



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สำหรับผู้บริหาร) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานครในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มฟังก์ชันัลดริงก์ (Marketing Mix Factors Affecting Working-Aged Consumers in Bangkok Towards Buying Decision of Functional Drinks) โดยข้อมูลนี้จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ใช้สอบถาม ผู้ที่ซื้อและผู้รับประทานเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ประเภทเครื่องดื่มฟังก์ชันัลดริงก์ ที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี ในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

คำจำกัดความ เครื่องดื่มฟังก์ชันัลดริงก์ หมายถึง เครื่องดื่มชนิดน้ำที่เติมสารอาหารจำพวกวิตามิน แร่ธาตุ หรือสารสกัดต่างๆ เสริมเข้าไปในเครื่องดื่มเพื่อให้ประโยชน์ กับร่างกายของผู้ดื่มไม่ว่าจะเพื่อช่วยย่อยอาหาร บำรุงผิวพรรณ บำรุงสมอง ผ่อนคลาย เช่น ยี่ห้อบิวตี้ ดริงค์, ยี่ห้ออะมิโนโอเค, ยี่ห้อบี-อิ่ง, ยี่ห้อบรีจ, ยี่ห้อเปปทีน, ยี่ห้อเซนส์ แอนนา, ยี่ห้ออะมิโนพลัส, ยี่ห้อไอ เฮลดี, ยี่ห้อเบรนนีฟิต, ยี่ห้อสกินฟิต, ยี่ห้ออีโมเนอร์จี, ยี่ห้อฮาร์ตตี เบนคอลล, ยี่ห้อคาลพิส, ยี่ห้อดาการะ, ยี่ห้อกรีนแมจิก, ยี่ห้อกัฟฟารีน อะบาโลนคอลลาเจน เป็นต้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

- | | |
|--|---|
| 5. <input type="checkbox"/> เปปทีน(Peptein) | 6. <input type="checkbox"/> เซนต์ แอนนา (ST. ANNA) |
| 7. <input type="checkbox"/> อะมิโนพลัส (Amino Plus) | 8. <input type="checkbox"/> ไอ เฮลติ (i-Healti) |
| 9. <input type="checkbox"/> เบรนฟิต (Brand Fit) | 10. <input type="checkbox"/> สกินฟิต (Skinn Fit) |
| 11. <input type="checkbox"/> อีโมเนอร์จี (Emonergy) | 12. <input type="checkbox"/> ฮาร์ทติ เบเนคอล (Hearti Benecol) |
| 13. <input type="checkbox"/> คาลพิส (CALPIS) | 14. <input type="checkbox"/> ดาการะ (Dakara) |
| 15. <input type="checkbox"/> กรีนแมจิก (GREEN MAGIC) | |
| 16. <input type="checkbox"/> กิฟฟารีน อะบาโลนคอลลาเจน (Giffarine Abalone Collagen) | |
| 17. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

3. เครื่องดื่มฟังก์ชันนัลเครื่องดื่มที่หือใดที่ท่านนิยมซื้อบริโภคบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> อะมิโน โอเค (Amino OK) | 2. <input type="checkbox"/> บี-อิง (B-ing) |
| 3. <input type="checkbox"/> เซ็ปเป่ บิวตี ดริงค์ (Sappe Beauti Drink) | 4. <input type="checkbox"/> บริงค์ (Blink) |
| 5. <input type="checkbox"/> เปปทีน(Peptein) | 6. <input type="checkbox"/> เซนต์ แอนนา (ST. ANNA) |
| 7. <input type="checkbox"/> อะมิโนพลัส (Amino Plus) | 8. <input type="checkbox"/> ไอ เฮลติ(i-Healti) |
| 9. <input type="checkbox"/> เบรนฟิต (Brand Fit) | 10. <input type="checkbox"/> สกินฟิต (Skinn Fit) |
| 11. <input type="checkbox"/> อีโมเนอร์จี (Emonergy) | 12. <input type="checkbox"/> ฮาร์ทติ เบเนคอล (Hearti Benecol) |
| 13. <input type="checkbox"/> คาลพิส (CALPIS) | 14. <input type="checkbox"/> ดาการะ (Dakara) |
| 15. <input type="checkbox"/> กรีนแมจิก (GREEN MAGIC) | |
| 16. <input type="checkbox"/> กิฟฟารีน อะบาโลนคอลลาเจน (Giffarine Abalone Collagen) | |
| 17. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

4. วัตถุประสงค์ที่ทำให้ท่านเลือกดื่มเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลเครื่องดื่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เพื่อดับกระหาย | 2. <input type="checkbox"/> เพิ่มพลังงานให้ร่างกาย |
| 3. <input type="checkbox"/> ช่วยบำรุงผิวพรรณ/ความสวยงาม | 4. <input type="checkbox"/> ช่วยระบบขับถ่าย |
| 5. <input type="checkbox"/> ช่วยบำรุงสายตา | 6. <input type="checkbox"/> ช่วยลดน้ำหนัก |
| 7. <input type="checkbox"/> ช่วยบำรุงสมอง | 8. <input type="checkbox"/> แก้อาการเมาค้าง |
| 9. <input type="checkbox"/> ช่วยสร้างกล้ามเนื้อ | 10. <input type="checkbox"/> เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ |
| 11. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

5. โดยปกติท่านซื้อเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลเครื่องดื่ม จากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11,108 shop | 2. <input type="checkbox"/> ร้านค้าเฉพาะอย่าง เช่น Boots , Watsons |
| 3. <input type="checkbox"/> ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น TOPS | 4. <input type="checkbox"/> ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น LOTUS, BIG C |
| 5. <input type="checkbox"/> ตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ | 6. <input type="checkbox"/> สถานที่ออกกำลังกาย/ฟิตเนส |

7. ร้านค้าทั่วไป
8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์แบบใดเหมาะสมสำหรับบรรจุเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์
1. ขวดแก้ว 2. ขวดพลาสติก 3. กระป๋อง
4. กล่อง ยูเอชที (กล่องกระดาษเคลือบหลายชั้น) 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง 2. สมาชิกในครอบครัว
3. เพื่อน/คนใกล้ชิด 4. พนักงานขาย
5. ฟรีเซ็นเตอร์โฆษณา 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์ จากสื่อใดมากที่สุด
1. โทรทัศน์ 2. วิทยุ
3. นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ 4. ป้ายโฆษณา
5. อินเทอร์เน็ต 6. การออกงาน จัดบูธต่างๆ
7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. โดยปกติท่านซื้อเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์ในลักษณะใด
1. ซื้อมือถือเดิมเป็นประจำ 2. เปลี่ยนมือถือใหม่อยู่เสมอ
3. ซื้อมุมเวียนกันหลายยี่ห้อ 4. ซื้อตามสะดวกไม่สนใจยี่ห้อ
5. ซื้อเพราะมีรายการส่งเสริมการขาย
10. โดยปกติท่านชอบเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์ลักษณะใดมากที่สุด
1. มีรสหวาน 2. มีรสเปรี้ยว
3. มีรสซ่า 4. ไม่มีรสชาติ
5. อื่นๆ โปรดระบุ
11. หากมีการจัดกิจกรรมชิงรางวัลท่านจะร่วมสนุกหรือไม่
1. ร่วม 2. ไม่ร่วม 3. ไม่แน่ใจ
12. ท่านชอบลักษณะการจัดรายการส่งเสริมการขายในลักษณะใดมากที่สุด
1. การลดราคาสินค้า 2. การสะสมชิ้นส่วนเพื่อแลกรับรางวัล
3. การส่งชิ้นส่วนชิงโชค เช่น ถู้น iPhone , ถู้นรถยนต์
4. มีการแถมพร้อมกับการขายสินค้า เช่น แอมแก้วน้ำ
5. อื่นๆ โปรดระบุ

13. ท่านจะแนะนำคนรู้จักให้มารับประทานเครื่องคัมพิงก์ชั้นน้ำตาลริงก์ที่ท่านรับประทานในปัจจุบันหรือไม่

1. แนะนำ
2. ไม่แนะนำ โปรดระบุเหตุผล.....
3. ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ความหมาย 5 = สำคัญมากที่สุด , 4 = สำคัญมาก , 3 = สำคัญปานกลาง , 2 = สำคัญน้อย , 1 = สำคัญน้อยที่สุด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความอร่อยของรสชาติ					
2. ความหลากหลายของรสชาติ					
3. ความหลากหลายของภาชนะบรรจุ					
4. มีการพัฒนาสูตรใหม่ๆ ออกมาตลอด					
5. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สวยงามทันสมัย ง่ายต่อการบริโภค และสะดวกต่อการถือ หรือพกพา					
6. มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วันที่ ผลิต วันหมดอายุอย่างชัดเจน					
7. ผลิตภัณฑ์ปลอดภัยได้รับการรับรองจาก กระทรวงสาธารณสุข					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. มีคุณค่าทางโภชนาการสูง					
9. ใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
10. มีส่วนผสมน่าสนใจ เช่น มีส่วนผสมที่ทำจากธรรมชาติ					
11. ชื่อเสียงของตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าเชื่อถือ ง่ายต่อการจดจำ					
12. ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย					
ด้านราคา					
13. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
14. ราคาถูก					
15. ราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดบรรจุ					
16. มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก					
ด้านการจัดจำหน่าย					
17. สามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป					
18. มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ (สินค้าไม่ขาดตลาด)					
19. มีจำหน่ายตามสถานที่ออกกำลังกาย					
20. มีจำหน่ายตามตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
21. มีบริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
22. มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์					
23. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์					
24. มีการโฆษณาผ่านทางป้ายโฆษณาขนาดใหญ่					
25. มีการโฆษณาตามร้านค้าต่างๆ					
26. เป็นสปอนเซอร์ในรายการโทรทัศน์ และ เกมโชว์ต่างๆ					
27. มีการโฆษณาและขายผ่านอินเทอร์เน็ต					
28. มีการใช้ดารานักร้อง นักแสดง หรือผู้มีชื่อเสียง มาเป็นพรีเซ็นเตอร์					
29. มีพนักงานขายคอยแนะนำผลิตภัณฑ์ และ ให้ความรู้ได้ดีๆ					
30. พนักงานขายแต่งตัวดี และมีรูปร่างหน้าตาดี					
31. มีตัวอย่างให้ทดลองชิม					
32. มีการขายโดยใช้จดหมาย, ขายทางโทรทัศน์ เช่น โทรมาสั่งซื้อตอนนี้จะได้ ในราคาพิเศษ เป็นต้น					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
33. มีกิจการช่วยเหลือสังคม เช่น ช่วยสร้างโรงเรียน, ปลูกป่า					
34. มีการจัดจำหน่าย และแนะนำผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ					
35. มีการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น PEPTAIN GENIUS เป็นต้น					
36. มีการเปิดบูธแสดงสินค้าตามงานต่างๆ					
37. มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ					
38. มีแคตตาล็อกเกี่ยวกับสินค้าแจก					
39. มีการลดราคาตามช่วงเทศกาลต่างๆ					
40. มีการนำผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ไปแลกกับส่วนลดในการซื้อสินค้า					
41. มีการให้สะสมชิ้นส่วนเพื่อแลกของรางวัล					
42. มีการจัดรายการส่งชิ้นส่วนชิงโชค					
43. มีการให้ของแถม					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ปัญหา และ ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายศุภสิทธิ์ งามใจมนต์
วันเดือน ปีเกิด	7 กรกฎาคม 2522
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญ ธนบุรี ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2542
ประสบการณ์การทำงาน	ต.ค. 2545-ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดีเค เอ็ม โปรคัท ม.ค. 2553-ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เนเจอร์กิฟ (ประเทศไทย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved