



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## แบบสอบถาม

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื่องด้วยแบบสอบถามนี้เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็น  
จริง เพื่อนำข้อมูลผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

## ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

- |          |                                    |                   |
|----------|------------------------------------|-------------------|
| 1. เพศ   | ( ) ชาย                            | ( ) หญิง          |
| 2. อายุ  | ( ) ต่ำกว่า 20 ปี                  | ( ) 20-30 ปี      |
|          | ( ) 31-40 ปี                       | ( ) มากกว่า 40 ปี |
| 3. อาชีพ | ( ) นักเรียน / นักศึกษา            | ( ) พนักงานบริษัท |
|          | ( ) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ( ) ธุรกิจส่วนตัว |
|          | ( ) รับจ้าง                        | ( ) แม่บ้าน       |
|          | ( ) วางงาน                         | ( ) อื่นๆ         |

(ระบุ).....

- |                  |                                    |
|------------------|------------------------------------|
| 4. ระดับการศึกษา | ( ) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย       |
|                  | ( ) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า |
|                  | ( ) ปวศ.                           |
|                  | ( ) ปริญญาตรี                      |
|                  | ( ) สูงกว่าปริญญาตรี               |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( ) น้อยกว่า 5,000 บาท ( ) 5,001 - 10,000 บาท  
 ( ) 10,001 – 15,000 บาท ( ) มากกว่า 15,000 บาท

**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อ และการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม**

1. ท่านดื่มชาเขียวพร้อมดื่มต่อไปนี้ห้อยใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ยูนิฟ ( ) โออิชิ  
 ( ) เซนชะ ( ) ลิปตันเวฟ  
 ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

2. ท่านเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อใดมากที่สุด

- ( ) ยูนิฟ ( ) โออิชิ  
 ( ) เซนชะ ( ) ลิปตันเวฟ

3. ความถี่ของท่านในการดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม (หน่วย = ขวด หรือ กล่อง หรือ กระป๋อง)

- ( ) ต่ำกว่า 2 หน่วย ต่อ สัปดาห์ ( ) 2 - 4 หน่วย ต่อ สัปดาห์  
 ( ) 5 - 7 หน่วย ต่อ สัปดาห์ ( ) มากกว่า 7 หน่วย ต่อ สัปดาห์

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่มแต่ละยี่ห้อ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ( ) ประโยชน์ต่อสุขภาพ ( ) ตามแฟชั่น ความนิยม  
 ( ) โฆษณาจูงใจ ( ) รสชาติ  
 ( ) ตรายี่ห้อ ( ) ราคา  
 ( ) การชิงโชครางวัล ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่มจากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ( ) ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัส , บิ๊กซี , คาร์ฟู  
 ( ) ซูเปอร์มาร์เก็ต  
 ( ) ร้านสะดวกซื้อ  
 ( ) ร้านขายของชำ  
 ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 : ท่านเห็นด้วยกับลักษณะต่างๆ ต่อไปนี้ของชาเขียวพร้อมดื่มแต่ละยี่ห้อในระดับใด

ยูนิฟ

ลักษณะ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
รสชาติกลมกล่อม					
ระดับความหวาน					
มีกลิ่น-รสของชา					
มีหลายรสชาติให้เลือกซื้อ					
เน้นความสดชื่น สดใส					
ดีบกระหาย สร้างอารมณ์สนุกสนาน และความกระฉับกระเฉง					
ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
ผลิตจากชาเขียวแท้ตามต้นตำรับจากญี่ปุ่น					
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ แตกต่างจากชาเขียวยี่ห้ออื่น					
ใช้สื่อให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของชาเขียว					
ราคาแพง					
มีการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ					
เนื้อหาโฆษณาน่าติดตาม และจดจำง่าย					
มีการลดราคาสินค้า					
มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
มีการสร้างสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
มีการแจกของแถม					
หาซื้อได้สะดวก					
วางจำหน่ายตามร้านอาหาร					
วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไป					
สินค้าขาดตลาด					
ภาพลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น					
สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสิ่งเจือปน					
มีกิจกรรมการชิงรางวัล					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ความน่าเชื่อถือในตราชื่อยี่ห้อ					

ความคิดเห็นอื่นๆ (เพิ่มเติม).....

.....

## โออิชิ

ลักษณะ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
รสชาติกลมกล่อม					
ระดับความหวาน					
มีกลิ่น-รสของชา					
มีหลายรสชาติให้เลือกซื้อ					
เน้นความสดชื่น สดใส					
ดีบกระหาย สร้างอารมณ์สนุกสนาน และความกระฉับกระเฉง					
ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
ผลิตจากชาเขียวแท้ตามต้นตำรับจากญี่ปุ่น					
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ แตกต่างจากชาเขียวยี่ห้ออื่น					
ใช้สื่อให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของชาเขียว					
ราคาแพง					
มีการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ					
เนื้อหาโฆษณาน่าติดตาม และจดจำง่าย					
มีการลดราคาสินค้า					
มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
มีการสร้างสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
มีการแจกของแถม					
หาซื้อได้สะดวก					
วางจำหน่ายตามร้านอาหาร					
วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไป					
สินค้าขาดตลาด					
ภาพลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น					
สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสิ่งเจือปน					
มีกิจกรรมการชิงรางวัล					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ความน่าเชื่อถือในตราสัญลักษณ์					

ความคิดเห็นอื่นๆ (เพิ่มเติม).....

.....

## เชนชะ

ลักษณะ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
รสชาติกลมกล่อม					
ระดับความหวาน					
มีกลิ่น-รสของชา					
มีหลายรสชาติให้เลือกซื้อ					
เน้นความสดชื่น สดใส					
ดับกระหาย สร้างอารมณ์สนุกสนาน และความ กระฉับกระเฉง					
ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
ผลิตจากชาเขียวแท้ตามต้นตำรับจากญี่ปุ่น					
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ แตกต่างจากชาเขียวยี่ห้ออื่น					
ใช้สื่อให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของชาเขียว					
ราคาแพง					
มีการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ					
เนื้อหาโฆษณาน่าติดตาม และจดจำง่าย					
มีการลดราคาสินค้า					
มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
มีการสร้างสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
มีการแจกของแถม					
หาซื้อได้สะดวก					
วางจำหน่ายตามร้านอาหาร					
วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไป					
สินค้าขาดตลาด					
ภาพลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น					
สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสิ่งเจือปน					
มีกิจกรรมการชิงรางวัล					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ความน่าเชื่อถือในตราชี่ห้อ					

ความคิดเห็นอื่นๆ (เพิ่มเติม).....

.....

## ลิปตันเวฟ

ลักษณะ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
รสชาติกลมกล่อม					
ระดับความหวาน					
มีกลิ่น-รสของชา					
มีหลายรสชาติให้เลือกซื้อ					
เน้นความสดชื่น สดใส					
ดีบกระหาย สร้างอารมณ์สนุกสนาน และความกระฉับกระเฉง					
ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
ผลิตจากชาเขียวแท้ตามต้นตำรับจากญี่ปุ่น					
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ แตกต่างจากชาเขียวยี่ห้ออื่น					
ใช้สื่อให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของชาเขียว					
ราคาแพง					
มีการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ					
เนื้อหาโฆษณาน่าติดตาม และจดจำง่าย					
มีการลดราคาสินค้า					
มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
มีการสร้างสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
มีการแจกของแถม					
หาซื้อได้สะดวก					
วางจำหน่ายตามร้านอาหาร					
วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไป					
สินค้าขาดตลาด					
ภาพลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น					
สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสิ่งเจือปน					
มีกิจกรรมการชิงรางวัล					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ความน่าเชื่อถือในตราสัญลักษณ์					

ความคิดเห็นอื่นๆ (เพิ่มเติม).....

.....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวธีรนุช โอภาพงพันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	22 มีนาคม 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตพิบูลบำเพ็ญ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2541	
พ.ศ. 2545	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาอัญมณีวิทยา ภาควิชาธรณีวิทยา คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved