



ภาคผนวก ๑๒๕.๖๖๗

สำนักหอสมุด

บทสัมภาษณ์ คุณทေးว่าว ชรรรมชิรสุนทร หัวหน้าแผนกวิจัย บริษัทประกิต แอนท์ เอช ซี บี จำกัด  
ในหัวข้อเรื่อง " งานวิจัยมีความสำคัญอย่างไรต่องานโฆษณา "

" งานวิจัยเป็นงานที่สำคัญ เป็นส่วนหนึ่งของงานโฆษณา เพราะว่า การโฆษณาที่ไม่มีการวิจัยเข้ามาเกี่ยวข้องเราจะไม่ทราบเลยว่า งานที่เราทำออกไป ผู้บริโภคจะยอมรับในผลงานนี้หรือไม่ อีกอย่างการวิจัยเป็นการเสนอข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้ผลิตทราบว่าขายสินค้าไหมหรือไม่ "

งานวิจัยมีหลายอย่างด้วยกัน เช่น การวิจัยสินค้า การวิจัยโฆษณาทั้งก่อนออกอากาศและหลังออกอากาศแล้ว แต่คราวนี้จะพูดถึงงานวิจัยโฆษณาเพียงอย่างเดียว

งานวิจัยโฆษณาแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัยก่อนภาพยนตร์ โฆษณาออกอากาศ
2. การวิจัยหลังภาพยนตร์ โฆษณาออกอากาศแล้ว

เริ่มจากก่อนออกอากาศก็จะมีการทำวิจัยทดสอบว่าหนังที่เราคิดมาเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ โดยการทำทดสอบจะมี 2 แบบ คือ การทำ **Animatic** ซึ่งจะเป็นการเสนอหนังโดยสตอรี่บอร์ด มีการทำ **Effect** และเสียงโฆษณเหมือนของจริงเพียงแค่นี้ก็ใส่ทีวีแล้วจริงๆเข้าไป แล้วจะมีการทำ **Focus Group** ว่ายอมรับหนังของเราหรือไม่ อีกแบบก็คือการทำภาพยนตร์โฆษณาจริงๆเลย แล้วทดสอบกลุ่มเป้าหมายว่ายอมรับหนังของเราหรือไม่ มีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบหนังโฆษณาของเราและคู่แข่ง ซึ่งอันนี้ขึ้นอยู่กับเราจะกำหนดสินค้าตัวไหนให้เป็นสินค้าคู่แข่งชั้น ถ้าการทดสอบผ่าน คือ ผู้บริโภคยอมรับหนังของเรา ไม่มีปัญหาที่จะนำออกอากาศ แต่ถ้าหนังมีปัญหา และ เป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข ก็จะกองแก้ไขก่อนออกอากาศ

อีกวิธีคือการทำการวิจัยหลังจากที่มีการนำหนังโฆษณาออกอากาศแล้ว ซึ่งจะมี 2 วิธี คือ อันแรกจะมีการทดสอบหลังจากที่หนังออกอากาศเพียงวันเดียว คือ จะมีการทดสอบทันทีหรือสองเป็นวิธีการทดสอบหลังจากที่มีการออกอากาศของหนังไปแล้ว 4 สัปดาห์ แล้วจึงมีการทดสอบ แต่สำหรับการทดสอบแบบที่หนึ่งนั้นไม่ค่อยเป็นที่นิยมกันมากในประเทศไทย

เนื่องจากว่า คนไทยมีพฤติกรรมที่ไม่ค่อยนิยมคุณภาพยี่ห้อโฆษณา ทั้งนี้โอกาสที่จะเห็นโฆษณาหลังจากที่ออกไปเพียง 1 วัน จึงน้อย เราจึงใช้วิธีการทดสอบหลังจากออกโฆษณาไปแล้วประมาณ 2 ถึง 4 อาทิตย์ เป็นส่วนใหญ่ โดยการทำ " เทอร์เรสเคอร์ เช็ค " เป็นการเช็คว่าหนังสือที่ออกอากาศไปมีความเสี่ยงมากแค่ไหน คนผู้ซื้อทัศนคติทางหันลบหรือไม่ เขาชอบหรือไม่ชอบอย่างไร อย่างโฆษณาปาล์มเอสที่ออกอากาศไป ที่มีชื่อผู้ว่า " เซนส์ ชาชียง " ช่วงแรกก่อนออกอากาศก็มีการทำการทดสอบซึ่ง ไม่มีปัญหา แต่หลังจากออกอากาศไปให้หลายเดือนมีการทำการทดสอบ ผลปรากฏว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีทั้ง 2 ทาง คือ หันบวกและลบ อีกกลุ่มชอบ แต่อีกกลุ่มมองเป็นเรื่องความเสี่ยงทางศีลธรรม ซึ่งจริงๆแล้วไม่น่าเป็นแบบนั้น

ทั้งนี้ทางครีเอทีฟ เออี และฝ่ายลูกค้าก็คิดกันอย่างหนักกับหนังสือนี้ เพราะว่าค่อนข้างเสี่ยงว่าจะออกอากาศที่หรือไม่ ถ้าออกอาจจะทำให้คนมองสินค้าในภาพจนที่ค่า หรืออาจจะเป็นว่ายอดขายก็ยังสูงตามปกติเพราะว่าก็มีคนชอบโฆษณาอยู่อีกกลุ่มหนึ่ง การเสี่ยงแบบนี้จะต้องมีการตัดสินใจแล้วว่าจะเลือกเอาทางไหน

ยังมีอีกวิธีคือการทดสอบ เหยกการสัมภาษณ์แบบ " Consumer Prove " คือ การเข้าหากลุ่มผู้บริโภคถึงบ้าน แล้วทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกว่า เคยเห็นหนังสือโฆษณามีทัศนคติอย่างไร

สำหรับความสำคัญของการวิจัยจากที่เคยผ่านมา จากประสบการณ์ หรือจากทฤษฎีที่ผ่านมา การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งซึ่งสำคัญมาก เพราะถ้าไม่มีการวิจัยทั้งครีเอทีฟเองหรือทางเจ้าของสินค้าเองก็จะไม่ทราบว่าหนังสือออกไปประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใดอย่างไร แต่ถ้ามีการวิจัย เราก็จะสามารถศึกษาได้ว่าทำไมผู้บริโภคถึงชอบโฆษณา จุดไหนที่ดึงดูดใจ ทำไมบางคนชอบโฆษณาแต่ไม่ซื้อสินค้า คือโฆษณาสะกิดตาแต่ไม่สะกิดใจและในส่วนนี้การวิจัยจะช่วยให้ในการที่จะสร้างหนังสือให้ทั้งสะกิดตาและสะกิดใจ

สำหรับธุรกิจโฆษณา ไทยเฉพาะในต่างประเทศเห็นความสำคัญของการวิจัยมาก สินค้าทุกตัวก่อนทำหนังสือโฆษณาจะต้องมีการทำวิจัย การกล่าวอ้างว่าหนังสือหรือไม่ดีก็ต้องมีการนำตัวเลขที่ได้จากการวิจัยมาอ้างอิง หรืออาจจะเป็นคำพูดที่ได้จากการทำ Focus Group มายืนยันกันว่าดีอย่างไร

สำหรับเมืองไทยเองตอนนี้ก็ค่อนข้างเห็นความสำคัญของงานวิจัย แต่ยังไม่มากนักเท่ากับต่างประเทศ อย่างเช่นถ้าเป็นสินค้าของคนไทยหรือคนจีน ผู้ผลิตจะมองงานวิจัยว่าเป็นการสิ้นเปลือง เงินในส่วนนี้ถ้านำมาเป็นค่าสื่อเพื่อให้ทั้ง ใต้ออกอากาศมากขึ้นจะเป็นผลดีกว่าไปประโยชน์กว่า ซึ่งอันนี้ก็ค่อนข้างขึ้นอยู่กับ การเห็นความสำคัญของเจ้าของสินค้าว่าเป็นอย่างไร เพราะว่าจริงๆแล้วงานวิจัยก็เป็นงานที่เสียค่าใช้จ่ายสูงทีเดียว

สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานในบริษัท สมมติเริ่มจากมีสินค้าตัวหนึ่งเป็นชื่อ ยังไม่มีชื่อ ฝ่ายครีเอทีฟจะต้องเป็นฝ่ายตั้งชื่อให้กับสินค้าตัวนี้ ซึ่งในช่วงนี้การวิจัยก็จะเข้ามา มีบทบาทในการทดสอบว่าชื่อที่ตั้งมานั้นผู้บริโภคชอบหรือไม่ อย่างไร เพราะว่า ชื่อสินค้าก็มีความสำคัญ ถ้าชื่อเป็นที่ติตปากก็อาจทำให้สินค้าขายดีก็ได้

หลังจากนั้นครีเอทีฟก็จะคิดหนึ่งโฆษณาไทยอาศัยข้อมูลที่ไ้มาจากลูกค้าบ้าง แต่ถ้ามองที่ข้อมูลที่ได้มาน้อยไปไม่สามารถทำให้ครีเอทีฟตัดสินใจได้ว่าอะไร เป็นจุดเด่น การวิจัยจะต้องเข้าไปช่วยอย่างเช่น ถ้าเป็นชื่อว่าลูกค้าอาจจะบอกมาแล้วว่าสินค้านี้คุณสมบัติ มีประโยชน์ มีรสชาติ อย่างไร แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าผู้บริโภคกลุ่มไหนแน่ที่เป็นคนซื้อ คนใช้ และการเลือกชื่อนั้นคำนึงถึงอะไร เช่น รสชาติ ความหอม ราคา หรือประโยชน์กันแน่ อันนี้ การวิจัยจะทำให้เลือกจุดหมายได้ง่ายขึ้น แต่หนึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามผลการวิจัยเสมอไป ซึ่งอันนี้ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของลูกค้าว่า เห็นด้วยหรือไม่ ถ้าเห็นด้วยก็มีการสร้างหนังออกมามตามผลการวิจัย และก่อนหนังออกอากาศก็จะมีการวิจัยว่าหนังมีปัญหารึเปล่ารวมทั้งการทดสอบ หลังจากหนังออกอากาศแล้วเช่นกัน จะเห็นว่า การวิจัยเข้ามา มีบทบาทเกือบทุกขั้นตอน แต่จะมีการทำวิจัยทุกขั้นตอนหรือไม่ขึ้นอยู่กับทางบริษัทและทางลูกค้าว่า เห็นสมควรหรือไม่ เพราะการทำทุกขั้นตอนนั้นไม่ไหว เปลืองงบประมาณ บางขั้นตอนเราอาจจะไม่ต้องใช้การวิจัยเอง อย่างเช่นในขั้นตอนการเลือกชื่อนี้ ทางประภักดิ์ใช้ข้อมูลจากการซื้อข้อมูลของบริษัทเฝ็มาร์ ซึ่งเป็นบริษัทที่วิจัยสำรวจเกี่ยวกับชื่อโฆษณาอยู่แล้ว จะเป็นการประหยัดกว่ามาก ส่วนใหญ่ที่ประภักดิ์จะเน้นไปที่การวิจัยโฆษณามากกว่า

การทำงานในแผนกวิจัยส่วนใหญ่บริษัทจะทำเองมีเพียงสินค้าบางตัวเช่น คอลเกต ซึ่งจะมีการประสานงานร่วมกันกับทางลูกค้า เช่นในการทำ กรู๊ป ดิสคัสชั่น , การทำคอนซูมเมอร์ โพรฟ , หรือการทำ ดิสทริบิวชั่น เช็ค จากทางร้านค้า

ปัจจุบันก็มีสินค้าที่กำลังทำการวิจัยอยู่ประมาณ 2 ถึง 3 ตัว ตัวแรก คือ  
ทางสรรพสินค้าคาเซีย ซึ่งมีโครงการจะเปิดทำเนิงานแถวย่านนงคงแค ซึ่งทางลูกค้าไม่แน่ใจ  
ในเรื่องพฤติกรรมของยูริ เภค ตลอดจนทัศนคติที่มีต่อทางสรรพสินค้าว่าเป็นอย่างไร

อีกตัวก็คือ ภาพยนตร์โฆษณาข้าวเกรียบกุ้งซานามิ ซึ่งจะมีการออกอากาศ  
ในวันที่ 14 มีนาคม นี้ ชื่อชุด จักรยาน เป็นการขี่จักรยาน เลขเด่น มีเพลงประกอบ ตอนที่กำลัง  
ทำการวิจัยแบบ เฟกส์ ลูฟ ที่ อยู่ไทยเปรียบเทียบกับหนึ่งโฆษณาของกลุ่มเช่น ไปเต้ ปาร์ตี้ มันมัน  
ว่ายูริ เภคมีความชอบมากน้อยแค่ไหน

ชำนาญ หอสมุด

แบบสอบถามในการวิจัยเชิงคุณภาพ

สัมภาษณ์แต่ผู้หนึ่งเท่านั้น

1. ถ้าเป็นไปได้คุณเป็นผู้ที่สนใจหรือผู้ที่ทำคุณ/  
ครอบครัวคุณใช้ยูริเป่ลาคะ เป็น.....1  
ไม่ใช่เป็น (เป็นการสัมภาษณ์)...2
2. ขอโทษนะคุณอายุเท่าไร  
ต่ำกว่า 15 ปี (เป็นการสัมภาษณ์)...1  
15 - 19 ปี.....2  
20 - 24 ปี.....3  
25 - 30 ปี.....4  
31 ปีขึ้นไป (เป็นการสัมภาษณ์)...5

แสดงการรายได้ ( การร 1 )

3. การร รายได้นี้แสดงขอรายไปประจำ  
ครัวเรือนคือเดือนละเท่าไหร่ที่ตรงกับ  
ขอรายไปของครอบครัวคุณ  
ก) ต่ำกว่า 4,000 บาท (ปี)...1  
ข) 4,000 - 8,000 บาท.....2  
ค) 8,001 - 10,000 บาท.....3  
ง) 10,001 - 12,500 บาท.....4  
จ) มากกว่า 12,500 บาท (ปี)..5
4. ตัวคุณเองมีอาชีพอะไรคะ
  1. นักเรียน/นักศึกษา
  2. อยู่บ้านเฉย ๆ ไม่ได้ทำงาน
  3. ไม่ทำงานนอกบ้าน แต่มีกิจกรรมหารายได้อื่น ระบุ.....

- ทำงาน (ระบุตำแหน่งและลักษณะงาน).....
4. ในออฟฟิศ.....
  5. ทำงานอื่น ๆ.....
5. คุณคิดว่าหนังสือโฆษณาลักษณะชุดนี้ มีจุดเด่นอะไรบ้าง / มีคุณสมบัติพิเศษอย่างไร / ต้องการบอกอะไรแก่ผู้ชมบ้าง.....
  6. สิ่ง que เพิ่มในสมุดลัทธิใหม่คุณคิดว่ามีอะไรบ้าง?.....
  7. หลังจากที่คุณได้เห็นโฆษณาลักษณะชุดนี้แล้ว คุณคิดว่าข้อความใดตรงกับความรู้สึกของคุณ ในการที่จะซื้อสินค้านี้มาใช้ ( แสดงการ tick ให้ถูกต้อง )
    - ( ) จะซื้อมาใช้อย่างแน่นอน
    - ( ) คิดว่าจะซื้อ
    - ( ) อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้
    - ( ) คิดว่าจะไม่ซื้อ
    - ( ) จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน
  8. คุณเคยเห็นโฆษณาสมุดลัทธิชนิดนอมมิวการา ก่อนโฆษณาชุดนี้บ้างหรือไม่?
    - ( ) เคย.....( ตามข้อ 9 )
    - ( ) ไม่เคย.....( ข้ามไปตามข้อ 10 )
  9. คุณคิดว่าโฆษณาลักษณะชุดนี้เท่ากับชุดใหม่ต่างกันหรือไม่? ถ้า ต่างกัน มีอะไรบ้างที่แตกต่างกัน ?
    - ต่างกัน สิ่งที่ต่างกัน คือ .....
    - ( ) ไม่ต่างกัน
  10. ขณะนี้คุณกำลังใช้สมุดยี่ห้ออะไรคะ? ขอทูลน้อยคะ.....

11. สมูทัยอะอะไรที่คุณซื้อมาใช้บ่อยที่สุด?.....

คำถามต่อไปนี้ให้ตามเฉพาะผู้ที่ระบุ สมูปาล์มโอสึฟในข้อ 1ก. และ 1ข.

12. ช่วยเล่าให้ฟังหน่อยเท่าที่จำไ้ว่า สมูปาล์มโอสึฟเษณาว่าอย่างไ้บ้าง?  
.....

13. คุณชอบตัวแสดงในเษณาปาล์มโอสึฟซุคนี้หรือเปล้า? เพร้าเหตุไ้  
( ) ชอบ เพร้า.....  
( ) ไ้ชอบ เพร้า.....

14. คุณคึว่าทังเษณาปาล์มโอสึฟซุคนี้มีจุดเษณะไ้บ้าง /มีคุณสมบัติเษนอย่างไ้ /ต้องการบอกอะไ้ในแกฐมบ้าง?  
.....

15. หลังจากที่คุณไ้เห็นเษณาปาล์มโอสึฟซุคนี้แล้ว คุณคึว่าข้อความไ้ที่ตรงกั้ความรู้ซึกของ  
คุณในการไ้จะซึอสมูนี้มาไ้ ( แสดงการไ้ให้ฐคอบฐ )  
( ) จะซึอมาไ้อย่างแนนอน  
( ) คึจะซึอ  
( ) อาจะซึอหรือไ้ซึอไ้ไ้  
( ) คึว่าจะไ้ซึอ  
( ) จะไ้ซึออย่างแนนอน





- ค. ยี่ห้อ..... ผลิตภัณฑ์จาก.....
- ง. " ..... " .....
- จ. " ..... " .....
- ฉ. " ..... " .....
- ช. " .....

7. ปัจจุบันคุณใช้น้ำมันพืชยี่ห้อใด (สำหรับผู้ที่ใช้น้ำมันพืชในปัจจุบัน)

- ก. ยี่ห้อ..... สาขาเขต.....
- ข. ยี่ห้อ..... " " .....
- ค. ยี่ห้อ..... " " .....

8. คุณคิดจะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นหรือไม่

- ก. คิดที่จะเปลี่ยน เพราะเหตุใด.....
- ข. ไม่คิดที่จะเปลี่ยน เพราะเหตุใด.....

9. น้ำมันพืชยี่ห้อที่คุณเคยใช้แต่เลิกใช้

- ก. ยี่ห้อ..... สาขาเขต.....
- ข. ยี่ห้อ..... สาขาเขต.....
- ค. ยี่ห้อ..... สาขาเขต.....

10. ในการชื้อน้ำมันพืชคุณคำนึงถึงอะไรบ้าง

- ก.....
- ข.....
- ค.....

11. น้ำมันพืชที่ควรผลิตจากอะไร.....

12. น้ำมันพืชที่คิดในความคิดเห็นของคุณควรมีลักษณะอย่างไรบ้าง.....

13. คุณรู้จักกรรไกรเลือกบ้างหรือไม่

ก. รู้จัก

ข. ไม่รู้จัก (ถามข้อ 15)

14. กรรไกรเลือกมีคุณสมบัติอย่างไร.....

ก. ยี่ห้อ..... เห็นจาก..... ภาพที่จำได้.....  
ขอความที่จำได้.....

ข. ยี่ห้อ..... เห็นจาก..... ภาพที่จำได้.....  
ขอความที่จำได้.....

ค. ยี่ห้อ..... เห็นจาก..... ภาพที่จำได้.....  
ขอความที่จำได้.....

15. จากโฆษณา น้ำมันพืชที่คุณเคยเห็น คุณคิดว่า การโฆษณาของน้ำมันพืชชนิดใดน่าเชื่อถือ.....

.....

17. คุณคิดว่า น้ำมันพืชยี่ห้อที่คุณเห็น โฆษณามีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง.....

.....

จำหน่ายหอสมุด

แบบสอบถามการวิจัยสินค้า

1. คุณรู้จักข้าวถุงยี่ห้ออะไรบ้าง

..... น..... ข..... ค..... ง.....

2. ปัจจุบันคุณบริโภคข้าวถุงยี่ห้อใด(ขอผู้ถุงข้าวหากเป็นข้าวถุงตราฉัตร จงชนิดของข้าว)

ก..... สาขาที่เลือกซื้อยี่ห้อ.....

ข..... สาขาที่เลือกซื้อยี่ห้อ.....

3. คุณเคยเห็นโฆษณาข้าวถุงยี่ห้ออะไรบ้างในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา

ก. ยี่ห้อ..... เห็นจากสื่อ.....

ภาพที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข้อความที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข. ยี่ห้อ..... เห็นจากสื่อ.....

ภาพที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข้อความที่จำได้จากการโฆษณา.....

ค. ยี่ห้อ..... เห็นจากสื่อ.....

ภาพที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข้อความที่จำได้จากการโฆษณา.....

ง. ยี่ห้อ..... เห็นจากสื่อ.....

ภาพที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข้อความที่จำได้จากการโฆษณา.....

จ. ยี่ห้อ..... เห็นจากสื่อ.....

ภาพที่จำได้จากการโฆษณา.....

ข้อความที่จำได้จากการโฆษณา.....

( จากข้อ 2 หากคุณไม่ใช่วิไลภคชาวดงทรานนัศรียุคปัจจุบัน ตามข้อ 4 ก่อ  
หากคุณยังคงบววิไลภคชาวดงทรานนัศรียุคปัจจุบันตามข้อ 6 )

4. คุณเคยบววิไลภคชาวดงทรานนัศรียุคหรือไม่?

ก. เคย.....ชนิดที่ เคยรับประทาน.....

ข. ไม่เคย..... (ถามข้อ 10)

5. ถ้าเคยเพราะเหตุใดในปัจจุบันจึง ไม่ใช่ชาวดงทรานนัศรียุค.....  
.....

6. ชาวดงทรานนัศรียุคมีคุณภาพเป็นอย่างไรในความคิดของคุณ

ก. คุณภาพดี เพราะ.....

ข. คุณภาพไม่ดี เพราะ.....

7. คุณคิดว่าชาวดงทรานนัศรียุคมีคุณภาพแตกต่างไปจากชาวดงยี่ห่ออื่น ๆ ที่เคยรับประทานหรือไม่

ก. ต่างกัน เพราะ.....

ข. ไม่ต่างกัน เพราะ.....

8. คุณเคยบววิไลภคชาวดงทรานนัศรียุค คุณชอบหรือไม่ เพราะเหตุใด

ก. ชอบ เพราะ.....

ข. ไม่ชอบ เพราะ.....

9. คุณต้องการให้ชาวดงทรานนัศรียุคปรับปรุงอะไรบ้าง?

ก. ....

ข. ....

ค. ....

10. ส่วนใหญ่คุณมักจะซื้อข้าวถุงจาก

ก. ซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้า

ข. ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

ค. ร้านค้าสหกรณ์

ง. ร้านค้าของชำใกล้บ้าน

จ. อื่น ๆ.....

11. คุณเคยเห็นหรือได้ยินข่าวอุทกภัยนักศรั้งหรือไม

ก. เคย.....

ข. ไม่เคย ( ปกติการสัมภาษณ์ )

12. ( ถ้าตอบว่าเคย ) คุณเคยเห็นหรือได้ยินโฆษณาข่าวอุทกภัยนักศรั้งจากสื่อร

ก. .... ก. ....

ข. .... ง. ....

13. สิ่งที่คุณจำไ้จากการโฆษณาข่าวอุทกภัยนักศรั้ง

ก. ภาพ.....

ข. ข้อความ.....

14. คุณชอบโฆษณาข่าวอุทกภัยนักศรั้งหรือไม่

ก. ชอบ เพราะ.....

ข. ไม่ชอบ เพราะ.....

15. คุณเชื่อถือในโฆษณาข่าวลุงตราดนักศรัหรือไม?

ก. เชื่อถือ เพราะ.....

ข. ไม่เชื่อถือ เพราะ.....

ชื่อ-นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

อายุ.....อาชีพ.....การศึกษา.....

ระบับรายไ้ของครอบครัว/เดือน.....ต่ำกว่า 5,000 บาท

.....5,001 - 10,000 บาท

.....10,001 - 15,000 บาท

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วันที่ให้สัมภาษณ์.....

THANMASAT UNIVERSITY  
สำนักหอสมุด

แบบสอบถามการวิจัยเชิงโลก

วัตถุประสงค์

- ความคิดเห็นต่อกล่อง หลอด และฝาของยาสีฟัน
- 
- พฤติกรรมการซื้อ
- โลโก้
- 
- 

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

- 50 คนไทยแบ่งเป็น
- ผู้ใช้ยารักในปัจจุบัน 20 คน
  - ผู้ใช้คอลเกตแปะโซ่แทนท์ โกลด์ 20 คน
  - ผู้เคยใช้ยารักแต่ปัจจุบันไม่ใช้ 10 คน
  - อายุ 15 - 35 ปี

ระยะเวลา

ตั้งแต่วันที่ 17 - 21 ส.ค. 2530

ชำนาญ ห่อสมุด



การรัก

กลุ่มผู้ใช้ยาเสพติด

- อายุต่ำกว่า 17 ปี ใช้การรักเพราะ.....
- อายุ 17 - 25 ปี ใช้การรักเพราะ.....
- อายุ 26 - 35 ปี ใช้การรักเพราะ.....
- อายุ 36 - 45 ปี ใช้การรักเพราะ.....

ชอบกลองและสิ่งสัญลักษณ์หรือไม่ เพราะเหตุใด  
ชอบหลอดของยาเสพติดหรือไม่ เพราะเหตุใด  
ชอบฝาจากของยาเสพติดหรือไม่ เพราะเหตุใด  
ชื่อยาเสพติดใดเป็นประจำ  
คำว่าความรักหมายความว่าอย่างไร  
ความคิดเห็นของผู้ใช้ยาเสพติดคอลเกต เปบไซเทนท์ และไกลซิมีต่อยาเสพติดในเรื่องของ  
หลอด กลอง ฝาจาก คุณภาพ  
ความคิดเห็นของผู้ใช้การรักหลอดกลามิเนทและหลอดชนิดอื่น  
ความคิดเห็นของผู้ใช้ยาเสพติดยาเสพติดยี่ห้อต่าง ๆ ในด้านบุคลิกของยาเสพติดแต่ละยี่ห้อ  
เปรียบเทียบความชอบของหนังโฆษณายาเสพติดยี่ห้อต่าง ๆ ตามถึงข้อความที่จำได้ ภาพที่จำได้  
จุดเด่นของโฆษณายาเสพติดที่ผู้บริโภครักชอบ

สำนักหอสมุด

คอลเกต

ผู้ใช้คอลเกต เพราะ

ความคิดเห็นต่อ กลอง หลอด คุณภาพ และ ระยะเวลาของยาสีฟันคอลเกต

แปม เซเทนท์

ผู้ใช้แปมเซเทนท์ เพราะ

ความคิดเห็นต่อ หลอด คุณภาพ และ ระยะเวลาของยาสีฟันแปมเซเทนท์

โกลซิก

ผู้ใช้โกลซิก เพราะ

ความคิดเห็นต่อหลอด หลอด คุณภาพ และ ระยะเวลาของยาสีฟันโกลซิก

ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้ยาสีฟันคาร์กี้ แต่ปัจจุบันไม่ใช้ เพราะสาเหตุใด

จ่านักหอสมุด