



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภค  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คำตอบทั้งหมดไม่มีความหมายเป็นข้อที่ถูกหรือผิด หรือมีความหมายว่าดีหรือไม่ดี เพียงแต่เป็นการรวบรวมข้อเท็จจริงเท่านั้น และจะถูกนำไปประมวลผลเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่ผลิต-จำหน่ายขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มและผู้สนใจทั่วไป และจะถูกนำไปใช้ในระดับภาพรวมเท่านั้น ดังนั้นจึงเรียนขอความกรุณาจากผู้ตอบแบบสอบถามโปรดให้ข้อมูลที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นายกิตติพงษ์ ผู้มีคุณ รหัส 4740282

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

- (1) ชาย  (2) หญิง

2. อายุ

- (1) ต่ำกว่า 20 ปี  (2) 20 – 29 ปี  
 (3) 30 – 39 ปี  (4) 40 – 49 ปี  
 (5) 50 – 59 ปี  (6) 60 ปีขึ้นไป

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- (1) 1-2 คน  (2) 3-4 คน  
 (3) 5-6 คน  (4) มากกว่า 6 คน โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- (1) นักเรียน/นักศึกษา  (2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 (3) พนักงานบริษัทเอกชน  (4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 (5) รับจ้าง  (6) ว่างาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ  
 (7) อื่นๆ 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

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มยี่ห้อใดที่ท่านนิยมซื้อบริโภคเป็นหลัก (เลือกตอบได้ 1 คำตอบ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) ดัชมิลล์           | <input type="checkbox"/> (2) โฟร์โมสต์              |
| <input type="checkbox"/> (3) คิวไลฟ์            | <input type="checkbox"/> (4) ซี พี เมจิ             |
| <input checked="" type="checkbox"/> (5) ยาคุลท์ | <input type="checkbox"/> (6) บีทาแก่น               |
| <input type="checkbox"/> (7) ไอวี               | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

2. ถ้าในร้านที่ท่านจำหน่ายไม่มีผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวจำหน่าย ท่านจะบริโภคสิ่งใดต่อไป (เลือกตอบได้ 1 คำตอบ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) นม              | <input type="checkbox"/> (2) โยเกิร์ต               |
| <input type="checkbox"/> (3) น้ำผลไม้        | <input type="checkbox"/> (4) เครื่องดื่มประเภทชา    |
| <input checked="" type="checkbox"/> (5) กาแฟ | <input type="checkbox"/> (6) โอวัลติน               |
| <input type="checkbox"/> (7) นมถั่วเหลือง    | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

3. วัตถุประสงค์ที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) รับประทานเอง        | <input type="checkbox"/> (2) ฝากบุคคลอื่น           |
| <input type="checkbox"/> (3) ให้สมาชิกในครอบครัว | <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

4. เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) รสชาติอร่อย                  | <input type="checkbox"/> (2) มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย            |
| <input type="checkbox"/> (3) มีคุณค่าทางโภชนาการ          | <input type="checkbox"/> (4) ชื่อเสียงของตราสินค้า               |
| <input type="checkbox"/> (5) สะดวกต่อการบริโภค            | <input type="checkbox"/> (6) รักษารูปร่าง                        |
| <input type="checkbox"/> (7) มีปริมาณเหมาะสม              | <input type="checkbox"/> (8) เชื่อในคุณภาพของผู้ผลิต             |
| <input type="checkbox"/> (9) บรรจุภัณฑ์สะอาดตา            | <input type="checkbox"/> (10) เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก |
| <input type="checkbox"/> (11) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพื่อสุขภาพ | <input type="checkbox"/> (12) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมังสวิรัต      |
| <input type="checkbox"/> (13) อื่น ๆ โปรดระบุ.....        |  |

5. ท่านได้รับอิทธิพลจากสื่อใดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (เลือกได้เพียง 1 คำตอบ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) หนังสือพิมพ์       | <input type="checkbox"/> (2) โทรทัศน์                |
| <input type="checkbox"/> (3) วิทยุ              | <input type="checkbox"/> (4) ป้ายโฆษณา               |
| <input type="checkbox"/> (5) นิตยสาร            | <input type="checkbox"/> (6) แผ่นพับโฆษณา            |
| <input type="checkbox"/> (7) พนักงานแนะนำสินค้า | <input type="checkbox"/> (8) การบอกต่อโดยบุคคล       |
| <input type="checkbox"/> (9) ครอบครัว           | <input type="checkbox"/> (10) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

6. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มบ่อยแค่ไหน (เลือกตอบได้ 1 คำตอบ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ทุกวัน                 | <input type="checkbox"/> (2) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> (3) สัปดาห์ละ 2 ครั้ง      | <input type="checkbox"/> (4) สัปดาห์ละ 3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> (5) เดือนละ 1 ครั้ง        | <input type="checkbox"/> (6) เดือนละ 2 ครั้ง   |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |  |

7. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) ตัดสินใจด้วยตนเอง | <input type="checkbox"/> (2) พ่อ                    |
| <input type="checkbox"/> (3) แม่               | <input type="checkbox"/> (4) สามี                   |
| <input type="checkbox"/> (5) ภรรยา             | <input type="checkbox"/> (6) ลูก                    |
| <input type="checkbox"/> (7) เพื่อน            | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

8. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มจากแหล่งใดบ่อยที่สุด (เลือกตอบได้ 1 คำตอบ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) ร้านสะดวกซื้อ (เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น) | <input type="checkbox"/> (2) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (เช่น เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี) |
| <input type="checkbox"/> (3) ซูเปอร์มาร์เก็ต                       | <input type="checkbox"/> (4) ร้านค้าปลีกอื่นๆ ที่อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน      |
| <input type="checkbox"/> (5) พนักงานขายตรง                         | <input type="checkbox"/> (6) ตู้ขายอัตโนมัติ                                |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....                |   |

9. จำนวนชั้นของผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง (เลือกตอบได้ 1 คำตอบ)

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 1 ชั้น         | <input type="checkbox"/> (2) 2 ชั้น |
| <input type="checkbox"/> (3) 3 ชั้น         | <input type="checkbox"/> (4) 4 ชั้น |
| <input type="checkbox"/> (5) มากกว่า 4 ชั้น |                                     |

ตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับผลของความสำคัญของแต่ละปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของท่าน (กรุณาตอบทุกข้อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด ←			→ น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. รสชาติความอร่อย					
2. ความหลากหลายของรสชาติ					
3. ขนาดบรรจุมีความหลากหลาย					
4. ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก					
5. ชื่อเสียงของผู้ผลิต					
6. บรรจุภัณฑ์สะอาดตา					
7. สะดวกในการบริโภค					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์					
2. มีหลายระดับราคาให้เลือก					
3. ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป					
2. มีพนักงานขายตรง					
3. สถานที่จำหน่ายมีบริเวณที่จอดรถสะดวก เพียงพอ					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. พนักงานขายสินค้าให้บริการดี					
2. รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้ากรณีมีปัญหา					
3. ทดลองชิมสินค้าได้					
4. มีการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ					
5. การแนะนำบอกต่อจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนญาติ					
6. มีการแจกเอกสารแนะนำคุณสมบัติของสินค้า					
7. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การขายลดราคา มีของแถม					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม	ระดับการมีผล				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
8. มีส่วนลดให้เมื่อซื้อสินค้าตามปริมาณที่กำหนด					
9. มีการชิงโชค					
10. สามารถแลกซื้อสินค้าอื่นได้เมื่อซื้อครบตามปริมาณที่กำหนด					
11. มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ					
12. มีการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กีฬาหรือการศึกษา					
13. มีการคืนกำไร ให้ความช่วยเหลือหรือตอบแทนสังคม					
14. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับปัญหาที่พบของแต่ละปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของท่าน (กรุณาตอบทุกข้อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. รสชาติไม่อร่อย					
2. ไม่สะอาด					
3. ขนาดบรรจุไม่มีความหลากหลาย					
4. ไม่แน่ใจในมาตรฐานของความปลอดภัยด้านอาหาร					
5. อายุการเก็บรักษา ไม่นาน					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาแพง					
2. ไม่มีการตลาดป้ายราคา					
3. ไม่มีส่วนลดเงินสด					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. สถานที่จำหน่ายมีน้อย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
2. หาซื้อยาก					
3. สถานที่จำหน่ายไม่มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ					
5. ไม่มีพนักงานขายตรง					
6. สินค้าขาดตลาด					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. พนักงานขายสินค้าให้บริการไม่ดี					
2. โฆษณาเกินจริง					
3. ไม่มีการโฆษณาสินค้าทางสื่อ (โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ)					
4. ไม่มีของแถม					
5. ไม่มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ					
6. ของแถมมีคุณภาพต่ำ					
7. ให้ส่วนลดที่ไม่จูงใจ					
8. ไม่ตอบแทนสังคม					
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

\*\*\*\*\*ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง\*\*\*\*\*

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายกิตติพงษ์ ผู้มีคุณ
วัน เดือน ปี เกิด	18 กรกฎาคม 2512
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2536
ประวัติการทำงาน	พนักงานบัญชีธนาคาร กรุงเทพฯ พาณิชยกรรมจำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2536-2541	
พ.ศ. 2541-ปัจจุบัน	ผู้จัดการ บริษัท เกษตรวิวัฒน์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved