

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม  
ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพื่อการศึกษาในระดับ  
ปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และขอขอบพระคุณ  
สำหรับความร่วมมืออันดีมา ณ โอกาสนี้

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

## 1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

## 2. อายุ

( ) ไม่เกิน 20 ปี ( ) 21 – 25 ปี ( ) 26 – 30 ปี ( ) 31 – 35 ปี  
( ) 36 – 40 ปี ( ) 41 – 45 ปี ( ) 46 – 50 ปี ( ) 51 ปีขึ้นไป

## 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

( ) ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 5,001 – 10,000 บาท  
( ) 10,001 - 15,000 บาท ( ) 15,001 – 20,000 บาท  
( ) 20,001 - 25,000 บาท ( ) 25,001 บาทขึ้นไป

## 4. การศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา / ปวช.  
( ) ปวส. – อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 5. อาชีพ

( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) พนักงานบริษัท  
( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว  
( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 6. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านรับสื่ออะไรบ้าง

( ) สื่อโทรทัศน์ ( ) สื่อวิทยุ ( ) สื่อหนังสือพิมพ์  
( ) สื่อนิตยสาร ( ) สื่อโฆษณากลางแจ้ง ( ) สื่อโฆษณาเคลื่อนที่  
( ) สื่อลอยฟ้า ( ) สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ ( ) สื่อเฉพาะเช่น ของแถม  
( ) สื่ออื่น ๆ เช่น การโฆษณาผ่านโรงพยาบาลนคร และวีดีโอเทป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาจซื้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

7. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกบริโภคะาเขียวพร้อมดื่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชอบดื่มชา                     | <input type="checkbox"/> ดื่มตามกระแสนิยมชาเขียว |
| <input type="checkbox"/> ดื่มเพื่อสุขภาพ               | <input type="checkbox"/> ดื่มตามโฆษณา            |
| <input type="checkbox"/> มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ | <input type="checkbox"/> ดื่มตามเพื่อน           |
| <input type="checkbox"/> ดื่มเพราะมีบุคคลแนะนำ         | <input type="checkbox"/> ดื่มเพื่อความสดชื่น     |
| <input type="checkbox"/> ดื่มเพื่อดับกระหาย            | <input type="checkbox"/> ดื่มแก้่วงนอน           |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) .....           |  |

8. ยี่ห้อชาเขียวพร้อมดื่มที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                   |                                     |  |                                  |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โออิชิ   | <input type="checkbox"/> ยูนิฟ      | <input type="checkbox"/> เซนชะ               | <input type="checkbox"/> ชาลีวัง |
| <input type="checkbox"/> ลิปตัน   | <input type="checkbox"/> ฟุจิ       | <input type="checkbox"/> ทิปโก้              | <input type="checkbox"/> โมจิ    |
| <input type="checkbox"/> ชิเซน    | <input type="checkbox"/> เซโซะ      | <input type="checkbox"/> พ็อคคา              | <input type="checkbox"/> ไอวี    |
| <input type="checkbox"/> ชัมเมอร์ | <input type="checkbox"/> สยามกรีนที | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) ..... |                                  |

9. ยี่ห้อชาเขียวพร้อมดื่มที่ท่านซื้อบ่อยที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- |                                   |                                     |  |                                  |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โออิชิ   | <input type="checkbox"/> ยูนิฟ      | <input type="checkbox"/> เซนชะ               | <input type="checkbox"/> ชาลีวัง |
| <input type="checkbox"/> ลิปตัน   | <input type="checkbox"/> ฟุจิ       | <input type="checkbox"/> ทิปโก้              | <input type="checkbox"/> โมจิ    |
| <input type="checkbox"/> ชิเซน    | <input type="checkbox"/> เซโซะ      | <input type="checkbox"/> พ็อคคา              | <input type="checkbox"/> ไอวี    |
| <input type="checkbox"/> ชัมเมอร์ | <input type="checkbox"/> สยามกรีนที | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) ..... |                                  |

10. เพราะเหตุใดท่านจึงชอบบริโภคยี่ห้อชาเขียวพร้อมดื่มที่ท่านเลือกในข้อ 9 มากที่สุด

(เลือกเพียง 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รสชาติชาเขียวหวานพอดี       | <input type="checkbox"/> รสชาติชาเขียวไม่หวาน                     |
| <input type="checkbox"/> มีรสชาติและกลิ่นให้เลือกมาก | <input type="checkbox"/> สีของชาเขียว                             |
| <input type="checkbox"/> ราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่น       | <input type="checkbox"/> ราคาสูงกว่ายี่ห้ออื่น                    |
| <input type="checkbox"/> หาซื้อได้สะดวก              | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงของยี่ห้อ                       |
| <input type="checkbox"/> มีการโฆษณาสม่ำเสมอ          | <input type="checkbox"/> ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แตกต่างจากยี่ห้ออื่น |
| <input type="checkbox"/> มีการแจกของแถม              | <input type="checkbox"/> มีการลดราคาสินค้าบ่อย                    |
| <input type="checkbox"/> ชิงโชค                      | <input type="checkbox"/> มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง     |
| <input type="checkbox"/> รสชาติอร่อย                 | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) .....                      |

11. ท่านเลือกชาเขียวพร้อมคิมในรสชาติใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ชาเขียวรสต้นตำรับ ( ) ชาเขียวรสน้ำผึ้งผสมมะนาว  
 ( ) ชาเขียวรสมะนาว ( ) ชาเขียวกลิ่นมะลิ  
 ( ) ชาเขียวรสชาวดู๊ปปุ่น ( ) ชาเขียวสูตรไม่มีน้ำตาลช่วยลดน้ำหนัก  
 ( ) ชาเขียวสูตรไม่มีน้ำตาล ( ) ชาเขียวรสน้ำผึ้ง  
 ( ) ชาเขียวรสแดงโม ( ) รสชาติอื่น ๆ (ระบุ) .....
12. ท่านซื้อชาเขียวพร้อมคิมปริมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์
- ( ) 1 ครั้งหรือน้อยกว่า ( ) 2 ครั้ง  
 ( ) 3 ครั้ง ( ) มากกว่า 3 ครั้ง  
 ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....
13. ปกติท่านซื้อชาเขียวพร้อมคิม package ใดบ่อยที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- ( ) ขวด 350 มล. ( ) ขวด 500 มล.  
 ( ) ขวด 1,000 มล. ( ) กล่อง 250 มล.  
 ( ) กล่อง 1,000 มล. ( ) กระจ่ป่อง 300 มล.  
 ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....
14. ปริมาณชาเขียวพร้อมคิมต่อการซื้อ 1 ครั้ง (หน่วย = ขวด หรือกล่อง หรือกระจ่ป่อง)
- ( ) ครั้งละ 1 หน่วย ( ) ครั้งละ 2-3 หน่วย  
 ( ) ครั้งละ 4-6 หน่วย ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....
15. ค่าใช้จ่ายในการซื้อชาเขียวพร้อมคิมต่อครั้งโดยเฉลี่ย
- ( ) 10 บาท ( ) 15-20 บาท  
 ( ) 25-30 บาท ( ) 31-40  
 ( ) 41-50 ( ) 50 บาทขึ้นไป
16. ช่วงเวลาใดที่ท่านนิยมคิมชาเขียวพร้อมคิมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ช่วงเวลาตอนเช้า ( ) ช่วงรับประทานอาหาร  
 ( ) ช่วงบ่าย ( ) ช่วงเวลาเย็น  
 ( ) ก่อนนอน ( ) ไม่แน่นอน  
 ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....
17. บุคคลใดมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ชาเขียวพร้อมคิม
- ( ) ครอบครัว ( ) เพื่อน  
 ( ) ตนเอง ( ) พนักงานขาย  
 ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

18. ท่านซื้อชาเขียวพร้อมดื่มจากที่ไหนบ่อยที่สุด

- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| ( ) ห้างฯ บิ๊กซี   | ( ) ห้างฯ คาร์ฟูร์            |
| ( ) ร้านขายของชำ   | ( ) ร้านอาหารทั่วไป           |
| ( ) ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น                               | ( ) ร้านสะดวกซื้อในปั๊มน้ำมัน |
| ( ) ห้างฯ เทสโก้โลตัส สาขาหางดง และสาขาลาดคำเที่ยง                   |                               |
| ( ) ห้างท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาภาคสวนแก้ว และ สาขาแอร์พอร์ตพลาซ่า |                               |
| ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....  |                               |

19. ท่านเคยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชาเขียวพร้อมดื่มในเรื่องใดบ้างต่อไปนี้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ชาเขียว-เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนเจือจาง ออ.ห้ามโฆษณาชิงรางวัล-ให้ของแถม
- ( ) แบนแจก 30 ล้าน "โออิชิ"
- ( ) ข่าวชาเขียวบรรจุขวด "โออิชิ ซูการ์ฟรี" ปนเปื้อนกรดเกลือปริมาณสูงถึง 16%
- ( ) ผลวิจัยเตือนชาเขียวพร้อมดื่มร้ายยิ่งกว่าน้ำอัดลม คาเฟอีน น้ำตาลสูงปรี๊ด
- ( ) ชด'ชาเขียว' ปากคอไหม้ บริษัท รุคพบ พร้อมรับผิดชอบ
- ( ) สาวค่อมชาเขียว โออิชิ ตะลึง! พบเชื้อราลอยอยู่ในขวด
- ( ) "โออิชิ" ยันมาตรฐานการผลิตและพร้อมรับผิดชอบชาเขียวเจือรา
- ( ) ไม่เคยได้รับข่าวสาร (ข้ามไปตอบข้อ 21)

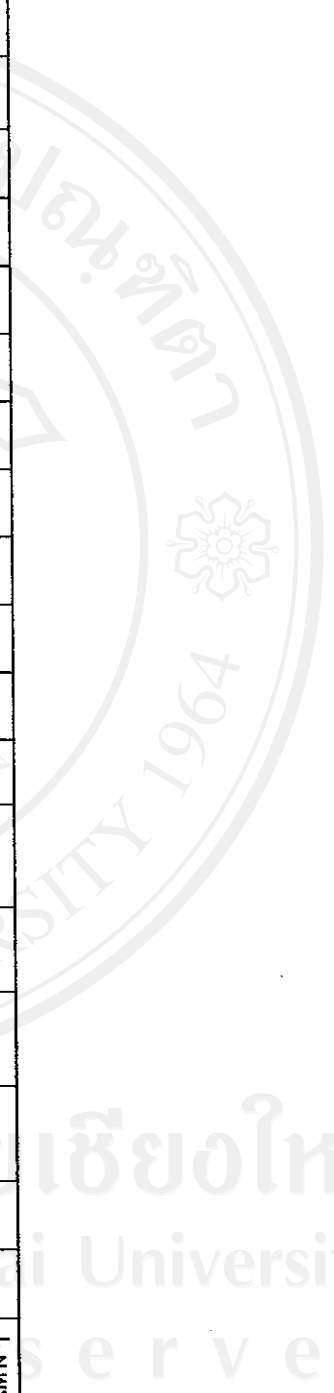
20. ท่านได้รับข่าวสารจากข้อ 19 จากสื่อรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| ( ) สื่อนิตยสาร   | ( ) สื่อนิตยสารพิมพ์   |
| ( ) สื่อวิทยุ     | ( ) สื่อโทรทัศน์       |
| ( ) สื่อ internet | ( ) อื่น ๆ (ระบุ)..... |





กิจกรรมสื่อสารการตลาด	หน่วยคะแนน	หน่วยคะแนน	ความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสาร				วิธี										มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ												
			มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	สูง	สูงมาก	ปานกลาง	ปาน	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก	น้อย	น้อยที่สุด													
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด													
5. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)																													
- การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย																													
- อื่น ๆ (ระบุ).....																													
6. การสนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing)																													
- การสนับสนุนทางด้านกีฬา																													
- การสนับสนุนทางด้านเกมโชว์																													
- อื่น ๆ (ระบุ) .....																													
7. กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing)																													
- การออกงานในงานแสดงสินค้า																													
- การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ / เทศกาลต่าง ๆ																													





22. ท่านสนใจการสื่อสารการตลาดของชาเขียวพร้อมดื่ม ในประเภทใดมากที่สุด

(เลือกได้เพียง 1 ข้อ)

- ( ) การโฆษณา
- ( ) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ชิงโชค
- ( ) การสื่อสาร ณ จุดซื้อ เช่น แผ่นป้ายที่คิดที่ชั้นวางของ ป้ายบังแดด ป้ายพลาสติก
- ( ) การประชาสัมพันธ์ เช่น บทความ แลงการณ์ของบริษัท การเปิดตัวสินค้าใหม่
- ( ) การขายโดยใช้พนักงานขาย
- ( ) การสนับสนุนทางการตลาด เช่น เป็นผู้สนับสนุนทางกีฬา เป็นผู้สนับสนุนเกมโชว์ต่าง ๆ
- ( ) กิจกรรมทางการตลาด เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การสาธิตสินค้า
- ( ) กิจกรรมอื่น ๆ เช่น เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ

23. ท่านสนใจการสื่อสารทางการตลาดของชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อใดมากที่สุด

(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |              |                |                         |            |
|--------------|----------------|-------------------------|------------|
| ( ) โออิชิ   | ( ) ยูนิฟ      | ( ) เซนชะ               | ( ) ชาลิ่ว |
| ( ) ลิปตัน   | ( ) ฟุจิ       | ( ) ทิปโก้              | ( ) โมจิ   |
| ( ) ชิเซน    | ( ) เซโซะ      | ( ) ฟ็อคคา              | ( ) ไอวี   |
| ( ) ชัมเมอร์ | ( ) สยามกรีนที | ( ) อื่น ๆ (ระบุ) ..... |            |

24. ท่านชอบการสื่อสารทางการตลาดของชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- |              |                |                         |            |
|--------------|----------------|-------------------------|------------|
| ( ) โออิชิ   | ( ) ยูนิฟ      | ( ) เซนชะ               | ( ) ชาลิ่ว |
| ( ) ลิปตัน   | ( ) ฟุจิ       | ( ) ทิปโก้              | ( ) โมจิ   |
| ( ) ชิเซน    | ( ) เซโซะ      | ( ) ฟ็อคคา              | ( ) ไอวี   |
| ( ) ชัมเมอร์ | ( ) สยามกรีนที | ( ) อื่น ๆ (ระบุ) ..... |            |

25. ท่านจดจำการสื่อสารทางการตลาดของชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อใดได้ดีที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- |              |                |                         |            |
|--------------|----------------|-------------------------|------------|
| ( ) โออิชิ   | ( ) ยูนิฟ      | ( ) เซนชะ               | ( ) ชาลิ่ว |
| ( ) ลิปตัน   | ( ) ฟุจิ       | ( ) ทิปโก้              | ( ) โมจิ   |
| ( ) ชิเซน    | ( ) เซโซะ      | ( ) ฟ็อคคา              | ( ) ไอวี   |
| ( ) ชัมเมอร์ | ( ) สยามกรีนที | ( ) อื่น ๆ (ระบุ) ..... |            |

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศิริินภา บุญมา
วัน เดือน ปี เกิด	12 มิถุนายน 2522
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ. 2541 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูง สาขาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยแม่โจ้</p>
ประวัติการทำงาน	<p>2545 – มีนาคม 2547 ตำแหน่งอาจารย์พิเศษ วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงใหม่</p>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University –  
All rights reserved