



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม
การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100%
ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของท่าน และ/หรือ เติมคำลงในช่องว่าง

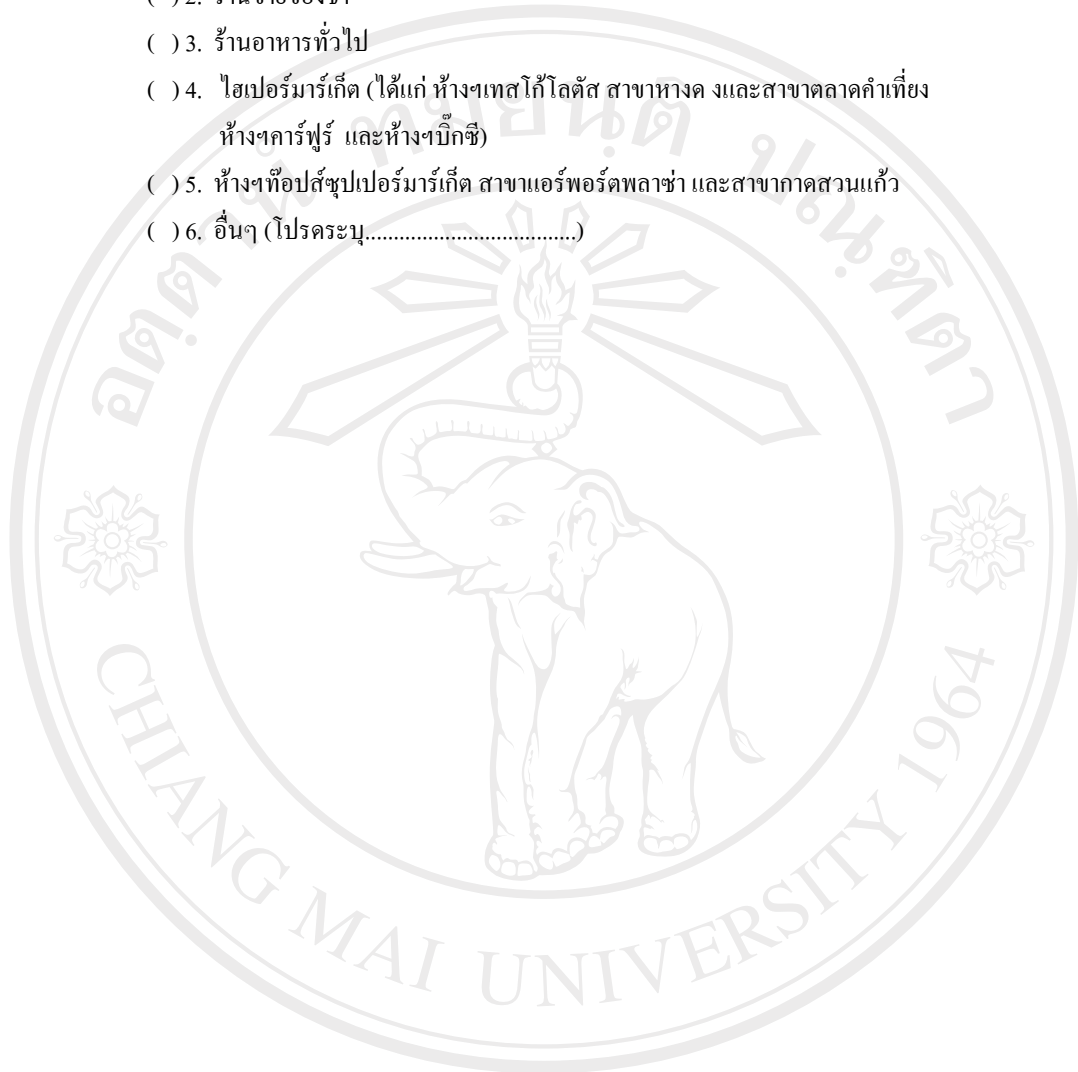
1. เพศ
 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ
 1. 15 – 19 ปี 2. 20 – 29 ปี
 3. 30 – 39 ปี 4. 40 – 49 ปี
 5. 50 – 59 ปี
3. การศึกษา
 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
 3. อนุปริญญา/ ปวส. 4. ปริญญาตรี
 5. ปริญญาโท 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. อาชีพ
 1. นักเรียน/ นักศึกษา 2. พนักงานบริษัท
 3. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 1. ต่ำกว่า 5,001 บาท 2. 5,001 – 10,000 บาท
 3. 10,001 – 15,000 บาท 4. 15,001 – 20,000 บาท
 5. 20,001 – 25,000 บาท 6. 25,001 – 30,000 บาท
 7. 30,001 – 35,000 บาท 8. มากกว่า 35,000 บาท
6. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมา ท่านเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. หนังสือพิมพ์ 2. นิตยสาร
 3. การโฆษณาผ่านโรงภาพยนตร์ 4. วิทยุ
 5. โทรทัศน์ 6. อินเทอร์เน็ต
 7. โฆษณากลางแจ้ง 8. โฆษณาเคลื่อนที่ (ป้ายโฆษณาตามยานพาหนะ เช่น รถเมล์)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100%

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของท่าน และ/ หรือ เติมคำลงในช่องว่าง

7. เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ชอบดื่มน้ำผลไม้ () 2. ดื่มเพื่อสุขภาพ
 () 3. ดื่มเพื่อความสดชื่น () 4. ดื่มเพื่อดับกระหาย
 () 5. ดื่มตามโฆษณา () 6. ดื่มเพราะมีบุคคลแนะนำ
 () 7. อยากทดลองดื่ม () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
8. ยี่ห้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ที่ท่านซื้อบ่อยที่สุด(ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- () 1. ทิปโก้ () 2. ยูนิฟ
 () 3. มาลี () 4. เนทส์เล่
 () 5. ชบา () 6. ยูเอพีซี
 () 7. วาเลนเซีย () 8. คอยคำ
 () 9. แบร์รี่ () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
9. เหตุผลที่ท่านชอบซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ที่ท่านเลือกในข้อ 8 มากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. รสชาติอร่อย () 2. มีรสชาติให้เลือกมาก
 () 3. หาซื้อได้สะดวก () 4. มีการโฆษณาสม่ำเสมอ
 () 5. ชื่อเสียงของยี่ห้อ () 6. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย
 () 7. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
10. โปรดเรียงลำดับรสชาติ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ที่ท่านซื้อบ่อยที่สุด 3 ลำดับแรก (ให้อันดับที่ 1 = มากที่สุด)
- () 1. ส้ม () 2. ผักรวม
 () 3. สับปะรด () 4. ฝรั่ง
 () 5. องุ่น () 6. ผักผลไม้รวม
 () 7. แอปเปิ้ล () 8. แครอทผสมผลไม้รวม
 () 9. มะเขือเทศ () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
11. ท่านซื้อ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ประมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์
- () 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์ () 2. 1 – 2 ครั้ง/ สัปดาห์
 () 3. 3 – 4 ครั้ง/ สัปดาห์ () 4. มากกว่า 4 ครั้ง/ สัปดาห์
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
12. ปกติท่านซื้อ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% package ไต่บ่อยที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. กลังขนาด 110 มล. () 5. ขวดขนาด 350 มล.
 () 2. กลังขนาด 200 มล. () 6. กระป๋องขนาด 240 มล.
 () 3. กลังขนาด 250 มล. () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- () 4. กลังขนาด 1000 มล.
13. บุคคลใดมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100%
- () 1. ครอบครัว () 2. เพื่อน
 () 3. ตนเอง () 4. พนักงานขาย
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

14. ท่านซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% จากที่ไหนบ่อยที่สุด
- () 1. ร้านสะดวกซื้อ (เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ร้านสะดวกซื้อในปั้มน้ำมัน)
 - () 2. ร้านขายของชำ
 - () 3. ร้านอาหารทั่วไป
 - () 4. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (ได้แก่ ห้างฯ เทสโก้ โลตัส สาขาห้างดงและสาขาลาดคำเที่ยง ห้างฯ คาร์ฟูร์ และห้างบิ๊กซี)
 - () 5. ห้างฯ ที่อปัสชูปเปอร์มาร์เก็ต สาขาแอร์พอร์ตพลาซ่า และสาขากาดสวนแก้ว
 - () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

กิจกรรม การสื่อสารการตลาด	เคย	ไม่ เคย	ความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสาร				ยี่ห้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ)							มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
			มากกว่า 4 ครั้ง/ สัปดาห์	3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์	ทิป โก้	ซูนิฟ	มาลี	เนพส์ เล็ก	ชบา	ยูเอฟ ซี	คอบ ต้า	อื่นๆ (ระบุ)	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
6. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)																			
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย																			
การแต่งกายและบุคลิกของพนักงาน ขาย																			
อื่น ๆ (ระบุ).....																			

16. ท่านสนใจการสื่อสารการตลาดของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ประเภทใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. การโฆษณา
 - () 2. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ชิงโชค
 - () 3. การตลาดเชิงกิจกรรม เช่น การจัดงานแสดงสินค้า
 - () 5. การประชาสัมพันธ์ เช่น บทความแถลงการณ์ของบริษัท การเปิดตัวสินค้าใหม่
 - () 6. การตลาดทางตรง เช่น ส่งแคตตาล็อกให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า
 - () 7. การขายโดยใช้พนักงานขาย
17. ท่านชอบการสื่อสารการตลาดของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ยี่ห้อใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. ทิปโก้
 - () 2. ยูนิฟ
 - () 3. มาลี
 - () 4. เนทส์เล่
 - () 5. ชบา
 - () 6. ยูเอฟซี
 - () 7. วาเลนเซีย
 - () 8. คอยคำ
 - () 9. แบร์รี่
 - () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
18. ท่านจดจำการสื่อสารการตลาดของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ยี่ห้อใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. ทิปโก้
 - () 2. ยูนิฟ
 - () 3. มาลี
 - () 4. เนทส์เล่
 - () 5. ชบา
 - () 6. ยูเอฟซี
 - () 7. วาเลนเซีย
 - () 8. คอยคำ
 - () 9. แบร์รี่
 - () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวศศิกานต์ เกียรติไชยากร	
วัน เดือน ปีเกิด	23 มกราคม 2524	
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2541	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
	ปีการศึกษา 2545	สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประสบการณ์ทำงาน	2546	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
	2547	บริษัท เวิลด์ เอนเตอร์เทนเมนท์ เทเลวิชั่น จำกัด
	2548-2550	ผู้ช่วยผู้จัดการ
		บริษัท ไชยากรจอมทอง (2535) จำกัด
	2548-ปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคเหนือ) จ.เชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved