

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

เกียรติกุล เลิศอมรเดช. Make Money., สำนักพิมพ์ บริษัท เจ เอ็ม ที พับลิชซิง จำกัด, 2546.

เกรียงกมล จุฑาศฤงศ์. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

กาญจนา เทียนทอง. สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2550.

กนกนันท์ นิมนวลงาม. สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2550.

กนกนาฏ สง่าเนตร. 2539. การเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบขายตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. ภาควิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กวรรณ ควรแสง. สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

กุลธิดา เรื่องวิทยานิพนธ์. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

กัลยรัตน์ ไกรทองสุข. สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2550.

กฤษณะ โลจายะ. สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2550.

กฤษณา พงศ์บางลี. สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2550.

กฤษณา หวังเจริญ. สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

คำนึ่ง แยมพิกุล. สัมภาษณ์, 19 สิงหาคม 2550.

คงสิน พรมรัตน์. สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2550.

จิตติมา คำแพงศรี. สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2550.

จិនรี ทรงประยูร. 2535. การศึกษาการใช้ "บุคคลที่มีชื่อเสียง" ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 – 2536. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรงค์ดี วงศ์เหลือง. 2527. การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตร์บัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จรรยาธิษั อินทรประเสริฐ. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

ชนาภา กิ่งเทพ. สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2550.

ชมชนก สรวงละออ. สัมภาษณ์, 19 สิงหาคม 2550.

ฉมมนง โสบุญ. สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2550.

ดารา ทีปะปาด. การสื่อสารการตลาด, สำนักพิมพ์ อมรการพิมพ์, 2541.

ทรงพล ชัญมาตรกิจ. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2550.

ธานี ปิติสุข. DIRECT SALE สูตรสำเร็จของการขายตรง, สำนักพิมพ์ นานมีบุ๊คส์, 2536.

ธนิศ ภูศิริ. เอกสารชุดฝึกอบรม การผลิตรายการโทรทัศน์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,  
2532.

นเรศ เริกประสมวงศ์. สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2550.

น้ำค้าง ไชยพูน. ผู้จัดการ, สำนักพิมพ์ บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2550.

นัฐสิฎา ไตรรัตน์วุฒิ. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

นันทิพา วารีวะนิช. 2543. ความสัมพันธ์ทางสังคมกับความจริงระหว่างผู้ชมกับตัวแสดงในละครโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัตดา ทมมิต. 2540. ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โปรดปราน รุ่งหิรัญ. 2539. ทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการขายสินค้าตรงทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรธุรกิจ มหาบัณฑิต. ภาควิชาวิทยาศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ปริยานุช เจียมทับทักษิณ. 2543. ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากการขายตรงทางสื่อโทรทัศน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาวิทยาศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ประเสริฐ ร่มรื่น. สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2550.

ประภาภรณ์ สุพรรณสอง. สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2550.

พงษ์เทพ เต็มไทยมงคล. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

พรฤดี เต็มไทยมงคล. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

ริรินดา เต็มไทยมงคล. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

ลักข์ อยากไปไกล. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

วิลาสินี แก้ววิเชียร. 2548. กลยุทธ์และประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของธุรกิจขายตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน. 2535. กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ. 2532-2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, ครั้งที่ 1. 2539.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2534.

ศรัณย์ เวชสุภาพร. สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการค้าสื่อสารการตลาด. สำนักพิมพ์ บริษัท A.N. การพิมพ์ จำกัด, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. สำนักพิมพ์ บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.

สิริจัตร์ จันท์เจ้า. 2526. รูปแบบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของบริษัท โคฟวิ อีโตะ ฟรีเนียร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดา เต็มไทยมงคล. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

สุทธิ ชัดติยะ. 2544. กลุ่มงานวิชาการส่วนผลิตรายการ. การประเมินและการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์, หน้า 10-15. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11,

สุทิน พานิช. สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

สุพิมนต์ ช้างพันธ์. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

สุมิตรา ศรีสุภรัตน์. 2529. ปัญหาในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สนิท จังมงคลกาล. สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2550.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ. สำนักพิมพ์ Brand Agebooks, ครั้งที่ 2. 2549.

อัจจิมา ลีรัตนชัย. 2542. รูปแบบการนำเสนอ และความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัจฉรา เทวฤทธิ์. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2550.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. สังคมสื่อ สงครามการตลาด. สำนักพิมพ์ Brand Agebooks, ครั้งที่ 1. 2549.

อาศยา ไชติรัตน์วงศ์. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

องอาจ สิงห์ลำพอง. สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2550.

อภิขญา อยู่ในธรรม. 2534. ความพึงพอใจต่อรูปแบบโฆษณาทางโทรทัศน์ของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ครั้งที่ 2. 2542.

## ภาษาอังกฤษ

Belch, George E. and Belch, Michael A. Introduction to Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective. 2d ed. Boston, Mass. : Richard D. Irwin, Inc., 1993.

Fritchie Louise Lystig and Kim K.P. Johnson.(2003). Journal of Fashion Marketing and Management. Personal selling approaches used in television shopping, 249-258.

Gilbert, D.T. and Malone, P.S. The Correspondence bias. Psychological Bulletin, 1995.

Burton Dawn (2002). European Journal of Marketing. Postmodernism, social relations and remote shopping, 6 – 8.

- David H. Silvera and Benedikte Austad.(2004). European Journal of Marketing. Factors predicting the effectiveness of celebrity endorsement advertisements, 1509-1526.
- Hayes, C. Cashing in on the home shopping boom. Black Enterprise, 1995.
- Joseph a. Devito. Human Communication The Basic Course. Addison-Wesley Educational Publishers Inc.,1997.
- Kardes, F.R. Consumer Behavior. Managerial Decision Making. Addison-Wesley, Reading, MA.,1999.
- McDonald, W.J. (1995). Journal of Direct Marketing. Home shopping channel customer segments : a cross-cultural perspective, 57-67.
- Rebecca B. Rubin and Michael P. Mchugh. Development of Parasocial Interaction Relationship. Journal of Broadcasting and Electronics media vol. 31, Summer 1987.
- Stephens, D.L., Hill, R.P. and Bergman, K. (1996). Journal of Business Research. Enhancing the consumer-product relationship : lessons from the QVC home shopping channel, 193-200.
- Stephenson, William. The Play Theory of Mass Communication. Chicago : The University of Chicago Press, 1967.
- William B. Gudykunst, Stella Ting-Toomey, Tsukasa Nishida. Communication in Personal Relationships Across Cultures. SAGE Publications Ltd., Editors, 1996.
- William J. McDonald. Direct Marketing: an Integrated Approach. McGraw-Hill Book Companies, Inc., Singapore, 1998.
- Diana Dwyer. Interpersonal Relationships. Routledge Modular Psychology, 2000.
- Hamish Pringle. Celebrity Sells. John Wiley & Sons Ltd, 2004.

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

## คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง "ความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับผู้ดำเนินรายการการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์" ขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษาและให้การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี จักเป็นพระคุณอย่างยิ่ง

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ (โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความจริง)

## 1. เพศ

 ชาย หญิง

## 2. อายุ.....ปี

## 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่า 5,000 บาท     5,000 – 10,000 บาท     10,001 – 15,000 15,001 – 20,000 บาท     20,001 – 30,000 บาท     30,001 – 50,000 บาท สูงกว่า 50,000 บาท

## 4. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น     มัธยมศึกษาตอนต้น – ตอนปลาย อนุปริญญา / ปวช., ปวส.    ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี     อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 5. อาชีพ

 นักศึกษา     ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ     พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ     ข้าราชการ     แม่บ้าน ไม่ได้ทำงาน     อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 6. ถ้าเคยดู หรือท่านดูสื่อการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์บ่อยแค่ไหน.....วัน/สัปดาห์

## 7. สาเหตุที่ท่านได้มีโอกาสได้ชมรายการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ได้เนื่องจาก

 เป็นบุคคลที่เอนก     เป็นบุคคลที่ชอบดูบอล     เป็นผู้บริหารระดับสูง เจ้าของกิจการ     อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ช่วงเวลาที่ท่านดูสื่อการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นประจำคือช่วงเวลาใด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ( ) 6.00 – 10.00 น. ( ) 10.01 – 14.00 น. ( ) 14.01 – 18.00 น.  
 ( ) 18.01 – 22.00 น. ( ) 22.01 – 02.00 น. ( ) 02.01 – 03.00 น.  
 ( ) 03.01 – 04.00 น. ( ) 04.01 – 05.00 น.
9. ท่านชมรายการการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ใช้เวลานานเท่าใดในวันธรรมดา
- ( ) น้อยกว่า 2 ชั่วโมง  
 ( ) 2 – 3 ชั่วโมง  
 ( ) มากกว่า 3 ชั่วโมง
10. ท่านชมรายการการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ใช้เวลานานเท่าใดในวันเสาร์-อาทิตย์
- ( ) น้อยกว่า 2 ชั่วโมง  
 ( ) 2 – 3 ชั่วโมง  
 ( ) มากกว่า 3 ชั่วโมง
11. ท่านชมรายการโทรทัศน์ประเภทใดมากที่สุด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ( ) รายการประเภทข่าว  
 ( ) รายการบันเทิง  
 ( ) รายการประเภทความรู้
12. ท่านชมรายการ ขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ทางสถานีใดมากที่สุด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ( ) ช่อง 3 ( ) ช่อง 9  
 ( ) ช่อง 5 ( ) ช่อง 11  
 ( ) ช่อง 7 ( ) ช่อง TITV
13. ท่านชอบดูรายการขายสินค้าตรงหรือไม่
- ( ) ชอบ ( ) เฉยๆ  
 ( ) ไม่ชอบ



14. รูปแบบรายการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	ชอบ	เฉยๆ	ไม่ชอบ
14.1 มีผู้ดำเนินรายการพูดข้อความ			
14.2 เป็นการรับรองหรือรับประกันคุณภาพสินค้า			
14.3 เป็นการสาธิต			
14.4 เป็นการเปรียบเทียบ			
14.5 ตลกขบขัน			
14.6 เชิงนวนิยาย			
14.7 สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายของสินค้าโดยตรง			
14.8 การสร้างสถานการณ์แล้วให้สินค้าเป็นตัวแก้ปัญหา			
14.9 มีภาพจำลอง			
14.10 การผสมระหว่างภาพที่มีการเคลื่อนไหวกับคนแสดงจริง			

15. มีรูปแบบรายการใดที่ท่านคิดว่าสามารถโน้มน้าวได้ดีที่สุด

16. มีผู้ดำเนินรายการพูดข้อความ

16.1 ท่านชอบให้ใครเป็นผู้ดำเนินรายการ (Presenter)

- ( ) นักแสดง ( ) นักร้อง  
 ( ) พิธีกร ( ) นายแบบ/นางแบบ  
 ( ) บุคคลธรรมดา

16.2 สถานที่ที่ใช้เป็นฉาก

- ( ) ที่บ้าน ( ) ที่ทำงาน ( ) ในรายการ  
 ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

16.3 ในการตัดสินใจซื้อสินค้าระหว่างผู้ดำเนินรายการกับสินค้า ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งใด  
 ( ) ผู้ดำเนินรายการมากกว่า ( ) สินค้ามากกว่า ( ) ให้ความสำคัญเท่ากัน

17. การรับรองหรือรับประกันคุณภาพสินค้า

17.1 บุคคลต่อไปนี้ท่านให้ความสำคัญเชื่อถือกับใคร

- |                |                           |
|----------------|---------------------------|
| ( ) นักแสดง    | ( ) นักร้อง               |
| ( ) พิธีกร     | ( ) นายแบบ/นางแบบ         |
| ( ) นักวิชาการ | ( ) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน |

17.2 ท่านชอบผู้ดำเนินรายการในลักษณะใด

- |                   |                                 |
|-------------------|---------------------------------|
| ( ) ดูสมจริงสมจัง | ( ) ดูเป็นธรรมชาติ              |
| ( ) ดูน่าเชื่อถือ | ( ) ทุกอย่างมีความสำคัญเท่าๆกัน |

18. การสาธิต

18.1 ในการสาธิตท่านให้ความสำคัญกับอะไร

- |                       |                                 |
|-----------------------|---------------------------------|
| ( ) วิธีการใช้สินค้า  | ( ) ผู้ดำเนินรายการ             |
| ( ) ประโยชน์ของสินค้า | ( ) ทุกอย่างมีความสำคัญเท่าๆกัน |

19. สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายของสินค้าโดยตรง

19.1 ผู้ถูกสัมภาษณ์ควรเป็น (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- |                 |                           |
|-----------------|---------------------------|
| ( ) นักแสดง     | ( ) นักร้อง               |
| ( ) พิธีกร      | ( ) นายแบบ/นางแบบ         |
| ( ) นักวิชาการ  | ( ) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน |
| ( ) บุคคลธรรมดา | ( ) อื่นๆ                 |

19.2 รูปแบบการสัมภาษณ์ควรเป็น

- |            |              |
|------------|--------------|
| ( ) ทางการ | ( ) ธรรมชาติ |
|------------|--------------|

20. การสร้างสถานการณ์แล้วให้สินค้าเป็นตัวแก้ปัญหา

สถานการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นควรเป็น

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| ( ) ดูเหมือนจริง | ( ) เกินความจริง |
|------------------|------------------|

21. การผสมระหว่างภาพที่มีการเคลื่อนไหวกับคนแสดงจริง

รายการขายสินค้าตรงในรูปแบบนี้ท่านให้ความสำคัญกับ

- |                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| ( ) ภาพประกอบมากกว่า     | ( ) คนแสดงจริงมากกว่า |
| ( ) ให้ความสำคัญเท่าๆกัน |                       |

## 22. การรวมหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน

ในการรวมรูปแบบรายการควรเป็น

- ( ) เชิงนวนิยาย+การเล่าอารมณ์  
 ( ) ภาพเคลื่อนไหว+คำอธิบาย  
 ( ) มีผู้ดำเนินรายการพูดข้อความ+เป็นการสาธิต  
 ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

## 23. การเล่าอารมณ์

ในรายการขายสินค้าตรงควรแสดงอารมณ์

- ( ) สวยงาม ( ) แปลกประทับใจ  
 ( ) สนุกสนาน ( ) ความหวังใจ  
 ( ) ตื่นเต้นในการนำเสนอ ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

## 24. อารมณ์ของรายการเกิดจาก

- ( ) ภาพ ( ) คำพูดของผู้ดำเนินรายการ  
 ( ) เสียงประกอบ ( ) เพลง

## ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อสินค้าจากการขายตรงทางสื่อโทรทัศน์ (โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความจริง)

- ท่านเคยซื้อสินค้าจากการขายตรงผ่านทางสื่อโทรทัศน์กี่ครั้ง.....ครั้ง
- ตามปกติท่านชมรายการกี่ครั้งจึงตัดสินใจซื้อ
 

( ) ชมครั้งแรกซื้อทันที ( ) ครั้งที่ 2 ( ) ครั้งที่ 3 ( ) ครั้งที่ 4  
 ( ) ครั้งที่ 5 ( ) 5 ครั้งขึ้นไป ( ) ติดต่อกันที่แต่ยังไม่ซื้อ  
 ( ) ติดต่อกันที่แล้วซื้อเลย ( ) อื่นๆ (ระบุ).....
- กรุณาเลือก "เหตุผลที่ทำให้ท่านซื้อสินค้าจากการขายตรงทางโทรทัศน์"
 

..... เป็นสินค้าใหม่ ไม่มีขายในท้องตลาด  
 ..... ดูอินเตอร์เน็ตและทันสมัย  
 ..... สามารถผ่อนชำระได้  
 ..... สะดวกและประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า  
 ..... ได้รับการแนะนำจากเพื่อน  
 ..... เป็นสินค้าที่กำลังอยู่ในความต้องการ

- ..... การถมสินค้าประเภทอื่น
- ..... สินค้ามีการรับประกันคุณภาพ
- ..... เมื่อใช้แล้วไม่พอใจสามารถคืนสินค้าได้
- ..... เห็นผู้ที่เคยทดลองใช้แล้วได้ผลในโฆษณา
- ..... มีความชอบในตัวของผู้ดำเนินรายการ

4. สินค้าประเภทใดที่ท่านเคยซื้อจากการขายตรงผ่านสื่อโทรทัศน์
- ( ) เครื่องออกกำลังกาย      ( ) เครื่องใช้ในครัวเรือน
  - ( ) เครื่องใช้ไฟฟ้า          ( ) เครื่องใช้สำนักงาน
  - ( ) อุปกรณ์ทำความสะอาด      ( ) เครื่องสำอาง
  - ( ) เครื่องกระชับสัดส่วน      ( ) อุปกรณ์ในรถ
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. “เหตุผลที่ทำให้ท่านไม่ซื้อสินค้าจากการขายตรงผ่านสื่อโทรทัศน์”

	ใช่	ไม่ใช่
5.1 สินค้าไม่ได้อยู่ในความต้องการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 ไม่แน่ใจว่าสินค้ามีคุณภาพตามคำกล่าวอ้าง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 ชอบไปเดินเลือกซื้อเองมากกว่าเพราะได้สัมผัสกับสินค้าโดยตรง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4 ระบบการซื้อขายไม่น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5 ราคาไม่เหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6 กลัวสินค้าเสียหายระหว่างขนส่ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7 ไม่ชอบการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

☺☺☺☺☺☺☺☺☺☺ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือค่ะ☺☺☺☺☺☺☺☺☺☺

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววารุณี จังมงคลกาล เกิดที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีจากคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และเข้าศึกษาต่อในภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง การตลาดทั่วไป ฝ่ายการตลาด บริษัท ศูนย์เลเซอร์ เดอมาวิชั่น จำกัด