



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

ตารางที่ 89 แสดงคุณสมบัติ ขนาด และราคา ของนมผงสำหรับเด็กโตแต่ละตราหือ

ตราหือ	คุณสมบัติ	ขนาด (กรัม)	ราคา (บาท)
เอนฟาโกร A+	- DHA 4 เท่าของสูตรเดิม (DHA 14 มิลลิกรัมต่อ หนึ่งหน่วยบริโภค) มีความสำคัญเพื่อพัฒนาการ ทางสมอง การมองเห็น และภูมิคุ้มกันที่ดีสมวัย	650	258.0
	- มีโคลีน และวิตามินบี 12 สูง มีส่วนช่วยใน กระบวนการทำงานของระบบประสาทและสมอง	1,300	465.0
	- สูตรผสมใยอาหารสองชนิด มีความสำคัญต่อการ ลดอาการท้องผูกและการรักษาสมดุลของระบบ ทางเดินอาหาร (พัฒนาการที่ดี เริ่มต้นที่การเลี้ยงดู)	1,800	684.0
อะแลคต้า เอ็นเอฟ	- มี DHA และ โอเมก้า 3, 6, 9 ช่วยเสริมสร้าง พัฒนาการสมอง	600	179.0
	- ผสมใยอาหาร 2 ชนิดคือกากแกลกโตโอลิโกแซคคา ไรด์ และอินนูลิน	1,100	335.0
	- มีวิตามินเอ วิตามินบี12 วิตามินซี และวิตามินดี สูง ช่วยในการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย - แคลเซียมและฟอสฟอรัสสูง มีส่วนช่วยใน กระบวนการสร้างกระดูก และฟันที่แข็งแรง (IQ=Intelligent Quatient EQ=Emotional Quatient PQ=Physical Quatient สมองดี อารมณ์ดี ร่างกาย แข็งแรง)	2,100	595.0

ตารางที่ 89 (ต่อ) แสดงคุณสมบัติ ขนาด และราคา ของนมผงสำหรับเด็กโตแต่ละตราหือ

ตราหือ	คุณสมบัติ	ขนาด (กรัม)	ราคา (บาท)
เอส-26 โปรเกรส	- มีนิวคลีโอไทด์ ช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกัน	700	185.0
	- มีแคลเซียมและฟอสฟอรัสสูง ช่วยเสริมสร้าง ความแข็งแรงของกระดูก - วิตามินบีสูง ช่วยให้ร่างกายได้พลังงานจาก คาร์โบไฮเดรตและไขมัน - วิตามินบี 12 สูง มีส่วนช่วยในการทำงานของ ระบบประสาทและสมอง - วิตามินซีสูง ช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง - วิตามินดีสูง ช่วยในการดูดซึมแคลเซียมและ ฟอสฟอรัส	1,400	365.0
เอส-26 โปรเกรสโกลด์	- ผสมลูทีน เป็นสารกลุ่มแคโรทีนอยด์ ซึ่งช่วยการ ปกป้องจอประสาทตาจากการทำลายโดยแสงสีฟ้า และกระบวนการออกซิเดชั่น	650	279.0
	- มี DHA และ AA เป็นสารอาหารที่เป็น ส่วนประกอบที่สำคัญยิ่งของสมอง - มีนิวคลีโอไทด์ 5 ชนิด ช่วยเสริมสร้างระบบ ภูมิคุ้มกัน - มีแคลเซียมและฟอสฟอรัส ช่วยเสริมสร้างความ แข็งแรงของกระดูก - มีวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ ครบถ้วน (ดวงตาคือจุดเริ่มต้นแห่งพัฒนาการรอบด้าน)	1,300 1,950	539.0 817.0

ตารางที่ 89 (ต่อ) แสดงคุณสมบัติ ขนาด และราคา ของนมผงสำหรับเด็กโตแต่ละตราหือ

ตราหือ	คุณสมบัติ	ขนาด (กรัม)	ราคา (บาท)
คูเม็กซ์ คูโกร	- มี DHA และ ARA โคลีน และโอเมก้า 3,6,9 เพื่อพัฒนาการของสมอง	600	159.0
	- ผสมแคโรทีนและสารอาหารอื่นๆ เพื่อการเจริญเติบโตที่แข็งแรงและสมวัย	1,100	289.0
	- มีแอลซีฟอส โยอาหารแบบเฉพาะ เพื่อทางเดินอาหารที่แข็งแรง ท้องไม่ผูก (เพื่อลูกรักแข็งแรงและมีความสุข)	1,800	459.0
คูเม็กซ์ ไฮคิว	- เสริมฟรีไบโอติก คอมบิเนชั่น เอกสิทธิ์เฉพาะ ช่วยส่งเสริมการพัฒนาระบบภูมิคุ้มกัน	650	238.0
	- มี DHA และ ARA ในปริมาณตามข้อแนะนำขององค์การสุขภาพเด็ก (Child Health Foundation ปี 2001)	1,100	379.0
	- มีไซอะลิก แอซิด เป็นส่วนประกอบหลักที่สำคัญของเนื้อเยื่อสมองและทำงานร่วมกับ DHA ช่วยในการส่งผ่านสัญญาณประสาทและขบวนการเรียนรู้ - มีโคลีน เพื่อพัฒนาความจำ (ความภูมิใจของแม่ คือเห็นลูกดูแลตัวเองได้ตลอดไป)	1,950	582.0
หมีแอดวานส์	- Prebio1 ผสมโยอาหารธรรมชาติ 2 ชนิด เพื่อสุขภาพที่ดีของระบบทางเดินอาหาร	600	173.0
	- มี DHA และ ARA เพื่อช่วยเสริมสร้างพัฒนาการสมอง เสริมระบบการมองเห็นของจอประสาทตา	1,100	303.0
	- แคลเซียมสูง		

ตารางที่ 89 (ต่อ) แสดงคุณสมบัติ ขนาด และราคา ของนมผงสำหรับเด็กโตแต่ละตราหือ

ตราหือ	คุณสมบัติ	ขนาด (กรัม)	ราคา (บาท)
หมีโพรเท็กซ์ชั่น	- ผสมเล็กโทบาซิลลัส โพรเทคทัส จุลินทรีย์	700	218.0
	สุขภาพ 2 ชนิด แล็กโทบาซิลลัส และบิฟิดัส	1,200	363.0
	ทำงานเป็นเกราะกำบังจากภายใน ช่วยเสริมสร้าง ภูมิคุ้มกันตามธรรมชาติ	1,950	588.0
คาร์เนชั่น	- Prebiotic โยอาหารธรรมชาติ ช่วยทำให้ระบบการ ขับถ่ายแข็งแรง		
	- มี DHA และ โอเมก้า 369 กรดไขมันจำเป็นที่ช่วย บำรุงสมอง ระบบประสาท และการมองเห็น (เพื่อพื้นฐานสู่อายุที่แข็งแรงของลูก)		
	- ผสมโยอาหาร 2% จากผักโขมกับแอปเปิ้ล	650	149.0
สโนว์ นูโอ คิตส์	- มีโอเมก้า 3,6,9	1,200	232.0
	- แคลเซียมและฟอสฟอรัสสูง ช่วยเสริมสร้าง กระดูกและฟัน		
	- มีแกงกลีไอโซไซต์ สำคัญต่อสมองและการเรียนรู้ ช่วยให้ปลายประสาทขยายตัวและจับตัวกัน ต่อเนื่องเป็นเครือข่ายได้เร็วขึ้น	650	247.0
ลิขสิทธิ์	- มีโอลิโกแซคคาไรด์ ช่วยลดปัญหาท้องผูกและ ท้องเสีย	1,200	483.0
	- มีไซอะลิก แอซิด มีผลต่อความฉลาด และพัฒนา ด้านความจำ		
	- มีนิวคลีโอไทด์ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างเซลล์ ใหม่ และป้องกันการติดเชื้อ (เดิมคุณค่าพอดี.....อย่างที่แม่ให้ สูตรเฉพาะนมแม่ชาวเอเชีย)		

ตารางที่ 89 (ต่อ) แสดงคุณสมบัติ ขนาด และราคา ของนมผงสำหรับเด็กโตแต่ละตราหือ

ตราหือ	คุณสมบัติ	ขนาด (กรัม)	ราคา (บาท)
ซีมิแลค-เกนส์ แอดวานส์	- ช่วยเสริมสร้างสมอง สายตา และเสริมสร้างการ	700	319.0
	เรียนรู้ ด้วย DHA 13.5 มก.ต่อหนึ่งหน่วยบริโภคและ	900	437.0
	ARA ช่วยพัฒนาเรื่องความจำและพัฒนาระดับ	1,400	598.0
	ความสามารถทางสติปัญญาได้สูงสุด ทอรีน ช่วยให้		
	จอประสาทตาและสมองเจริญเติบโตเต็มที่ และ โคลีน		
	ช่วยสร้างสารสื่อประสาทที่เกี่ยวกับความจำ		
	- ช่วยพัฒนาระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ด้วย		
	สารอาหาร นิวคลีโอไทด์ Synbiotics (ใยอาหาร		
	และจุลินทรีย์สุขภาพ) วิตามินซี วิตามินดี ซีลีเนียม		
	และสังกะสี		
	- ช่วยพัฒนาความแข็งแรงของกระดูก ด้วยอัตราส่วน		
	แคลเซียมและฟอสฟอรัสที่เหมาะสม		
	- ช่วยพัฒนาระบบย่อยให้ทำงานดีขึ้น ด้วยนิวคลีโอ		
	ไทด์ และจุลินทรีย์สุขภาพ		
	(ศึกษาดูให้ดีจะพบว่า พัฒนาการของลูกขึ้นอยู่กับสิ่งที่แม่		
	เลือก)		

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก
โตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบ
แบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี
โอกาสนี้

หมายเหตุ

นมผงสำหรับเด็กโต หมายถึง นมผงที่เหมาะสมสำหรับเด็กที่มีอายุตั้งแต่ 1 – 5 ปี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าคำตอบที่ถูกต้องหรือตรงกับข้อมูลของท่าน

1. อายุของท่าน

- () ไม่เกิน 25 ปี () 25-30 ปี () 31-35 ปี
() 36-40 ปี () 41-45 ปี () มากกว่า 45 ปี

2. อาชีพของท่าน

- () ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() พนักงานบริษัท () เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
() แม่บ้าน () รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน
() เกษตรกรรม () แพทย์/พยาบาล
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

- () ไม่เกิน 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
() 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
() 40,000 – 60,000 บาท () 60,001 – 100,000 บาท
() มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.
() ปริญญาตรี () ปริญญาโทหรือสูงกว่า

5. ท่านมีบุตรกี่คน / แต่ละคนอายุเท่าไรบ้าง

จำนวนบุตร.....คน

คนที่ 1 อายุ.....ปี คนที่ 2 อายุ.....ปี คนที่ 3 อายุ.....ปี

คนที่ 4 อายุ.....ปี คนที่ 5 อายุ.....ปี คนที่ 6 อายุ.....ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับและพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงสำหรับเด็กโต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง () หน้าคำตอบที่ถูกต้องหรือตรงกับข้อมูลของท่าน

6. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านรับสื่ออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สื่อโทรทัศน์ () สื่อวิทยุ () สื่อหนังสือพิมพ์
() สื่อนิตยสาร () สื่อโฆษณากลางแจ้ง () สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ
() สื่อโฆษณาทางไปรษณีย์ () สื่ออินเทอร์เน็ต () แผ่นพับ/ใบปลิว
() สื่ออื่นๆ เช่นการโฆษณาผ่านโรงภาพยนตร์ และวีดีโอเทป

7. ท่านดูโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 06.01 – 08.00 น. () 08.01-10.00 น. () 10.01-12.00 น. () 12.01-14.00 น.
() 14.01-16.00 น. () 16.01-18.00 น. () 18.00-20.00 น. () 20.01-22.00 น.
() 22.01-24.00 น. () 24.01-2.00 น. () 02.01-04.00 น. () 04.01-06.00 น.

8. ท่านดูรายการโทรทัศน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () รายการบันเทิง เช่น ดาวกระจาย () รายการชิตคอม เช่น บางรักซอย9 เป็นต้น
() ละครซีรีส์เกาหลี () รายการสำหรับเด็ก เช่น การ์ตูน เจ้าขุนทอง
() ค่ายข่าว เช่น เรื่องเล่าเช้านี้ () รายการคุยของผู้หญิง เช่น ผู้หญิงถึงผู้หญิง
30ยังแจ๋ว
() รายการข่าวประจำวัน () เกมโชว์เช่น สู้เพื่อแม่ เกมสัพพัญญู ถ้าคุณ
แน่นอนแพ้ ป.4
() ละครเช่น ละครช่วงหลังข่าว () รายการทอล์คโชว์ว่าไรดี เช่น ดีลิบ สะบัดข้อ
() อื่นๆ(โปรดระบุ).....

9. ท่านอ่านนิตยสารที่เกี่ยวกับแม่และเด็กอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นิตยสารรักลูก | <input type="checkbox"/> มาร์เชอร์แอนด์แคร์ |
| <input type="checkbox"/> ดวงใจพ่อแม่ | <input type="checkbox"/> บันทึกรักคุณแม่ |
| <input type="checkbox"/> เรียบพาเรนต์ติ้ง(Real Parenting) | <input type="checkbox"/> เบบีไคเจ็สต์ |
| <input type="checkbox"/> นิตยสารแม่และเด็ก | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

10. นมผงสำหรับเด็กโตที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เอนฟาโกร/เอนฟาโกร A+ | <input type="checkbox"/> เอส - 26 โพรเกรส/โพรเกรสโกลด์ |
| <input type="checkbox"/> คูเม็กซ์คูโกร | <input type="checkbox"/> คูเม็กซ์ ไฮคิว |
| <input type="checkbox"/> คาร์เนชั่น | <input type="checkbox"/> หมี่ โฟเท็กซ์ชั่น/ หมี่แอดวานส์ |
| <input type="checkbox"/> ซิมิแลค เกนส์-แอดวานส์ | <input type="checkbox"/> สโนว์ นูโอ คิดส์ |
| <input type="checkbox"/> อะเล็กต้า เอ็นเอฟ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

11. นมผงสำหรับเด็กโตที่ท่านใช้บ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เอนฟาโกร/เอนฟาโกร A+ | <input type="checkbox"/> เอส - 26 โพรเกรส/โพรเกรสโกลด์ |
| <input type="checkbox"/> คูเม็กซ์คูโกร | <input type="checkbox"/> คูเม็กซ์ ไฮคิว |
| <input type="checkbox"/> คาร์เนชั่น | <input type="checkbox"/> หมี่ โฟเท็กซ์ชั่น/ หมี่แอดวานส์ |
| <input type="checkbox"/> ซิมิแลค เกนส์-แอดวานส์ | <input type="checkbox"/> สโนว์ นูโอ คิดส์ |
| <input type="checkbox"/> อะเล็กต้า เอ็นเอฟ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

12. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้นมผงสำหรับเด็กโตในข้อ 8 กับบุตรของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงบริษัท | <input type="checkbox"/> มีสารอาหารครบถ้วน |
| <input type="checkbox"/> เป็นยี่ห้อเดียวกับที่ใช้กับบุตรคนแรก | <input type="checkbox"/> ใช้ต่อเนื่องมาจากสูตรนมสำหรับเด็กเล็ก |
| <input type="checkbox"/> ได้รับคำแนะนำจากแพทย์/พยาบาล | <input type="checkbox"/> ได้รับคำแนะนำจากพนักงานขาย |
| <input type="checkbox"/> บุตรเป็นผู้เลือกด้วยตนเอง | <input type="checkbox"/> บุตรรับประทานแล้วท้องไม่ผูก |
| <input type="checkbox"/> ของแถม/ ของสมนาคุณ | <input type="checkbox"/> ได้ตัวอย่างทดลองใช้ก่อนซื้อ |
| <input type="checkbox"/> การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ | <input type="checkbox"/> ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ |
| <input type="checkbox"/> หาซื้อได้ง่าย | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

13. คุณประโยชน์ของนมผงสำหรับเด็กโตโตที่ท่านให้ความสำคัญในการเลือกนมผงให้กับบุตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของสมอง
- () ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานเช่น ลดการติดเชื้อ
- () ช่วยในการขับถ่าย เช่นลดการท้องผูก
- () ป้องกันการขาดวิตามิน โดยมีวิตามินครบถ้วน
- () ช่วยเพิ่มน้ำหนักให้กับเด็ก
- () ช่วยให้เด็กไม่เบื่อนมโดยมีรสชาติที่หลากหลาย
- () ช่วยให้เด็กคิมนมแล้วไม่อ้วน เช่นมีไขมันต่ำ
- () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

14. ในการชื้อนมผงสำหรับเด็กโตส่วนใหญ่จะชื้อในช่วงใดของเดือน

- () ช่วงต้นเดือน
- () ช่วงกลางเดือน
- () ช่วงปลายเดือน
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

15. ปริมาณนมผงสำหรับเด็กโตที่ชื้อต่อ 1 ครั้ง

- () ครั้งละ 1 กระป๋อง/กล่อง
- () ครั้งละ 2 – 3 กระป๋อง/กล่อง
- () ครั้งละ 4 - 6 กระป๋อง/กล่อง
- () มากกว่า 6 กระป๋อง/กล่อง

16. ขนาดผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กโตที่ชื้อบ่อยที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- () 320 – 400 กรัม
- () 600 – 800 กรัม
- () 1,200 – 1,400 กรัม
- () 1,400 ขึ้นไป

17. ค่าใช้จ่ายในการชื้อนมผงสำหรับเด็กโตต่อครั้งโดยเฉลี่ย

- () น้อยกว่า 100 บาท
- () 101 – 200 บาท
- () 201 - 400 บาท
- () 401 - 600 บาท
- () 600 – 800 บาท
- () 800 – 1,000 บาท
- () 1,000 บาทขึ้นไป

18. ส่วนใหญ่ท่านซื้อนมผงสำหรับเด็กโต จากแหล่งใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ร้านขายยา
- () ไฮเปอร์มาร์ท (บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, คาร์ฟูร์)
- () โรงพยาบาล / คลินิก
- () ซุปเปอร์มาร์เก็ต / ห้างสรรพสินค้า
- () ร้านสะดวกซื้อ เช่น(เซเว่นอีเลเว่น, แฟมิลี่มาร์ท, เฟรชมาร์ท)
- () พยาบาล (ขายตรง)
- () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

19. บุคคลใดมีอิทธิพลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กโต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------|---------------------------|
| () แพทย์/พยาบาล | ()ญาติพี่น้อง |
| () เพื่อน/คนรู้จัก | ()ตนเอง |
| () พนักงานขาย | ()สามี |
| () บุตร | () อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

20. ท่านได้รับข่าวสารของผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กโตผ่านสื่อรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|-------------------------|
| () สื่อโทรทัศน์ | () สื่อวิทยุ |
| () สื่อหนังสือพิมพ์ | () สื่อนิตยสาร |
| () สื่อโฆษณาทางแจ้ง | () สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ |
| () สื่อโฆษณาทางไปรษณีย์ | () สื่ออินเทอร์เน็ต |
| () สื่ออื่นๆ เช่นการโฆษณาผ่านโรงภาพยนตร์ และวีดีโอเทป | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลประเภทของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กโต

17. การสื่อสารการตลาดต่าง ๆ ต่อไปนี้ ท่านเคยเห็นมาก่อนหรือไม่ และมีผลอย่างไรต่อความรู้สึกและพฤติกรรมในการรับข่าวสาร รวมทั้งมีผลต่อตัดสินใจเลือกซื้อนมผงสำหรับเด็กโตของท่านมากน้อยเพียงใด

คำอธิบายเพิ่มเติม: กรณีที่ **เคยเห็น** ข่าวสารและกิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตให้ท่านตอบคำถามในแต่ละข้อย่อยในตอนที่ 2 และตอนที่ 3
 กรณีที่ **ไม่เคยเห็น** ข่าวสารและกิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโต **ไม่ต้องตอบ** ในแต่ละข้อย่อยในตอนที่ 2 และตอนที่ 3

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็นข่าวสาร/ กิจกรรมทางการของ นมผงสำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโต นั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่ เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร (Attention)	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์ (Interest)	ความรู้สึกรอยาก หรือความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์ (Desire)	ตัดสินใจ ซื้อ ผลิตภัณฑ์ (Action)	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1.การโฆษณา (Advertising) คือการเสนอขายหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ											
1.1 ทางโทรทัศน์											
1.2 ทางวิทยุ											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็น ข่าวสาร/กิจกรรม ทางการของ นมผงสำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์	ความรู้สึกอยาก หรือความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจ ซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.3 ทางหนังสือพิมพ์											
1.4 ทางนิตยสาร											
1.5 การโฆษณา ณ จุดซื้อ											
1.6 ป้ายโฆษณาตาม สถานที่ต่างๆ											
1.7 อื่นๆ (ระบุ).....											
2. การส่งเสริมการขาย คือการกระตุ้น การจูงใจให้ยอมใช้หรืออยากซื้อผลิตภัณฑ์											
2.1 การแจกนมผงตัวอย่าง											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็น ข่าวสาร/กิจกรรม ทางการของนมผง สำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิดความ สนใจในผลิตภัณฑ์	ความรู้สึกอยาก หรือความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจ ซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
2.2 ชุ่มชมชิมใน ห้างสรรพสินค้าและ ไฮเปอร์มาร์ท											
2.3 การมีของแถม เช่นของ เล่น ของใช้สำหรับเด็ก											
2.4 การให้สะสมชิ้นส่วน แลกของ											
2.5 การให้คู่มือส่วนลด ในการซื้อผลิตภัณฑ์											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็น ข่าวสาร/กิจกรรม ทางการของนมผง สำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิดความ สนใจในผลิตภัณฑ์	ความรู้สึก อยากหรือ ความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจ ซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
2.6 การจัดบุรุษการขาย สินค้าราคาพิเศษ											
2.7 อื่นๆ (ระบุ).....											
3. การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของบริษัท เช่นการทำประโยชน์ต่อสังคม การจัดกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท											
3.1 การจัดกิจกรรมสำหรับ แม่และเด็ก เช่นกิจกรรมการ ประกวดสุขภาพเด็ก สัมมนา วิชาการในหัวข้อเกี่ยวกับการ ดูแลบุตร											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็น ข่าวสาร/กิจกรรม ทางการของนมผง สำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิดความ สนใจในผลิตภัณฑ์	ความรู้สึกลึก ซึ้งหรือ ความต้องการ ที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2 การเป็นผู้อุปถัมภ์ รายการ เช่น เกมโชว์ต่างๆ รายการสำหรับเด็ก											
3.3 บทความความรู้ทางด้าน โภชนาการ และการเลี้ยงดู บุตร ในนิตยสาร หรือ หนังสือพิมพ์											
3.4 การทำกิจกรรมเพื่อ สังคม เช่น สนับสนุน โครงการช่วยเหลือเด็ก กำพร้า หรือช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยธรรมชาติ											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2			ตอนที่ 3					
	ท่านเคยเห็นข่าวสาร/ กิจกรรมทางการของ นมผงสำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของ ท่านที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด					
	เคยเห็น	ไม่ เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์	ความรู้สึก อยากหรือ ความต้องการ การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
3.5 อื่นๆ (ระบุ).....											
4. การขายโดยบุคคล (Personal Selling) คือการให้ข้อมูลข่าวสาร การแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือเสนอขายผ่านทางบุคคล											
4.1 การให้ข้อมูลของ พนักงานขายเกี่ยวกับ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างของแต่ละ ผลิตภัณฑ์											
4.2 พนักงานขายแต่งกาย ด้วยเครื่องแบบที่มี สัญลักษณ์หรือโลโก้ของ บริษัทผู้ผลิต											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็นข่าวสาร/ กิจกรรมทางการของ นมผงสำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของ ท่านที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือ ใช้ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคยเห็น	ไม่ เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์	ความรู้สึกรอยาก หรือความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
4.3 พนักงานขายสามารถ ปรับเปลี่ยนของแถมใน มูลค่าที่ใกล้เคียงกัน ตาม ความต้องการของลูกค้า ได้											
4.4 อื่นๆ (ระบุ).....											
5. การตลาดเจาะตรง (Direct Marketing) คือการส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้าโดยตรง หรือให้มีการตอบรับ											
5.1 การทำบัตรสมาชิก ของบริษัทให้กับลูกค้า เช่น Better Mom Club, Kids Club											

เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็น ข่าวสาร/กิจกรรม ทางการของนมผง สำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของ ท่านที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือ ใช้ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
	เคย เห็น	ไม่ เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์	ความรู้สึก อยากหรือ ความต้องการ ที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
5.2 การส่งเอกสารความรู้ เกี่ยวกับการดูแลบุตร ให้ฟรี ถึงบ้าน											
5.3 การส่งของขวัญวันเกิด ให้กับบุตรถึงบ้าน											
5.4 การส่งจดหมายเชิญ เพื่อไปเข้าร่วมกิจกรรม ต่างๆ ของบริษัท											
5.5 การส่งนมผงตัวอย่างให้ ทดลองใช้ ถึงบ้าน											

	ตอนที่ 1		ตอนที่ 2				ตอนที่ 3				
	ท่านเคยเห็นข่าวสาร/ กิจกรรมทางการของ นมผงสำหรับเด็กโต หรือไม่		ถ้าท่านเคยเห็นข่าวสาร/กิจกรรมทางการตลาดของนมผงสำหรับเด็กโตนั้น มีผลต่อท่านในระดับใด ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ตามความคิดเห็นของ ท่านที่คิดว่าจากกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ดังต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือ ใช้ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด				
เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาด	เคยเห็น	ไม่ เคยเห็น	เกิดความตั้งใจ และสนใจที่จะ รับฟังข้อมูล/ ข่าวสาร	หลังจากรับฟัง ข่าวสารแล้วเกิด ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์	ความรู้สึกลอยาก หรือความต้อง การที่จะใช้ ผลิตภัณฑ์	ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
5.6 การส่ง SMS เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร											
5.7 การโทรศัพท์ให้ข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์											
5.8 การให้ข้อมูลความรู้/ข่าวสารผ่านทางอีเมล (Email)											
5.9 การให้ข้อมูลความรู้/ข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ (Web site) ของบริษัท											
5.10 อื่นๆ (ระบุ).....											

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวประภาพร ไชยชนะชมภู
วัน เดือน ปี เกิด	6 พฤษภาคม 2517
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาชีวเคมี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2538
ประสบการณ์ทำงาน	2539-2545 ที่ปรึกษาทางด้านโภชนาการ(Nutrition Advisor) บริษัท คูเม็กซ์ จำกัด 2547-ปัจจุบัน ธุรกิจส่วนตัว ร้านเชียงใหม่กระจกแคะลาย 2548-2552 ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ (Nutrition Executive) บริษัท คูเม็กซ์ จำกัด 2552-ปัจจุบัน ธุรกิจส่วนตัว บริษัท ทริปเปิ้ล ทรี อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด