



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.เขวนารถ พันธุ์เพ็ง | รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตน์ชนก พรหมณ์ศิริ | รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ พระงาม | คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก |
| 4. อาจารย์ ดร.สันคูสิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล | รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 5. อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์ | รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีทั้งสิ้น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะการใช้สื่อประเภทสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ชุดคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคลออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

ทั้งนี้การตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วนและตรงกับความ เป็นจริง

นายชนอนันต์ จันทร์ทิพย์

ผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี

1.1 เพศ

- () 1. หญิง
() 2. ชาย

1.2 อายุ

- () 25 - 30 ปี
() 31 - 35 ปี
() 36 - 40 ปี
() มากกว่า 40 ปี

1.3 รายได้

- () 10,000 - 20,000 บาท
() 20,001 - 30,000 บาท
() 30,001 - 40,000 บาท
() มากกว่า 40,000 บาท

1.4 ระดับการศึกษา

- () มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า
() อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า
() ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

2. ท่านใช้สื่อออนไลน์ประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. Facebook
() 2. Instagram
() 3. Twitter
() 4. Blog หรือ Website
() 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคลออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลง				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)					
1. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการโฆษณา รายการข่าวผ่านสื่อออนไลน์					
2. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการโฆษณา รายการเพลงผ่านสื่อออนไลน์					
3. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการโฆษณา รายการบันเทิงผ่านสื่อออนไลน์					
4. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการบอก รายละเอียดเกี่ยวกับรายการต่าง ๆ หรือบริการของ สถานีฯ					
5. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการบอก รายละเอียดเกี่ยวกับรายการหรือบริการรวมทั้ง ความสะดวกสบายที่เอื้ออำนวยให้ลูกค้า					
6. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการชักจูงใจ ให้รับรู้ และจดจำรายการหรือบริการของสถานีฯ					
7. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการกล่าวถึง ประโยชน์ของรายการหรือบริการของสถานีฯ					
8. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีการชักชวน ให้เกิดความต้องการซื้อรายการหรือบริการของ สถานีฯ					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็ก				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
9. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการกระตุ้น เร่งเร้า ให้ซื้อรายการหรือบริการของสถานีฯ					
การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation)					
1. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการเสนอข่าว เกี่ยวกับการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ					
2. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการเสนอ ข่าวสารและ ข้อมูลที่เป็นจริง เช่น การรายงานสถิติ ผู้ติดเชื้อ โควิด -19 ในจังหวัด เป็นต้น					
3. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการนำเสนอ สาระความรู้ที่มีประโยชน์ เช่น การดูแลตนเองให้ ปลอดภัยจากการป้องกันโควิด-19 เป็นต้น					
4. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการเปิดรับฟัง ความคิดเห็นจากผู้ฟังในการพัฒนารายการต่าง ๆ หรือบริการของสถานีฯ					
5. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการเสนอ ความช่วยเหลือแก่สังคม บริการสังคมและชุมชน เช่น เป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลไปสู่ประชาชน เช่น ภาวะวิกฤติอุทกภัย ภาวะวิกฤติโควิด-19 เป็นต้น					
6. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการส่งเสริม คุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น การส่งเสริมอาชีพ, การศึกษา, ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็ก				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
การส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion)					
1. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการมอบ ส่วนลดเมื่อลูกค้าติดต่อขอซื้อรายการหรือบริการ ของสถานียุทธกิจตามจำนวนที่กำหนด					
2. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการมอบของ แถมเมื่อลูกค้าซื้อรายการต่าง ๆ หรือบริการของ สถานียุทธกิจ ตามจำนวนที่กำหนด					
3. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีของแถมหรือ ส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาซื้อรายการหรือบริการของ สถานียุทธกิจในช่วงวันเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น					
4. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการให้ลูกค้า รายใหม่ที่มีความสนใจจะซื้อรายการต่าง ๆ หรือ บริการได้ทดลองออกอากาศฟรีตามเงื่อนไข ที่ทางสถานียุทธกิจ กำหนด					
5. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการเพิ่ม ช่วงเวลาในการออกอากาศทางสถานียุทธกิจ ให้ลูกค้า ที่ซื้อเวลา หรือใช้บริการ เช่น เป็นลูกค้าที่ซื้อรายการ ต่าง ๆ หรือใช้บริการเป็นประจำอย่างยาวนาน, เป็นลูกค้าที่มียอดการซื้อรายการหรือบริการมาก ที่สุด เป็นต้น					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลง				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
การขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling)					
1. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านจำเป็นต้องมี พนักงานหรือเจ้าหน้าที่เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับ รายการหรือบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เพจเฟซบุ๊กของสถานีวิทยุทธกิจ					
2. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีพนักงานหรือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับการตลาดและพฤติกรรม ของลูกค้า เพื่อที่จะเสนอขายรายการหรือบริการ ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการ					
3. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของ รายการหรือบริการต่าง ๆ และการดำเนินธุรกิจ ของสถานีวิทยุทธกิจ					
4. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีพนักงานหรือ เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะในการให้ข้อมูลในลักษณะโน้มน้าว ชักจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อรายการหรือ บริการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุทธกิจ					
5. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีพนักงานหรือ เจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการที่ดี และดูแลเอาใจใส่ต่อ ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
6. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงของท่านมีพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติต่อลูกค้า อย่างเป็นธรรม					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็ก				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
7. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่คอยติดตามผล การซื้อรายการต่าง ๆ หรือบริการของทางสถานีฯ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง					
การตลาดทางตรงทางออนไลน์ (Online Direct Marketing)					
1. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการให้ข้อมูล เกี่ยวกับรายการหรือบริการต่าง ๆ ของสถานีฯ ในลักษณะจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สื่อ ออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง					
2. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อให้ข้อมูล เกี่ยวกับข้อเสนอพิเศษแก่ลูกค้าที่ใช้บริการของสถานี					
3. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ หรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เนื่องใน โอกาสวันสำคัญของลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ที่ดีต่อกัน					
4. สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กของท่านมีการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, Blog หรือ Website เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวก แก่ลูกค้าในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี	ระดับการใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ สถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็ก				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
5. สถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กของท่านมีฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) Facebook, Instagram, Twitter, Blog หรือ Website ฯลฯ ของลูกค้า และมี การจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

.....

.....

.....

.....