

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลง สำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของรายงานโครงการเฉพาะบุคคลของการศึกษาตามหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา ดังนั้น ผู้ดำเนินการศึกษาจึงหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยดี และผู้ดำเนินการศึกษาขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

นางสาวพิมพ์วิมล ภัคดิไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลง
สำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของมารดา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจนมผงดัดแปลง

คำชี้แจง ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

1. ท่านเป็นมารดาที่มีบุตรธิดาในความดูแลอายุระหว่าง 1-3 ปี และเป็นบุคคลที่ซื้อและใช้นมผงในการเลี้ยงดูด้วยหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. อายุ

☐ 22-30 ปี
☐ 31-45 ปี
2. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดหรือปัจจุบัน

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ ปวส.หรืออนุปริญญา
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.
☐ ปริญญาตรี
3. อาชีพ

☐ ข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
☐ พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร/ห้างร้าน
☐ รับจ้าง/อาชีพอิสระ
☐ แม่บ้าน/ว่างงาน
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
☐ 20,001-40,000 บาท
☐ 40,001-60,000 บาท
☐ 60,001-80,000 บาท
☐ 80,001 บาทขึ้นไป
5. จำนวนบุตรธิดาที่อยู่ในความดูแล

☐ 1 คน
☐ 2 คน
☐ 3 คน
6. อายุของบุตรคนสุดท้องหรือคนปัจจุบัน

☐ 1 ปี
☐ 2 ปี
☐ 3 ปี

ส่วนที่ 2: การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมผงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี

2.1 ท่านให้ความสำคัญต่อเนื้อหาต่อไปนี้ในการเลือกซื้อนมผงอย่างไร

เนื้อหา	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
1. การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากสถาบันที่น่าเชื่อถือของไทย เช่น อย. ฮาลาล					
2. การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากสถาบันที่น่าเชื่อถือของต่างประเทศ เช่น HACCP GMP ISO หรือสถาบันวิจัยของบริษัทต่างประเทศ					
3. การระบุถึงสูตรของนมและสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการด้านสมองของลูก					
4. การระบุถึงสูตรของนมและสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการด้านภูมิคุ้มกันของลูก					
5. การระบุถึงสูตรของนมและสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการด้านการเจริญเติบโตของลูก					
6. การระบุถึงคุณภาพสินค้า เช่น ในแง่การใช้วัตถุดิบมีคุณภาพสูง สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน					
7. การระบุถึงบริษัทผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต					
8. รสชาติของนมที่เป็นที่ชื่นชอบของลูก					
9. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การใช้งาน เช่น ขนาด รูปแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน					

2.2 ท่านให้ความสำคัญต่อประเด็นต่อไปนี้ในการเลือกซื้อนมผงมากน้อยเพียงใด

ประเด็น	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
การส่งเสริมการขาย					
1. การลดราคา					
2. การชิงรางวัล					
3. การแจกของแถม					
การโฆษณา					
1. สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์					
2. สปอตโฆษณาทางวิทยุ					
3. โฆษณาในนิตยสาร					
4. โฆษณาในหนังสือพิมพ์					
5. โฆษณาในเว็บไซต์ (แบนเนอร์ Pop-up)					
6. สื่อนอกสถานที่ (Out of home) ได้แก่ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billboard) ป้ายโฆษณาตามท้องถนน ป้ายโฆษณา ข้างรถประจำทาง (Bus side Bus back)					
7. สื่อ ณ จุดขาย (Point of purchase) ได้แก่ แผ่นพับ (Brochure) ป้ายโฆษณา ที่ชั้นวางสินค้า (Shelf talker)					
การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่					
1. จดหมายข่าว (newsletter)					
2. ข่าวหรือบทความในเว็บไซต์					
3. ข่าวหรือบทความในหนังสือพิมพ์					
4. ข่าวหรือบทความในนิตยสาร					
พนักงานขาย					
1. การมีพนักงานขายประจำ ณ จุดขาย					
2. การให้บริการอำนวยความสะดวกของ พนักงานขาย เช่น การจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ ลูกค้าต้องการ					

ประเด็น	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
3. การให้ข้อมูลของพนักงานขาย ณ จุดขาย เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือ โปรโมชั่นใหม่ ๆ					
การติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรง					
1. การจัดอบรม สัมมนา หรือการทำเวิร์คช็อปกับ ผู้ปกครองในเรื่องการแนะแนว ทางการเลี้ยงดูบุตร					
2. การออกบูธ ณ งานแสดงสินค้า (Event marketing)					
3. หน้าเว็บไซต์ที่ให้ลูกค้าติดต่อสอบถาม หรือส่งข้อเสนอแนะต่อบริษัทนม					
4. เอกสารข่าวสารโปรโมชั่นที่ส่งไปที่บ้าน (Direct mail)					
5. การมีศูนย์ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call center)					

ส่วนที่ 3 การเลือกซื้อนมผงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี (โปรดเลือกคำตอบเพียงข้อเดียว)

- ชนิดบรรจุภัณฑ์ของนมผงที่ท่านซื้อ

☐ แบบกระป๋อง
 ☐ แบบกล่องกระดาษ
- ขนาดของนมผงที่ท่านซื้อเป็นประจำ

☐ ขนาดเล็ก 300-400 กรัม
 ☐ ขนาดกลาง 600-700 กรัม

☐ ขนาดใหญ่ 900-1100 กรัม
- ท่านซื้อนมผงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปีบ่อยเพียงใด

☐ 2-3 เดือนต่อครั้ง
 ☐ เดือนละ 1-2 ครั้ง

☐ เดือนละ 3-4 ครั้ง
 ☐ สัปดาห์ละครั้ง

4. ข้อใดคือเหตุผลสำคัญที่สุดของท่านในการเลือกซื้อนมผงดัดแปลง (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|---|
| ☐ สูตรและสารอาหารต่าง ๆ | ☐ คุณภาพ |
| ☐ บริษัทผู้ผลิต | ☐ และประเทศผู้ผลิต |
| ☐ การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ | ☐ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ |
| ☐ ราคาเหมาะสม | ☐ ความสะดวกในการไปซื้อ |
| ☐ การลด แลก แจก แถม | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. ท่านเลือกซื้อนมผงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ยี่ห้อใดเป็นประจำ

- | | |
|---|---|
| ☐ เอนฟาโปร/เอนฟาโกร (Enfapro/Enfagrow) | ☐ ดูเม็กซ์ (Dumex) |
| ☐ เอส-26 (S-26) | ☐ ตราหมี (Bear's Brand) |
| ☐ เกน (Gain) | ☐ นैन (NAN) |
| ☐ อแล็คต้า (Alacta) | ☐ คาร์เนชั่น (Carnation) |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมนมผงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม