





แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry กรณีศึกษา นักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษางานวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องกับความเป็นจริง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 18 ปี () 18 – 20 ปี
() 21 – 23 ปี () มากกว่า 23 ปีขึ้นไป
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 8,000 บาท
() 8,001 – 12,000 บาท () 12,001 – 15,000 บาท
() มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสารจากการสื่อสารการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว
การเปิดรับสื่อในด้านความถี่

ความบ่อยในการพบ/เห็น/เจอ กับเครื่องมือการ สื่อสารการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberryจากสื่อต่างๆ	บ่อยมาก (4)	ค่อนข้าง บ่อย (3)	ไม่ค่อย บ่อย (2)	นานๆ ครั้ง (1)
1.โฆษณาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry จาก สื่อต่างๆ ของค่ายต่าง (Advertising)				
2.ข่าวคราวการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมที่ จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ของค่ายต่างๆ (Public Relations)				
3.การลดแลกแจกแถมในรูปแบบต่างๆ ของค่าย ต่างๆ ที่ทำกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Sales Promotion)				
4. โอกาสที่ได้พูดคุย พบปะกับพนักงานขายของ ค่ายต่างๆ ที่ทำการขาย / แนะนำให้ข้อมูล/ไม่ว่า จะเป็นตัวต่อตัว หรือ ทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Personal Selling)				
5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด / เปิดตัวให้จอง / ตามบูธในศูนย์การค้า / โรงแรม ฯลฯ (Marketing Event)				
6.โอกาสที่ได้อ่านเอกสาร/จดหมาย/แผ่นพับ / Brochure ที่ส่งตรงถึงบ้าน ของค่ายต่างๆ (Direct Marketing)				
7.เคยเห็นและหรือเคยได้รับของชำร่วย ข้าวของ เครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์ของ Blackberry ติดอยู่ ของค่ายต่างๆ (Specialty Advertising)				

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับ

มีส่วนสร้างความน่าเชื่อถือ / ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ที่ได้จากการเปิดรับจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาด ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ของค่ายต่างๆ	น่าเชื่อ ถือมาก (4)	ค่อนข้าง น่าเชื่อ ถือ (3)	ไม่ค่อย น่าเชื่อ ถือ (2)	ไม่ น่าเชื่อ ถือเลย (1)
1.โฆษณาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry จากสื่อ ต่างๆ (Advertising)				
2.ข่าวคราวการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมที่จัด ขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Public Relations)				
3.การลดแลกแจกแถมในรูปแบบต่างๆของค่ายต่างๆที่ ทำกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry มีส่วนสร้างความ น่าเชื่อถือต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Sales Promotion)				
4. โอกาสที่ได้พูดคุย พบปะกับพนักงานขายของค่าย ต่างๆ ทำการขาย / แนะนำให้ข้อมูล/ ไม่ว่าจะเป็นตัวต่อ ตัว หรือ ทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Personal Selling)				
5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด / เปิดตัวให้จอง / ตามบูธที่ในศูนย์การค้า / โรงแรม ฯลฯ มีส่วนสร้าง ความน่าเชื่อถือต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Marketing Event)				
6 ข้อมูลที่ได้อ่านเอกสาร/จดหมาย/แผ่นพับ / Brochure ที่ส่งตรงถึงบ้าน (Direct Marketing)				
7.ของชำร่วย ข้าวของเครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์ มี ส่วนสร้างความน่าเชื่อถือต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ BlackberryBlackberry ดิจออยู่ (Specialty Advertising)				

ความชอบที่มีต่อข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับ

ความชอบที่มีต่อข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับจาก เครื่องมือการสื่อสารการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ของค่ายต่างๆ	ชอบ มาก (4)	ค่อนข้าง ชอบ (3)	ไม่ค่อย ชอบ (2)	ไม่ชอบ เลย (1)
1.โฆษณาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry จากสื่อ ต่างๆ (Advertising)				
2.ข่าวคราวการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมที่จัด ขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Public Relations)				
3.วิธีการลดแลกแจกแถมในรูปแบบต่างๆของค่ายต่างๆ ที่ทำกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Sales Promotion)				
4. การได้มีโอกาสที่ได้พูดคุย พบปะกับพนักงานขาย ของค่ายต่างๆ ทำการขาย / แนะนำให้ข้อมูล/ ไม่ว่าจะเป็น เป็นตัวต่อตัว หรือ ทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry(Personal Selling)				
5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด / เปิดตัวให้จอง / ตามบูธที่ในศูนย์การค้า / โรงแรม ฯลฯ ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ที่ค่ายต่างๆได้จัดขึ้น (Marketing Event)				
6 ข้อมูลที่ได้อ่านเอกสาร/จดหมาย/แผ่นพับ / Brochureที่ส่งตรงถึงบ้าน (Direct Marketing)ของค่าย ต่างๆ				
5.ของชำร่วย ข้าวของเครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry Blackberry ติดอยู่ ของ ค่ายต่างๆ(Specialty Advertising)				

การนำข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับไปใช้

การนำข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับจากเครื่องมือ การสื่อสารการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ของค่ายต่างๆไปใช้ในการตัดสินใจ	มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ มาก (4)	ค่อนข้าง มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ (3)	ไม่ค่อยมี ส่วนต่อ การ ตัดสินใจ (2)	ไม่มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ เลย (1)
1.ข้อมูลที่ได้จากโฆษณาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberryจากสื่อต่างๆ (Advertising)				
2.ข่าวคราวการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรม ที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Public Relations)				
3.วิธีการลดแลกแจกแถมในรูปแบบต่างๆของ ค่ายต่างๆที่ทำกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Sales Promotion)				
4. การได้มีโอกาสที่ได้พูดคุย พบปะกับพนักงาน ขายของค่ายต่างๆ ทำการขาย / แนะนำให้ ข้อมูล/ ไม่ว่าจะเป็นตัวต่อตัว หรือ ทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry (Personal Selling)				
5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด / เปิดตัวให้จอง /ตามบูธที่ในศูนย์การค้า / โรงแรม ฯลฯ ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ที่ค่ายต่างๆได้จัด ขึ้น (Marketing Event)				
6 ข้อมูลที่ได้อ่านเอกสาร/จดหมาย/แผ่นพับ / Brochureที่ส่งตรงถึงบ้าน (Direct Marketing) ของค่ายต่างๆ				

การนำข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับจากเครื่องมือ การสื่อสารการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ของค่ายต่างๆไปใช้ในการตัดสินใจ	มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ มาก (4)	ค่อนข้าง มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ (3)	ไม่ค่อยมี ส่วนต่อ การ ตัดสินใจ (2)	ไม่มีส่วน ต่อการ ตัดสินใจ เลย (1)
7.ของชำร่วย ข้าวของเครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์ ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ติดอยู่ ของ ค่ายต่างๆ (Specialty Advertising)				

ตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อ /แนวโน้มของการซื้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับของความเห็นที่ตรงกับท่านด้วยเพียงข้อเดียว

- ขณะนี้ท่านมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ใช้อยู่หรือไม่
() ใช่ (ปิดคำถาม) () ไม่ใช่
- ท่านสนใจจะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ในอนาคตอันใกล้หรือไม่
() สนใจอย่างยิ่งที่จะซื้อ () ค่อนข้างสนใจที่จะซื้อ
() ค่อนข้างไม่สนใจที่จะซื้อ () ไม่สนใจซื้อแน่นอน

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบคำถาม
และความคิดเห็นมา ณ โอกาสนี้ด้วย