



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาก้างของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาก้างของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คำตอบของท่านมีค่าอย่างยิ่งต่อการค้นคว้าอิสระ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้เพื่อสรุปผลการศึกษาเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้อมูลที่ตรงกับความ เป็นจริงและสมบูรณ์จะช่วยให้การศึกษาดำเนินไปด้วยความถูกต้อง ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านให้ครบทุกข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องวงเล็บ ( ) หน้าข้อที่ตรงความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. 18 – 21 ปี

( ) 2. 22 – 25 ปี

( ) 3. 26 – 29 ปี

( ) 4. 30 ปีขึ้นไป

3. สำเร็จการศึกษาระดับสูงสุด

( ) 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

( ) 2. อนุปริญญาตรี/ปวส.

( ) 3. ปริญญาตรี

( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา

( ) 2. ข้าราชการ / พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ

( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน

( ) 2. 10,001 – 20,000 บาท/เดือน

( ) 3. 20,001 – 30,000 บาท/เดือน

( ) 4. มากกว่า 30,000 บาท/เดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

6. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- ( ) 1. เครื่องดื่ม RTD ( ) 2. เหล้า/สุรา ( ) 3. เบียร์  
( ) 4. ไวน์/แชมเปญ ( ) 5. อื่นๆ ระบุ.....

7. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับในโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ( ) 1. งานฉลองในเทศกาลต่างๆ ( ) 2. งานเลี้ยงฉลองแสดงความยินดี  
( ) 3. ดื่มประจำวัน ( ) 4. เมื่อไปทานอาหารนอกบ้าน  
( ) 5. ซื้อมาของฝาก ( ) 6. อื่นๆระบุ.....

8. โดยเฉลี่ยท่านมีความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือนอย่างไร

- ( ) 1. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง ( ) 2. 1 - 3 ครั้ง  
( ) 3. 4 - 6 ครั้ง ( ) 4. มากกว่า 6 ครั้ง

9. โดยเฉลี่ยปริมาณในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อครั้ง

- ( ) 1. 1 - 3 แก้ว ( ) 2. 4 - 6 แก้ว  
( ) 3. 7 - 8 แก้ว ( ) 4. มากกว่า 8 แก้ว

10. ท่านมีค่าใช้จ่ายในซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อครั้งเป็นมูลค่าเท่าไร

- ( ) 1. ไม่เกิน 100 บาท ( ) 2. 101 - 200 บาท ( ) 3. 201 - 300 บาท  
( ) 4. 301 - 400 บาท ( ) 5. 401 - 500 บาท ( ) 6. 501 บาทขึ้นไป

11. หลังตื่นนอนตอนเช้า ท่านเคยมีอาการเมาค้างหลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปวดศีรษะ  
วิงเวียน คลื่นไส้ อาเจียน อ่อนเพลีย/ไม่มีแรง หรือไม่

- ( ) 1. เคย ( ) 2. ไม่เคย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างของผู้บริโภค  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

12. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างประเภทใดบ่อยที่สุด

- ( ) 1. ชนิดน้ำ ( ) 2. ชนิดเม็ด ( ) 3. ชนิดเม็ดแคปซูล

13. ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างครั้ง

ชนิดน้ำ ( ) 1. 1 - 2 ขวด

( ) 2. 3 - 4 ขวด

( ) 3. 5 - 6 ขวด

( ) 4. มากกว่า 6 ขวด

ชนิดเม็ด / เม็ดแคปซูล

( ) 5. 1-2 เม็ด / เม็ดแคปซูล ( ) 6. 3-4 เม็ด / เม็ดแคปซูล

( ) 7. 5-6 เม็ด / เม็ดแคปซูล ( ) 8. มากกว่า 6 เม็ด / เม็ดแคปซูล

14. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างต่อครั้งเป็นราคาเท่าไร

( ) 1. ไม่เกิน 30 บาท

( ) 2. 31 - 60 บาท

( ) 3. 61 - 90 บาท

( ) 4. 91 - 120 บาท

( ) 5. มากกว่า 120 บาท

15. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) 1. HANG

( ) 2. WAKIE

( ) 3. ALKA-SELTZER

( ) 4. BANNER PROTEIN

( ) 5. อื่นๆ ระบุ.....

16. เหตุผลที่ท่านซื้อตรายี่ห้อดังกล่าว (จากข้อ 16) (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) 1. รสชาติถูกปาก

( ) 2. มั่นใจในคุณภาพ

( ) 3. บรรลุฤทธิ์

( ) 4. ตราที่ยี่ห้อ

( ) 5. ราคาถูก

( ) 6. หาซื้อง่าย

( ) 7. เคยเห็นในโฆษณา

( ) 8. มีพนักงานขายตรง

( ) 9. อื่นๆ ระบุ.....

17. ท่านได้รับอิทธิพลจากอะไร ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างมากที่สุด

( ) 1. ตัวท่านเอง

( ) 2. ครอบครัว

( ) 3. เพื่อนแนะนำ

( ) 4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย

( ) 5. สื่อโฆษณา

( ) 6. อื่นๆ ระบุ.....

18. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) 1. ห้างสรรพสินค้า

( ) 2. ร้านสะดวกซื้อ

( ) 3. ร้านขายยา

( ) 5. ผับ / บาร์

( ) 6. อื่นๆ ระบุ.....

19. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างจากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

( ) 1. ห้างสรรพสินค้า

( ) 2. ร้านสะดวกซื้อ

( ) 3. ร้านขายยา

( ) 5. ผับ / บาร์

( ) 6. อื่นๆ ระบุ.....

20. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างในโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ( ) 1. ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ( ) 2. เที่ยวสถานบันเทิง ( ) 3. ดื่มประจำวัน  
( ) 4. เดินช้อปปิ้ง ( ) 5. อื่นๆระบุ.....
21. หากท่านต้องการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างท่านจะซื้ออย่างไร
- ( ) 1. ซื้อเมื่อเกิดอาการ ( ) 2. ซื้อเตรียมไว้ประจำ
22. สิ่งใดเป็นตัวกระตุ้นให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้าง
- ( ) 1. อาการเมาค้าง ( ) 2. การเห็นสินค้า  
( ) 3. การโฆษณา ( ) 4. พนักงานขาย
23. ในการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้าง ท่านได้มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจหรือไม่
- ( ) 1. มี (ตอบข้อ 24) ( ) 2. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 26)
24. ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. โทรทัศน์ ( ) 2. นิตยสาร ( ) 3. อินเทอร์เน็ต  
( ) 4. สอบถามจากพนักงานขาย ( ) 5. เพื่อน / คนรู้จัก ( ) 6. บุคคลในครอบครัว  
( ) 7. อื่น ๆ ระบุ.....
25. เมื่อไปถึงสถานที่ซื้อท่านพบสถานการณ์ต่อไปนี้ท่านทำอย่างไร (กรุณาตอบทั้ง 2 กรณี)
- กรณีที่ 1 ยี่ห้อที่ตั้งใจซื้อมีสินค้า แต่มียี่ห้ออื่นมีรายการพิเศษ เช่น ของแถม ลดราคา
- ( ) 1. ท่านยังคงซื้อยี่ห้อที่ตั้งใจไว้ ( ) 2. ท่านซื้อยี่ห้อที่มีรายการพิเศษ  
( ) 3. อื่นๆโปรดระบุ.....
- กรณีที่ 2 ยี่ห้อที่ตั้งใจซื้อไม่มีสินค้า
- ( ) 1. ท่านยังคงซื้อยี่ห้อเดิม โดยไปหาซื้อที่ร้านอื่น ( ) 2. ท่านซื้อยี่ห้ออื่นแทน  
( ) 3. อื่นๆโปรดระบุ.....
26. ท่านบริโภคผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างอย่างไร
- ( ) 1. ก่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ( ) 2. เมื่อเกิดอาการ
27. ท่านรู้สึกอย่างไรหลังจากที่บริโภคผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้าง
- ( ) 1. พอใจมากที่สุด ( ) 2. พอใจ ( ) 3. เฉยๆ  
( ) 4. ไม่พอใจ ( ) 5. ไม่พอใจมากที่สุด
28. ในอนาคตหากท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างหรือไม่
- ( ) 1. ซื้อแน่นอน ( ) 2. มีแนวโน้มว่าจะซื้อ ( ) 3. ไม่แน่ใจ  
( ) 4. มีแนวโน้มว่าจะไม่ซื้อ ( ) 5. ไม่ซื้อแน่นอน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาก้างของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย O ล้อมรอบตัวเลขในช่องตัวเลือกเพียงข้อละหนึ่งแห่ง ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาก้าง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
29. สามารถบรรเทาอาการเมาก้างได้ผล	5	4	3	2	1
30. มีส่วนประกอบที่เป็นสารจากธรรมชาติ	5	4	3	2	1
31. มีวิตามิน แร่ธาตุ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย	5	4	3	2	1
32. กลิ่น รสชาติ อร่อย	5	4	3	2	1
33. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม	5	4	3	2	1
34. ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จักน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
35. มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา	5	4	3	2	1
<b>ด้านราคา (Price)</b>					
36. ราคาต่อขวด	5	4	3	2	1
37. ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	5	4	3	2	1
38. มีป้ายราคาติดชัดเจน	5	4	3	2	1
39. มีหลายราคาให้เลือก	5	4	3	2	1
<b>ด้านการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
40. หาซื้อได้สะดวก	5	4	3	2	1
41. มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า	5	4	3	2	1
42. มีจำหน่ายที่ร้านขายยา	5	4	3	2	1
43. มีจำหน่ายที่สถานบันเทิง	5	4	3	2	1
44. มีผู้จัดจำหน่าย	5	4	3	2	1
<b>ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)</b>					
45. แจกสินค้าตัวอย่าง	5	4	3	2	1

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้าง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
46. มีการโฆษณาทางโทรทัศน์	5	4	3	2	1
47. มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
48. บริษัทเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน	5	4	3	2	1
49. มีการชิงโชคให้รางวัล	5	4	3	2	1
50. มีการใช้ดาราเป็นสื่อโฆษณา	5	4	3	2	1

51. ปัญหาหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการเมาค้างของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายณัฐพล เรืองรังสีรัตน์	
วัน เดือน ปีเกิด	1 เมษายน 2525	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2542	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย
	พ.ศ.2546	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	พ.ศ.2547	Sale Representative Duangkaew Jewelry&Manufacturer Co.,LTD.
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2549 –2553	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บริษัทเซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด
	พ.ศ.2553 –ปัจจุบัน	ผู้จัดการร้านศูนย์บริการหลังคาฝ้า ผนังครบวงจร (เขตภาคอีสาน)
		บริษัท เอสซีจี ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved