

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- การเติบโตและประโยชน์ของไดเรกต์มาร์เก็ตติ้ง. คู่แข่งรายสัปดาห์. (4-10 ตุลาคม 2542).
- เกยูร ชิวหากาญจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชวีญเรือน กิติวิวัฒน์. แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร, พลศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.
- โฆษณาผ่านเน็ตอรวันรุ่ง ธุรกิจรายใหญ่วิ่งจอบุ่น. คอลัมน์วิเคราะห์. ฐานเศรษฐกิจ. (ปีที่ 20 ฉบับวันที่ 13-15 เมษายน 2543).
- จับตาชายตรง "เอ็มไอจี" อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง. ไทยโพสต์. (20 มีนาคม 2541).
- ช่องทางขายบน "เน็ต" แรงแสดงสินค้าโฆษณารับลูกปรับตัว. ฐานเศรษฐกิจ. (ปีที่ 20 ฉบับวันที่ 1,449 วันที่ 2-5 มกราคม 2543).
- ต้น "โฆษณาแฝงทีวี" ให้กก.สคบ.ชี้ขาด. ไทยโพสต์. (9 เมษายน 2541).
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2535.
- ธีระพล ท่วมชุมพร. การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และเหตุผลของการตัดสินใจซื้อวิทยุติดตามตัวของเยาวชนที่ศึกษาในอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นายกสมาคมฯชี้วิกฤติเศรษฐกิจทำลายตลาดแบบตรงนวม. ฐานเศรษฐกิจ. (1 สิงหาคม 2542).
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. พฤติกรรมกรรมการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของคนกรุงเทพฯและปริมาณขล. 28 พฤษภาคม 2540.
- بيب "ชายตรง" เข้าเกมค้าปลีก เทพันล้านโฆษณาเร่งตลาด. ธุรกิจการตลาด. (1 มีนาคม 2543).
- ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน:กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539.
- ปัทมาวรรณ รุ่งศิริวงศ์. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาเพื่อการตอบกลับโดยตรงทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ปริยบุตร ปัญจวงศ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาที่ภูหลวง อ.เมือง จ.นราธิวาส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ผลิตสื่อประชันชายตรงทางทีวี ชูลงคาบตันที่หากเกินจริง. ไทยโพสต์. (16 เมษายน 2541).

ผู้บริโภคคิดอย่างไรกับโฆษณาขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์. ฉลาดซื้อ, ฉบับที่ 29

กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2542.

เผยโฉม "จีเน่" คนรุ่นใหม่แห่งเอเชีย. คู่แข่ง Classic, ฉบับที่ 237 ปีที่ 17, สิงหาคม 2540.

เฟื่องฟ้า อัมพรถกิต. ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโฆษณาทางไปรษณีย์: ศึกษากรณีผู้ใช้บัตรเครดิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

รัตนฤดี เตชะอินทราวาศ. การสื่อสารการตลาด ณ จุดขายและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วาสนา ปัญญาวงศ์. "Monitor 2541 เมาจริงสื่อสิ่งพิมพ์", นิตยสารคู่แข่ง (ธันวาคม 2540-มกราคม 2541)

วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. การตลาดทางตรง ช่องทางการขยายตลาด. กรุงเทพมหานคร. (5 กุมภาพันธ์ 2543).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : วิไลทัศน์พัฒนา, 2538.

ศุภกัญญา นานนิตธาดา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539

สมควร เจริญสุข. พฤติกรรมผู้บริโภคและ ความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุนนา วรสุดร. ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อัญชนิ วิชยาภัย นุนนาค. การแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อัญชลี ธรรมวิจารณ์. อนาคตของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อัญชลี เรื่องสันติโยธิน. ผลของการโฆษณาทางไปรษณีย์ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของคนวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย). การศึกษาวิจัยเจาะลึกค่านิยมกลุ่มจีนี. เจาะลึกค่านิยมกลุ่มจีนี, 2540.

ภาษาอังกฤษ

Advertising Age. DMA Surveys users, non-users of direct media. 25 October 1999.

Arens, W. F. Contemporary Advertising. 7th ed. New York : McGraw-Hill, 1999.

Assael, H. Consumer Behavior And Marketing Action. 5th ed. Cincinnati, Ohio : South-Western College Publishing, 1995.

Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., Emith, E. E., and Bem, D. J. Introduction to Psychology. 11th ed. Florida, United States of America : Harcourt Brace College Publishers, 1993.

Berkman, H. W., Lindquist, J. D., and Sirgy, M. J. Consumer Behavior. Lincolnwood (Chicago), ILL : NTC Business books, 1997.

Bird, D. Commonsense Direct Marketing. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1994.

Bvee, C. L., Thill, J. V., Dovel, G. P., and Wood, M. B. Advertising Excellence. 1st ed. New York : McGraw-Hill, Inc., 1995.

Donthu, N., and Garcia, A. The Internet Shopper. Journal of Advertising Research. (May / June 1999) : 52-57.

Evans, J. R., and Berman, B. Marketing. 5th ed. Macmillan, 1990.

French, P., and Crabble, M. One Billion Shoppers : Accessing Asia's Consuming Passions and Fast-Moving Markets-After the Meltdown. 1st ed. Finland : Werner Soderstrom Oy., 1998.

- Jenkins, F. The Secrets of Successful Direct Response Marketing. Great Britain : Billings of Worcester Ltd, 1988.
- Klapper, J. T. The Effects of Mass Communication. New York : The Free Press, 1980.
- Kobs, J. Profitable Direct Marketing. 1st ed. U.S.A. : Crain Books, 1979.
- Korgaonkar, P. K., Karson, E. J., and Akaah, I. Direct Marketing Advertising: The Assents, the Dissents, and the Ambivalents. Journal of Advertising Research. (September / October 1997) : 41-53.
- Kotler, P. Marketing Management. 9th ed. London : Prentice-Hall, 1997.
- Lefrancois, G. R. Psychology. Belmont, California : Wadsworth Publishing Company, 1980.
- Linnerman, R. E., and Staton, J. L., Jr. Making Niche Marketing Work: how to grow bigger by acting smaller. Singapore : McGraw-Hill Book Co., 1993.
- McCombs, M. E., and Becker, L. B. Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs : N. J. Prinxtice Hall, 1979.
- McDaniel, L. H. Marketing. 4th ed. South-Western College Publishing, 1998.
- McDonald, W. J. Direct Marketing: An Integrated Approach. Singapore : The McGraw-Hill Book Co., 1998.
- Roberts, M. L., and Berger, P. D. Direct Marketing Management. 1st ed. London : Prentice-Hall, 1989.
- Rosenbloom, B. Marketing Channels: A Management View. 5th ed. United States of America : The Dryden Press, 1995.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. Consumer Behavior. 5th ed., 6th ed. Englewood Chiffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1994, 1997.
- Schutte, H., with Ciarlante, D. Consumer Behavior in Asia. 1st ed. Great Britain : New York University Press, 1998.
- Shimp, T. A. Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications. 4th ed. Florida : The Dryden Press, 1997.
- Solomon, M. R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. United States of America : Allyn and Bacon, 1991.

- Statt, D. A. Understanding the Consumer: A Psychological Approach. London : Macmillan Press LTD, 1997.
- Stone, B. Successful Direct Marketing Methods. 6th ed. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1997.
- Stone, M., Davies, D., and Bond, A. Direct Hit: Winning Direct Marketing Campaigns. 1st ed. London : Pitman Publishing, 1995
- Stone, B., and Wyman, J. Successful Telemarketing: Opportunities and Techniques for Increasing Sales and Profits. 1st ed. Lincolnwood, ILL : NTC Business Books, 1986.
- Wells, W., Burnett, J., and Moriarty, S. Advertising: Principles And Practice. 3rd ed. Englewood Chiffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1995.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

(เฉพาะผู้มีอายุ 20 - 29 ปี)

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับ ทักษะสติ และพฤติกรรมการซื้อขายของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีต่อการตลาดทางตรง"
วัตถุประสงค์ เป็นการวิจัยเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุณาระบุคำตอบโดยการขีดเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. ปัจจุบันท่านมีอายุเท่าไร
 1. น้อยกว่า 20 ปี (ปิดการสัมภาษณ์) 2. 20 - 24 ปี
 3. 25 - 29 ปี 4. 30 ปีขึ้นไป (ปิดการสัมภาษณ์)
3. ระดับการศึกษาของท่านในปัจจุบัน
 1. น้อยกว่าระดับปริญญาตรี 2. ระดับปริญญาตรี
 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี
4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอะไร
 1. พนักงานบริษัทเอกชน 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. ช่างราชการ 4. ค้าขาย / ประกอบอาชีพส่วนตัว
 5. ไม่ได้ทำงานหรือประกอบอาชีพ (ปิดการสัมภาษณ์)
5. ท่านมีรายได้ส่วนตัวเดือนละเท่าไร
 1. ต่ำกว่า 9,000 บาท 2. 9,001 - 10,000 บาท
 3. 10,001 - 20,000 บาท 4. 20,001 - 30,000 บาท
 5. 30,001 - 40,000 บาท 6. 40,001 - 50,000 บาท
 7. 50,001 - 60,000 บาท 8. มากกว่า 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 การเปิดรับและพฤติกรรมกรการซื้อขายผ่านการตลาดทางตรง

- สื่อการตลาดทางตรง : ไปรษณีย์ (Direct mail)

6. ท่านเคยได้รับโฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์ หรือไม่
 1. เคย 2. ไม่เคย ห้ามไปตอบข้อ 17
7. ท่านเคยได้รับโฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์ ในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. ใบปลิว (สิ่งพิมพ์กระดาษแผ่นเดียวหรือมีรอยพับ 1 หรือ 2 ครั้ง ซึ่งมักจะส่งคู่มากับจดหมาย เพื่ออธิบายรายละเอียดของสินค้า / บริการ)
 2. แผ่นพับ (มีขนาดใหญ่กว่าใบปลิว มีข้อความที่อธิบายเกี่ยวกับสินค้าและมีรูปภาพประกอบมากกว่าใบปลิว)
 3. หนังสือคู่มือ (หนังสือบางๆเย็บเล่ม มีข่าวสารข้อมูลมากกว่าแผ่นพับ ข้อความเป็นรายละเอียดที่ให้อ้างอิงเกี่ยวกับสินค้ามากกว่าเป็นข้อความเรียกร้องความสนใจให้ซื้อสินค้า)
 4. แคตตาล็อก (หนังสือแนะนำสินค้าเฉพาะฤดูกาลหรือรายปี มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า)
 5. ไปรษณียบัตร (มีข้อความสั้น อ่านง่าย มักจะเป็นลักษณะเชิญชวนผู้บริโภคให้มาที่ร้าน)

8. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านได้รับโฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์บ่อยครั้งเพียงใด

- 1. ไม่ได้รับเลย
- 2. 1-3 ฉบับ
- 3. 4-6 ฉบับ
- 4. มากกว่า 6 ฉบับ

9. ส่วนใหญ่ท่านอ่านโฆษณาดังกล่าวที่ท่านได้รับหรือไม่ อย่างไร

- 1. ไม่สนใจดู / อ่าน
- 2. ดูเฉพาะรูปภาพสินค้า แต่ไม่อ่านรายละเอียด
- 3. ดูรูปภาพสินค้าและอ่านข้อความโฆษณาอย่างคร่าวๆ
- 4. ดูรูปภาพสินค้าและอ่านข้อความโฆษณาอย่างละเอียด

10. ท่านเคยสั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่โฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์หรือไม่

- 1. ไม่เคยสั่งซื้อเลย ข้ามนไปตอบข้อ 15
- 2. เคยสั่งซื้อบ้าง (1-3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 3. สั่งซื้อมาแล้วหลายครั้ง (4-6 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 4. สั่งซื้ออยู่บ่อยๆ (7-9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 5. สั่งซื้อเป็นประจำ (มากกว่า 9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)

11. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อ คือ.....

หลังจากท่านสั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่โฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์แล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
12. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
13. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

14. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อมาแล้ว ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาเสนอขายทางไปรษณีย์ต่อไปหรือไม่

- ซื้อแน่นอน
- น่าจะซื้อ
- ไม่แน่
- น่าจะไม่ซื้อ
- ไม่ซื้อแน่นอน

15. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
- 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย
- 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
- 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า
- 5. ชอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างฯ มากกว่า
- 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
- 7. ยังไม่สนใจในสินค้าบริการที่น่าเสนอ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. กรณีที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์หรือไม่

- ซื้อแน่นอน
- น่าจะซื้อ
- ไม่แน่
- น่าจะไม่ซื้อ
- ไม่ซื้อแน่นอน

- สื่อการตลาดทางตรง : โทรศัพท์

17. ท่านเคยได้รับการเสนอขายสินค้า / บริการทางโทรศัพท์ หรือไม่

- 1. เคย
- 2. ไม่เคย ข้ามไปตอบข้อ 27

18. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านได้รับการเสนอขายสินค้า / บริการทางโทรศัพท์ ป้อยครั้งเพียงใด

- 1. ไม่ได้รับเลย
- 2. 1-3 ครั้ง
- 3. 4-6 ครั้ง
- 4. มากกว่า 6 ครั้ง

19. เมื่อท่านได้รับการเสนอขายสินค้า / บริการทางโทรศัพท์ ท่านกระทำอย่างไร

- 1. ขวางสายทันที
- 2. รับฟังเพียงเล็กน้อย
- 3. รับฟังค่อนข้างมาก
- 4. รับฟังตั้งแต่ต้นจนจบ

20. ท่านเคยสั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่เสนอขายทางโทรศัพท์หรือไม่

- 1. ไม่เคยสั่งซื้อเลย ข้ามไปตอบข้อ 25
- 2. เคยสั่งซื้อบ้าง (1-3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 3. สั่งซื้อมาแล้วหลายครั้ง (4-6 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 4. สั่งซื้ออยู่บ่อยๆ (7-9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
- 5. สั่งซื้อเป็นประจำ (มากกว่า 9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)

21. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อ คือ.....

หลังจากที่ท่านได้สั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่เสนอขายทางโทรศัพท์แล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
22. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
23. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

24. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อมาแล้ว ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาเสนอขายทางโทรศัพท์ต่อไปหรือไม่

25. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการจากการเสนอขายทางโทรศัพท์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
- 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย
- 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
- 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า
- 5. ขอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างมากกว่า
- 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
- 7. ยังไม่สนใจในสินค้า/บริการที่นำเสนอ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

26. กรณีที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาเสนอขายทางโทรศัพท์หรือไม่

- สื่อการตลาดทางตรง : โทรทัศน์

27. ท่านเคยเห็นโฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์ (โฆษณาที่เสนอขายสินค้า / บริการทางโทรทัศน์ โดยสามารถสั่งซื้อกับบริษัทเจ้าของสินค้า / บริการโดยตรงทางโทรศัพท์หรือไปรษณีย์) หรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย ข้ามไปตอบข้อ 38

28. ท่านเคยเห็นโฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์ในรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โฆษณา ความยาว 1-2 นาที 2. รายการนำเสนอขายสินค้า ความยาว 30 นาที

29. ท่านเห็นโฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

1. นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง) 2. ไม่ค่อยบ่อย (1-3 ครั้ง / สัปดาห์)
 3. ค่อนข้างบ่อย (4-6 ครั้ง / สัปดาห์) 4. บ่อยมาก (มากกว่า 6 ครั้ง / สัปดาห์)

30. เมื่อท่านพบโฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์ ท่านสนใจหรือตั้งใจดูมากน้อยเพียงใด

1. ไม่สนใจดูเลย 2. ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง
 3. ค่อนข้างจะสนใจดู 4. สนใจหรือตั้งใจดูตั้งแต่ต้นจนจบ

31. ท่านเคยสั่งซื้อสินค้า / บริการ จากการขายตรงทางโทรทัศน์หรือไม่

1. ไม่เคยสั่งซื้อเลย ข้ามไปตอบข้อ 38
 2. เคยสั่งซื้อบ้าง (1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี)
 3. สั่งซื้อมาแล้วหลายครั้ง (4-6 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี)
 4. สั่งซื้ออยู่บ่อยๆ (7-9 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี)
 5. สั่งซื้อเป็นประจำ (มากกว่า 9 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี)

32. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อ คือ.....

หลังจากที่ท่านได้สั่งซื้อสินค้า / บริการ จากการขายตรงทางโทรทัศน์แล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
33. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
34. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

35. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อมาแล้ว ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการจากการขายตรงทางโทรทัศน์ต่อไปหรือไม่

- ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

36. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการจากการขายตรงทางโทรทัศน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ 5. ชอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างมากกว่า
 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า 7. ยังไม่สนใจในสินค้า/บริการที่นำเสนอ
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

37. กรณีที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการจากการขายตรงทางโทรศัพท์หรือไม่

แน่นอน
 น่าจะซื้อ
 ไม่น่า
 น่าจะไม่ซื้อ
 ไม่ซื้อแน่นอน

- สื่อการตลาดทางตรง : หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

ท่านเคยเห็นโฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร (โฆษณาที่เสนอขายสินค้า / บริการทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร โดยสามารถสั่งซื้อกับบริษัทเจ้าของสินค้า / บริการโดยตรงทางโทรศัพท์หรือไปรษณีย์) หรือไม่บ่อยครั้งเพียงใด

	บ่อยมาก (มากกว่า 6 ครั้ง / สัปดาห์)	ค่อนข้างบ่อย (6-4 ครั้ง / สัปดาห์)	ไม่ค่อยบ่อย (3-1 ครั้ง / สัปดาห์)	นานๆครั้ง (น้อยกว่าสัปดาห์ ละครั้ง)	ไม่เคยเลย
38. หนังสือพิมพ์					(ข้ามไปตอบข้อ 56)
39. นิตยสาร					(ข้ามไปตอบข้อ 56)

เมื่อท่านพบโฆษณาดังกล่าว ท่านอ่านหรือไม่ อย่างไร

	ดูรูปภาพสินค้าและอ่านข้อความโฆษณาอย่างละเอียด	ดูรูปภาพสินค้าและอ่านข้อความโฆษณาอย่างคร่าวๆ	ดูเฉพาะรูปภาพสินค้าแต่ไม่อ่านรายละเอียด	ไม่สนใจดู / อ่าน
40. หนังสือพิมพ์				
41. นิตยสาร				

ท่านเคยสั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสารหรือไม่ บ่อยครั้งเพียงใด

	สั่งซื้อเป็นประจำ (มากกว่า 9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)	สั่งซื้ออยู่บ่อยๆ (7-9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)	สั่งซื้อมาแล้วหลายครั้ง (4-6 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)	เคยสั่งซื้อบ้าง (1-3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)	ไม่เคยสั่งซื้อ
42. หนังสือพิมพ์					(ข้ามไปตอบข้อ 48)
43. นิตยสาร					(ข้ามไปตอบข้อ 54)

44. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อจากโฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ คือ.....

หลังจากที่ท่านได้สั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์แล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

หนังสือพิมพ์	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
45. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
46. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

47. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อ ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ต่อไปหรือไม่

ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

48. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
- 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย
- 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
- 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า
- 5. ขอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างมากกว่า
- 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
- 7. ยังไม่สนใจในสินค้า/บริการที่น่าเสนอ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

49. กรณีที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์หรือไม่

ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

50. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อจากโฆษณาขายตรงทางนิตยสาร คือ.....

หลังจากที่ท่านได้สั่งซื้อสินค้า / บริการ ที่โฆษณาขายตรงทางนิตยสารแล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

นิตยสาร	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
51. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
52. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

53. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อ ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางนิตยสารต่อไปหรือไม่

ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

54. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางนิตยสาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
- 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย
- 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
- 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า
- 5. ขอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างมากกว่า
- 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
- 7. ยังไม่สนใจในสินค้า/บริการที่น่าเสนอ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

55. กรณีที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการที่โฆษณาขายตรงทางนิตยสารหรือไม่

ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

- สื่อการตลาดทางตรง : อินเทอร์เน็ต (Internet)

56. ท่านเคยพบ / เปิดเข้าไปดูโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย ชำมไปตอบข้อ 66

57. ท่านพบ / เปิดเข้าไปดูโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งเพียงใด

1. นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง) 2. ไม่ค่อยบ่อย (1-3 ครั้ง / สัปดาห์)
 3. ค่อนข้างบ่อย (4-6 ครั้ง / สัปดาห์) 4. บ่อยมาก (มากกว่า 6 ครั้ง / สัปดาห์)

58. ท่านเปิดเข้าไปดูโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตที่ท่านสนใจในลักษณะอย่างไร

1. ดูเฉพาะรูปภาพ ไม่อ่านข้อมูล 2. อ่านข้อมูลเพียงช่วงต้นๆ
 3. อ่านข้อมูลคร่าวๆ เน้นเฉพาะที่น่าสนใจ 4. อ่านข้อมูลทั้งหมดโดยละเอียด

59. ท่านเคยสั่งซื้อสินค้า / บริการ จากโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่

1. ไม่เคยสั่งซื้อเลย ชำมไปตอบข้อ 64
 2. เคยสั่งซื้อบ้าง (1-3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
 3. สั่งซื้อมาแล้วหลายครั้ง (4-6 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
 4. สั่งซื้ออยู่บ่อยๆ (7-9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)
 5. สั่งซื้อเป็นประจำ (มากกว่า 9 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี)

60. ประเภทสินค้า / บริการส่วนใหญ่ที่ท่านเคยสั่งซื้อ คือ.....

หลังจากท่านได้สั่งซื้อสินค้า / บริการจากโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตแล้ว ท่านพอใจในประเด็นต่อไปนี้หรือไม่

	พอใจอย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างมาก
61. ระยะเวลาในการได้รับสินค้า / บริการ					
62. คุณภาพของสินค้า / บริการที่ได้รับ					

63. กรณีที่ท่านเคยสั่งซื้อ ท่านคิดว่าจะยังสั่งซื้อสินค้า / บริการจากโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตต่อไปหรือไม่

- ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

64. เหตุผลที่ท่านไม่เคยสั่งซื้อสินค้า / บริการจากโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ 5. ชอบไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าหรือห้างมากกว่า
 2. ไม่มั่นใจในราคาที่เสนอขาย 6. ไม่มั่นใจในการจัดส่งสินค้า
 3. ไม่มั่นใจในบริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ
 4. ไม่ได้สัมผัสตัวสินค้า 7. ยังไม่สนใจในสินค้าบริการที่น่าเสนอ
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

65. กรณีที่ไม่เคยสั่งซื้อ ท่านคาดว่าจะมีโอกาสสั่งซื้อสินค้า / บริการจากโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่

- ซื้อแน่นอน น่าจะซื้อ ไม่แน่ น่าจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

ส่วนที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อการตลาดทางตรง

(ข้อ 66 – 138 โปรดทำทุกข้อ)

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์

โฆษณาขายตรงทางไปรษณีย์.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
66. ให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการได้มาก					
67. เสียง เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
68. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการที่ทันสมัย					
69. ให้ความเพลิดเพลิน					
70. โฆษณาเกินจริง					
71. ช่วยประหยัดเวลาในการหาซื้อ					
72. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการยุ่งยาก					
73. คุณภาพของสินค้า / บริการดูน่าเชื่อถือ					
74. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า/บริการ ไม่น่าเชื่อถือ					
75. ทำให้สนใจซื้อสินค้า / บริการ					
76. เป็นโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ดี					
77. ราคาที่เสนอขายน่าเชื่อถือ					
78. รู้สึกว่าเป็นขยะ					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการได้รับการเสนอขายสินค้า / บริการทางโทรศัพท์

การได้รับการเสนอขายสินค้า / บริการทาง โทรศัพท์.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
79. นำรำคาญ					
80. ได้รับข้อมูลของสินค้า / บริการที่ทันสมัย					
81. ไม่ทำให้สนใจซื้อสินค้า / บริการ					
82. คุณภาพของสินค้า / บริการไม่น่าเชื่อถือ					
83. ราคาที่เสนอขายน่าเชื่อถือ					
84. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการสะดวก ง่าย					
85. เสียง เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
86. ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ					
87. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ น่าเชื่อถือ					
88. ข้อมูลเสนอขายเกินจริง					
89. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการได้ละเอียด					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์

โฆษณาขายตรงทางโทรทัศน์.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
90. แสดงวิธีการใช้สินค้าได้ชัดเจน					
91. ทำให้สนใจซื้อสินค้า / บริการ					
92. ออกอากาศบ่อยเกินไปจนน่ารำคาญ					
93. ให้ข้อมูลของสินค้า / บริการที่ทันสมัย					
94. โฆษณาเกินจริง					
95. ช่วยประหยัดเวลาในการหาซื้อ					
96. เป็นโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ดี					
97. คุณภาพของสินค้า / บริการดูไม่น่าเชื่อถือ					
98. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการสะดวก ง่าย					
99. ราคาที่เสนอขายไม่น่าเชื่อถือ					
100. ให้ความเพลิดเพลิน					
101. เสี่ยง เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
102. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า/บริการน่าเชื่อถือ					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์ / ปิตยสาร

- โฆษณาขายตรงทางหนังสือพิมพ์...	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
103. ให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการ ได้มาก					
104. ไม่สนใจให้ซื้อสินค้า / บริการ					
105. คุณภาพของสินค้า / บริการดูน่าเชื่อถือ					
106. ให้ข้อมูลของสินค้า / บริการที่ทันสมัย					
107. เสี่ยง เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
108. ให้ความเพลิดเพลิน					
109. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการไม่น่าเชื่อถือ					
110. ช่วยประหยัดเวลาในการหาซื้อ					
111. ราคาที่เสนอขายไม่น่าเชื่อถือ					
112. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการสะดวก ง่าย					
113. โฆษณาเกินจริง					
114. เป็นโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ดี					

- โฆษณาขายตรงทางนิคมสาร.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
115. ใ้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการ ได้มาก					
116. ไปดูใจให้ซื้อสินค้า / บริการ					
117. คุณภาพของสินค้า / บริการดูน่าเชื่อถือ					
118. เป็นโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์					
119. เสียใจ เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
120. ให้ความเพลิดเพลิน					
121. ใ้ข้อมูลของสินค้า / บริการที่ทันสมัย					
122. ช่วยประหยัดเวลาในการหาซื้อ					
123. ราคาที่เสนอขายไม่น่าเชื่อถือ					
124. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการสะดวก ง่าย					
125. โฆษณาเกินจริง					
126. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการ ไม่น่าเชื่อถือ					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ต (Internet)

โฆษณาขายตรงทางอินเทอร์เน็ต.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
127. เป็นโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์					
128. ทำให้สนใจซื้อสินค้า / บริการ					
129. คุณภาพของสินค้า / บริการดูน่าเชื่อถือ					
130. ให้ความเพลิดเพลิน					
131. เสียใจ เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนซื้อ					
132. ใ้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า / บริการ ได้มาก					
133. ราคาที่เสนอขายน่าเชื่อถือ					
134. โฆษณาเกินจริง					
135. บริษัทผู้ผลิตหรือขายสินค้า / บริการไม่น่าเชื่อถือ					
136. ช่วยประหยัดเวลาในการหาซื้อ					
137. วิธีสั่งซื้อสินค้า / บริการสะดวก ง่าย					
138. ใ้ข้อมูลของสินค้า / บริการที่ทันสมัย					

----- ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ -----



ประวัติผู้เขียน

นางสาวศิรินทร์ ชิ่งสุนทร เกิดเมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2519 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรีวารสารศาสตรบัณฑิต สาขาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2539 และเข้าศึกษาต่อปริญญาโทบริหาร สาขา โฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2541 สำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ. 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย