพที่แสดงมีสีสันสวยงามและมีเสียงประกอบที่ดึงดูดใจ
 - () 2. แสดงภาพจริงของสินค้าให้ตรงกับความเป็นจริงที่สุด
 - () 3. แสดงรายละเอียดของสินค้าให้ครบถ้วน
 - () 4. แสดงกรอบโฆษณาที่สามารถอ่านได้ง่าย
5. การนำเสนอโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบใดที่กระตุ้นความสนใจของท่านมากที่สุด
- () 1. มีภาพเคลื่อนไหวประกอบการโฆษณาสินค้า
 - () 2. มีการออกแบบเป็นเกมสนุกๆ สอดแทรกการโฆษณา
 - () 3. ไม่ต้องสมัครเป็นสมาชิกก็สามารถรับชมโฆษณาได้ทันที
 - () 4. ใช้ภาษาไทยทั้งหมดเพื่อให้เข้าใจง่าย

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: กรุณา ทำเครื่องหมาย X ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. ประโยชน์ที่ท่านคาดหวังจากการรับชมโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
 - () 1. ทำให้คุณเป็นคนทันสมัย
 - () 2. ทำให้ตามกระแสสังคมทัน
 - () 3. ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง
 - () 4. สามารถหาข้อมูลได้ทันที
2. ท่านต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อใดในการเปิดรับโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด
 - () 1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
 - () 2. โฆษณาแบนเนอร์ (คล้ายไอคอนสีเหลี่ยม)
 - () 3. โฆษณาป๊อปอัพ (pop up) บนหน้าเว็บ
 - () 4. โฆษณาโดยผ่านคำค้น หรือ Keyword
 - () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
3. ในการเปิดรับโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตท่านได้ใช้ประโยชน์ด้านใดมากที่สุด

() 1. เลือกซื้อระดับบนต์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	() 3. เลือกซื้อสินค้ามือสอง
() 2. เลือกซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ	() 5. เลือกซื้อเครื่องสำอาง
() 4. เลือกสถานที่ท่องเที่ยว	() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ
4. ท่านคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ด้านใดจากโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
 - () 1. ทำให้ได้รับข้อมูลสินค้าและบริการใหม่ๆ
 - () 2. ทำให้ค้นสินค้าและบริการได้ง่าย
 - () 3. ทำให้การซื้อขายสินค้าทำได้รวดเร็วสะดวก
 - () 4. ทำให้ไม่เสียเวลาในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

5. โฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตใดที่ท่านใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
- () 1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
 - () 2. โฆษณาแบนเนอร์
 - () 3. โฆษณาป๊อปอัพ (pop up)
 - () 4. โฆษณาโดยผ่านคำค้น หรือ Keyword
6. ประโยชน์ด้านใดที่ท่านได้รับจากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด
- () 1. โฆษณา pop up ทำให้ทราบข้อมูลได้ทันทีโดยไม่ต้องค้นหา
 - () 2. โฆษณาแบนเนอร์ อ่านได้ง่าย
 - () 3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถคลิกไปยังลิงค์ที่เกี่ยวข้องได้ทันที
 - () 4. โฆษณาโดยผ่านคำค้นสะดวก รวดเร็ว
7. ประโยชน์อื่นนอกเหนือจากความคาดหวังของท่านจากการเปิดรับโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
- () 1. สะดวก รวดเร็ว
 - () 2. ได้ข้อมูลโดยตรงจากเจ้าของสินค้า
 - () 3. ได้รายละเอียดของสินค้าครบถ้วน
 - () 4. สามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของตัวสินค้าจากแหล่งอ้างอิงอื่นได้

ตอนที่ 4 คำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม
คำชี้แจง: กรุณา ทำเครื่องหมาย X ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. ระยะเวลาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์นานเท่าไร
- () 1. ต่ำกว่า 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
 - () 2. 5-9 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
 - () 3. 10-14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
 - () 4. มากกว่า 14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
2. สถานที่ที่ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด
- () 1. ที่บ้าน
 - () 2. ที่ทำงาน
 - () 3. ที่สถานศึกษา
 - () 4. ที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ต

3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใดมากที่สุด
- () 1. 08.00-12.00 น. () 2. 12.00-13.00 น.
 () 3. 13.00 -17.00 น. () 4. หลัง 17.00 น.
4. ท่านชมโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต บ่อยแค่ไหน (ประสบการณ์และนิสัยส่วนบุคคล)
- () 1. ต่ำกว่า 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ () 2. 5-9 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
 () 3. 10-14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ () 4. มากกว่า 14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
5. ท่านมีเหตุผลใดในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต
- () 1. สะดวกรวดเร็ว () 2. ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา
 () 3. สามารถหาข้อมูลได้ตามต้องการ () 4. ราคาถูก
6. ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต
- () 1. ต่ำกว่า 5 ครั้งต่อปี () 2. 5-9 ครั้งต่อปี
 () 3. 10-14 ครั้งต่อปี () 4. มากกว่า 14 ครั้งต่อปี
7. ท่านเปิดรับโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
- () 1. เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน () 2. เพื่อการศึกษา
 () 3. เพื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่า () 4. เพื่อทำธุรกิจ
8. ท่านนิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบใด
- () 1. ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูล (search engine) () 2. รับ-ส่งอีเมล (e-mail)
 () 3. อ่านข่าวและนิตยสาร () 4. เพื่อติดต่อธุรกิจ
9. ท่านนิยมใช้บริการบันเทิงทางอินเทอร์เน็ตด้านใด
- () 1. รับชมรายการ TV Online
 () 2. รับฟังรายการวิทยุออนไลน์
 () 3. เล่นเกมออนไลน์
 () 4. สนทนาผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์
 () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
10. ส่วนใหญ่ท่านนิยมเข้าชมเว็บไซต์ใดทางอินเทอร์เน็ต
- () 1. www.google.com () 2. www.facebook.com
 () 3. www.hotmail.com () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทางโฆษณาออนไลน์

คำชี้แจง: กรุณา ทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านของท่าน

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการในเรื่องต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด	ระดับการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
1. ความน่าสนใจของข้อมูลสินค้า					
2. การให้รายละเอียดในตัวสินค้าครบถ้วน					
3. มีการลำดับความสำคัญของข้อมูลทำให้เข้าใจง่าย					
4. สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้หลากหลายช่องทาง					
5. รูปแบบของสื่อมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับสินค้าเข้าใจง่าย					
6. มีการดาวน์โหลดโปรแกรมต่าง ๆ ฟรี					
7. มีการให้ผู้ชมได้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกเว็บไซต์					
8. มีการส่ง Mailing list (ข่าวแจก) ไปยังสมาชิก ผ่านทาง e-mail					
9. มีการให้บริการ FAQ (ข้อซักถามที่เข้ามาบ่อย ๆ)					
10. มีการให้ร่วมเล่นเกม หรือตอบปัญหาชิงรางวัล					
11. มีการให้บริการ Chat room Web board					
12. ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า					

ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการในเรื่องต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด	ระดับการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
13. มีการใช้สีที่สวยงามดูง่ายไม่แสบตาหรืออ่านข้อมูลยาก					
14. ใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจทำให้อยากติดตามชมจนจบ					
15. ขอความที่ใส่เข้าใจง่ายจัดระเบียบได้สวยงาม					
16. เสียงประกอบทำให้สินค้าหรือบริการน่าติดตามชม					
17. แอนิเมชันที่ใช้มีความสวยงามน่าสนใจ					
18. มีการให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาการ ของสินค้าใหม่ๆ					
19. มีข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย					
20. มีการ Update ข้อมูลสินค้าตัวอย่างสม่ำเสมอ					
21. ความรวดเร็วในการ Download มีส่วนทำให้เข้าชมบ่อย					
22. ความง่ายในการท่องเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ สะดวก					
23. มี Links (เชื่อมโยง) ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ได้สะดวก					

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สาธาณแวง.
- กิริติ อภาพันธุ์. (2553). คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. *วารสาร กทช*, 2(2), 48-55.
- กันยา สุวรรณแสง. (2532). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บำรุงสาส์น.
- ชัยพฤกษ์ ไพบูลธรรมโรจน์. (2543). *ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร. (2544). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดงานแสดง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฏยา จรุงกาญจนกุล. (2541). *การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไอทีปริทัศน์.
- ดารา ทีปะपाल. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- เดือนจิต ตาเรือนสอน. (2547). *พฤติกรรมองค์การ*. ตาก: วิทยาลัยลุ่มน้ำปิง, สาขาการจัดการ.
- ชนศักดิ์ โคมโลหก. (2544). *พฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อต่าง ๆ เพื่อการเข้าถึงเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีรพล ภูริต (2544). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์.

- ทวิศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2540). *การสื่อสารมวลชนพิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์การพิมพ์.
- ประเวศ วงษ์คำชัย. (2552). *หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดี.
- พีระ จิระโสภณ. (2533). การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 11)*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พัชสิทธิ์กานต์ คเชนทร์ชัย. (2553). วิชาขายสินค้าแพชั่นด้วยคอมมูนิตี้ออนไลน์. *นิตยสารอี-คอมเมิร์ซ*, 138(4), 47-58.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2552). *Marketing Click: กลเม็ดเคล็ดลับ การตลาดออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ลดาวัลย์ ยมจินดา และสุพรรณิ มังคะลี. (2535). *หลักการโฆษณา (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2551). *เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนวิชา TM 754*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บัณฑิตวิทยาลัย.
- วัชระ โรจน์เรืองรัตน์. (2543). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์-นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมชัย จิว. (2540). มาลี...มาสร้าง Web Site มาทำเงินบนอินเทอร์เน็ตกัน. *นิตยสารคู่แข่ง* นิวเอจ, 17(2), 75-77.

- สร้อยตระกูล (ติรยานนท์) อรรถมานะ. (2548). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุนีย์ เตชะวัฒนะสมบูรณ์. (2537). *สุดยอดโฆษณาออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แจ่มใส
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ดวงกมลสมัย.
- ศุภิกา ดวงมณี. (2539). *การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเวปไซด์ไวด์เว็บของสื่อมวลชนไทย*.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.
- ศุภชัย สุชะนินทร์. (2542). *ง่าย ๆ กับธุรกิจการค้าบนอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศุภรศม์ ฐิติกุลเจริญ. (2540). *ทฤษฎีการสื่อสาร (communication theory)*. กรุงเทพ-
มหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2553). *จำนวนผู้ใช้
อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยปี 52*. ค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2553, จาก
<http://www.nectec.or.th>
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต. (2542). *การเขียนในสื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach* (8th ed.).
New York: Houghton Mifflin.
- Best, J. W. (1986). *Research in education* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ:
Prentice-Hall.
- Defleur, M. D., & Windahl, S. (1989). *Communication models*. New York:
Longman.
- Ellsworth, J. H., & Ellsworth, M. V. (1997). *Marketing on the Internet*.

- Kippax, S., & Murray, J. P. (1980). Using the mass media: Need gratification and perceived utility. *Communication Research*, 7(3), 335-360.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of mass communication*. New York: Free Press.
- Macbride, S. (1980). *Consumer behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winson.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using communication theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Merrill, J. C., & Lowerstein, R. L. (1971). *Media, messages, and men: New perspectives in communication*. New York: D. McKay.
- Murphy, R. D. (1977). *Mass communication and interaction*. Boston: Houghton Mifflin.
- Ruben, B. D. (1984). *Communication and human behavior*. New York: Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Solomon, M. R. (2004). *Consumer behavior: Buying, having and being* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Wilbur, S. (1964). *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*. Standford, CA: Standford University Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

Zeff, R., & Aronson, B. (1999). *Advertising on the Internet* (2nd ed.).

New York: Wiley.

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวรัตนกร เสริณสุขสัมฤทธิ์
วัน เดือน ปี เกิด 28 มกราคม 2523
สถานที่เกิด จังหวัดฉะเชิงเทรา
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
จากโรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
ปีการศึกษา 2542
สำเร็จปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต
จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2546

ตำแหน่งหน้าที่
การงานปัจจุบัน ชุรกิจส่วนตัว

