



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่องอิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าสะดวกซื้อ
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพื่อการศึกษาในระดับ
ปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และขอขอบพระคุณ
สำหรับความร่วมมืออันดีมา ณ โอกาสนี้

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 ปีขึ้นไป
3. รายได้/เดือน
- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ไม่เกิน 5,000บาท | <input type="radio"/> 5,001-10,000บาท |
| <input type="radio"/> 10,001-15,000บาท | <input type="radio"/> 15,001-20,000บาท |
| <input type="radio"/> 20,001-25,000บาท | <input type="radio"/> 25,001 ขึ้นไป |
4. การศึกษา
- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> ประถมศึกษา | <input type="radio"/> มัธยมศึกษา/ปวช. |
| <input type="radio"/> ปวส./ อนุปริญญา | <input type="radio"/> ปริญญาตรี |
| <input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาตรี | <input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของคุณเป็นอย่างไร

- นานกว่า 3 สัปดาห์ต่อครั้ง
- 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
- สัปดาห์ละครั้ง
- สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
- สัปดาห์ละ 4 ครั้งขึ้นไป

6. คุณมักเลือกจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้ารูปแบบใด

- ร้านโชวห่วย
- ร้านสะดวกซื้อริมถนน เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น, แฟมิลี่มาร์ท เป็นต้น
- ซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อป ซูเปอร์มาเก็ต, โฮมเฟรชมาร์ท เป็นต้น
- ไฮเปอร์มาเก็ตขนาดใหญ่ เช่น คาร์ฟูร์, โลตัส, บิ๊กซี เป็นต้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

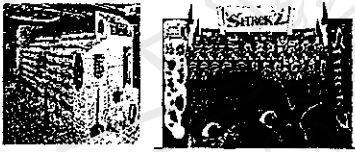



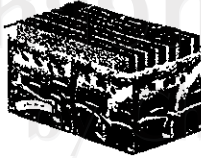

7. อะไรคือเหตุผลูงใจให้คุณมาซื้อสินค้าในร้านค้าประเภทดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



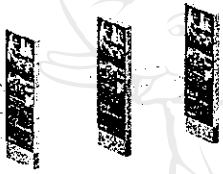




- มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษเช่น การลด แลก แจก แถม ชิงรางวัล ฯลฯ
- มีการจัดวางโชว์สินค้าอย่างสวยงาม
- ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า
- มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลาย
- มีสินค้ายี่ห้อที่ต้องการ
- มีการเปิดตัวสินค้าใหม่
- สินค้ามีราคาที่มาตรฐาน
- มีการบริการที่ดีสินค้าน่าเชื่อถือ
- มีการจัดรายการ โปรโมชั่นตามเทศกาลและฤดูกาลต่างๆ
- มีโฆษณาส่งเสริมการขาย
- ที่จอดรถสะดวกสบาย
- ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน
- เป็นสมาชิกอยู่
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....


8. ท่านเคยสังเกตเห็นการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อบ้างหรือไม่

- เคย โปรดระบุ.....
- ไม่เคย

9. กรุณาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ โดยการใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านมีความคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

การสื่อสาร การตลาด ณ จุดซื้อ	ตัวอย่างรูป	เติมเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเลือก			
		สังเกตเห็น	เห็นแล้ว อยากเข้ามา หาข้อมูล	เห็นแล้วทำให้ พิจารณาว่า จะซื้อหรือไม่	เห็นแล้ว ทำให้ตัดสินใจซื้อ
1. แผ่นป้ายตั้งกองกลาง ทางเดิน [Floor Display]					
2. โฆษณาบริเวณ ชั้นวางสินค้า [Shelf Vision]					
3. โฆษณาบริเวณรอบ รถเข็น [Carts around]					
4. โฆษณาที่พื้น [Floor Vision]					
5. แผ่นป้ายรอบกระบะ ลดราคา [Dump bin sign]					
6. บู๊ทชิมฟรีและ สาธิตสินค้า [Demo Booth]					

การสื่อสาร การตลาด ณ จุดซื้อ	ตัวอย่างรูป	เติมเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเลือก			
		สังเกตเห็น	เห็นแล้วอยาก เข้ามาหาข้อมูล	เห็นแล้วทำให้ พิจารณาว่าจะซื้อ หรือไม่	เห็นแล้วทำให้ ตัดสินใจซื้อ
7. การแจกตัวอย่างสินค้า [Sampling]					
8. การจัดซุ่มกิจกรรมพิเศษ โดยใช้พริตต์หรือพีธีกร [Event Marketing]					
9. โฆษณาแนวตั้งบริเวณ ทางออก [Exit Panal]					
10. การแจกแผ่นพับใบ ปลิว [Brochure & Leaflet]					
11. การโฆษณาด้วยทีวี / วิดีโอ / คอมพิวเตอร์ [Multimedia Advertising]					
12. โฆษณานขนาดใหญ่ แบบตั้งพื้น [Stand Display]					
13. ชั้นวางสินค้าลอยตัว พร้อมโฆษณาบริเวณ ทางเดิน [Function Standee]					

การสื่อสาร การตลาด ณ จุดซื้อ	ตัวอย่างรูป	เดิมเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเลือก			
		สังเกตเห็น	เห็นแล้ว อยากเข้ามา หาข้อมูล	เห็นแล้วทำให้ พิจารณาว่า จะซื้อหรือไม่	เห็นแล้ว ทำให้ตัดสินใจซื้อ
14.ป้ายโฆษณาบริเวณ เคาน์เตอร์จ่ายเงิน [Counter Sign]					

กรุณาใส่เครื่องหมาย (/) หน้าข้อที่ท่านเลือก

10. การตัดสินใจเลือกยี่ห้อของสินค้าสะดวกซื้อ ท่านจะเลือกสินค้าจากข้อใดดังต่อไปนี้

- () ยี่ห้อที่มีการใช้สื่อการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ
 () ยี่ห้อที่ไม่ใช้สื่อการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ
 () ไม่แน่นอน

11. ท่านจะเลือกซื้อสินค้าสะดวกซื้อจากร้านค้าลักษณะใดดังต่อไปนี้

- () ร้านค้าที่มีการใช้การสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ
 () ร้านค้าที่ไม่มีการใช้การสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ
 () ไม่แน่นอน

12. การสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ มีผลทำให้คุณซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นหรือไม่

- () มีผล () ไม่มีผล
 () ไม่แน่นอน

13. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อสกุล	นางสาวปวีณา ตั้งวัฒนากาญจน์
วัน เดือน ปี เกิด	1 กรกฎาคม 2518
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสายปัญญา พ.ศ.2536 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2539
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2539-2542 ตำแหน่ง Marketing Executive บริษัท มอริโอ จำกัด พ.ศ.2542-ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการแผนกการตลาด และ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ Take A Luxe บริษัท มอริโอ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved