

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

### การวิจัยเรื่อง "การรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค"

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือฟังก์ชันนัลดริงก์ (Functional drink) หมายถึง เครื่องดื่มที่บริโภคเข้าไปแล้วให้คุณประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค นอกเหนือจากคุณค่าทางโภชนาการพื้นฐาน หรือสารอาหารพื้นฐานที่มีอยู่ในเครื่องดื่มนั้นๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553) ซึ่งตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ (1) เชีปเป้ บิวตี ดริงค์ (2) อะมิโน พลัส และ (3) บีอิ่ง
2. การแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) หมายถึง ความมุ่งมั่น ตั้งใจในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้ายโฆษณา หรือกิจกรรมทางการตลาดของตราสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ
3. การเปิดรับข่าวสาร (Media exposure) หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้ายโฆษณา หรือกิจกรรมทางการตลาดของตราสินค้า เป็นต้น แล้วจึงเกิดความสนใจ และความตั้งใจในการค้นหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองตามมา

กรุณาตอบคำถามหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อที่ต้องการเลือก

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ของตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือฟังก์ชันนัลดริงก์ (Functional drink) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านเคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ เกี่ยวกับตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือฟังก์ชันนัลดริงก์ (Functional drink) ทั้ง 3 ตราสินค้า คือ (1) เชีปเป้ บิวตี ดริงค์ (2) อะมิโน พลัส และ (3) บีอิ่ง มาก่อนหรือไม่  
 1. เคย  2. ไม่เคย (ปิดการสอบถาม)

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. 18 - 22 ปี

( ) 2. 23 - 26 ปี

( ) 3. 27 - 30 ปี

( ) 4. 31 - 35 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด หรือกำลังศึกษาอยู่

( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

( ) 2. ปริญญาตรี

( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. นิสิต / นักศึกษา

( ) 2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 4. เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว

( ) 5. รับจ้าง

( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

5. รายได้ของท่านต่อเดือน

( ) 1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า

( ) 2. 10,001 - 20,000 บาท

( ) 3. 20,001 - 30,000 บาท

( ) 4. 30,001 - 40,000 บาท

( ) 5. 40,001 - 50,000 บาท

( ) 6. 50,001 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่มีความเกี่ยวข้องกับเจเนอเรชั่นวายของผู้ตอบแบบสอบถาม**

6. ท่านเป็นคนใส่ใจดูแลรูปร่าง และสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ

( ) มากที่สุด

( ) มาก

( ) ปานกลาง

( ) น้อย

( ) น้อยที่สุด

7. ท่านเป็นคนที่มีความนิยมในการซื้อตราสินค้าที่อยู่ในกระแสนิยม (In-trend) ชอบความโดดเด่น และไม่เหมือนใครของตราสินค้าที่ท่านจะเลือกซื้อ
- ( ) มากที่สุด      ( ) มาก      ( ) ปานกลาง      ( ) น้อย      ( ) น้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหา และการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม**

โดยระดับการแสวงหา และการเปิดรับข่าวสาร แบ่งออกเป็นคะแนน ดังนี้

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

**กรุณากรอกตัวเลข 1 - 5 ที่แสดงถึงระดับการรับรู้ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุดลงในช่องคำตอบของทั้ง 3 ตราสินค้า**

ท่านแสวงหา และเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากแหล่งข้อมูลข่าวสารเหล่านี้มากน้อยเพียงใด	เช็ปปเป้ บิวตี้ ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิ่ง
<b>1. สื่อมวลชน</b>			
1.1) การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรผ่านสื่อโทรทัศน์/ การลงบทสัมภาษณ์ในนิตยสารทางการตลาด นิตยสารทั่วไป หรือ หนังสือพิมพ์			
1.2) การโฆษณาทางโทรทัศน์ (TVC)/ สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุ			
<b>2. สื่ออินเทอร์เน็ต</b>			
เว็บไซต์ หรือเว็บไซต์เจ้าของตราสินค้า/ คลิปโฆษณาสินค้าใน Youtube / เครื่องมือสืบค้นข้อมูล (Search engine) เช่น www.google.com, www.yahoo.com , www.bing.com. / เฟสบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fanpage) ของตราสินค้า			
<b>3. สื่อเฉพาะกิจ</b>			
3.1) สิ่งพิมพ์ที่ห้อยติดกับฝาสินค้าเพื่อบ่งบอกถึงคุณประโยชน์ของตราสินค้า (Bottle Neck Tag)			
3.2) ป้ายโปสเตอร์ (Poster billboard) ประชาสัมพันธ์ตราสินค้า/ ป้ายโฆษณาบนทางเท้า			
<b>4. สื่อบุคคล</b>			
4.1) การนำเสนอสินค้าโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity endorsement) ในการจัดกิจกรรมพิเศษ/ พนักงานขายในการออกบูทสินค้า			

ท่านแสวงหา และเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากแหล่งข้อมูลข่าวสารเหล่านี้มากน้อยเพียงใด	เว็บไซต์ ทีวี ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิง
4.2) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of mouth) จากผู้ที่เคยใช้สินค้ามาก่อน หรือบุคคลในครอบครัว			
<b>5. สื่อกิจกรรม</b>			
5.1) การจัดโรดโชว์ (Road show)/ การเปิดตัวสินค้าใหม่ (Launching presentation)			
5.2) การเป็นผู้สนับสนุนโครงการ หรือรายการต่างๆ (Sponsorship)			
5.3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Sales promotion) เช่น การลดแลก แจก แถม การสาธิตสินค้า การชิงโชค เป็นต้น			
5.4) การจัดกิจกรรมผ่านโครงการ หรือแคมเปญต่างๆ เพื่อการประกวดแข่งขัน หรือให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม			
5.5) การบริจาคเงิน หรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือสังคม หรือองค์การการกุศล			
<b>6. ท่านมีวัตถุประสงค์ใดในการแสวงหา และเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากแหล่งข้อมูลข่าวสารเหล่านี้มากน้อยเพียงใด</b>			
6.1) เพื่อต้องการได้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของสารอาหารและคุณประโยชน์ที่ร่างกายจะได้รับจากการบริโภค			
6.2) เพื่อตามกระแสเรื่องความสวยงามของผิวพรรณ และการมีรูปร่างที่สมส่วน			

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม**

โดยระดับความพึงพอใจ แบ่งออกเป็นคะแนน ดังนี้

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

กรุณากรอกตัวเลข 1 - 5 ที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุดลงในช่องคำตอบของทั้ง 3 ตราสินค้า

ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ได้รับมาน้อยเพียงใด	เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิ่ง
1. สื่อสารมวลชน เช่น บทสัมภาษณ์ของผู้บริหารทางโทรทัศน์หรือในนิตยสาร/ โฆษณาทางโทรทัศน์/ สปอตวิทยุ/ การใช้สินค้าเป็นส่วนประกอบในรายการ เป็นต้น			
2. สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บบอร์ด/ เว็บไซต์ของตราสินค้า / เฟสบุ๊คแฟนเพจตราสินค้า/ เว็บไซต์ที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูล เป็นต้น			
3. สื่อเฉพาะกิจ เช่น สิ่งพิมพ์ที่น้อยติดกับฝาสินค้า/ ป้ายโปสเตอร์บิลบอร์ด/ ป้ายโฆษณาบนทางเท้า เป็นต้น			
4. สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อจากเพื่อน/ บุคคลในครอบครัว/ ผู้ที่เคยใช้สินค้ามาก่อน/ การนำเสนอสินค้าโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง/ พนักงานขาย เป็นต้น			
5. สื่อกิจกรรม เช่น การเปิดตัวสินค้า/ การจัดโรดโชว์/ การเป็นสปอนเซอร์/ การบริจาคเงิน หรือสิ่งของ/ การจัดโครงการ หรือแคมเปญต่างๆ/ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น			
6. ท่านแสวงหา หรือเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเพื่อตามกระแสนิยมเรื่องความสวยงามของรูปร่าง ผิวพรรณ และเพื่อต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่จะได้รับการบริโภค			
7. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่ผลิออกมาใหม่ ความทันสมัย และการพัฒนาตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง			
8. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวกับส่วนประกอบที่สำคัญ และคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากตราสินค้าอย่างครบถ้วน			
9. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ช่วยให้ท่านมีความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้รับรู้มาก่อน			

ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ ทางการตลาดที่ได้รับมาน้อยเพียงใด	เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิ่ง
10. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่สามารถตอบสนองรูปแบบ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน (Lifestyle) ของท่านได้			
11. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่สามารถเปรียบเทียบความ แตกต่างกับตราสินค้าคู่แข่งได้			
12. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่แสดงถึงจุดเด่น หรือ ลักษณะเฉพาะตัวของตราสินค้า			
13. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจ ในตราสินค้า และสามารถตอบสนองความต้องการ ทางด้านอารมณ์ความรู้สึกของท่านได้			
14. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ และ ชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กรผู้ผลิต และตราสินค้า			
15. ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่มีความน่าสนใจ น่าดึงดูด ใจ ซึ่งช่วยทำให้จดจำตราสินค้าได้ดีมากยิ่งขึ้น			

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) ตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม**

โดยระดับความตั้งใจซื้อ แบ่งออกเป็นคะแนน ดังนี้

5 = มีแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าสูงมาก, 4 = มีแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าสูง, 3 = มีแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าปานกลาง, 2 = มีแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าน้อย, 1 = มีแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าน้อยมาก

กรุณากรอกตัวเลข 1 - 5 ที่แสดงถึงระดับความตั้งใจซื้อที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุดลงในช่องคำตอบของทั้ง 3 ตราสินค้า

ประเด็นต่อไปนี้มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อตราสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของท่านมากน้อยเพียงใด	เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิ่ง
1. สื่อสารมวลชน เช่น บทสัมภาษณ์ของผู้บริหารทางโทรทัศน์หรือในนิตยสาร หนังสือพิมพ์/ โฆษณาทางโทรทัศน์/ สปอตวิทยุ/ การใช้สินค้าเป็นส่วนประกอบในรายการ เป็นต้น			
2. สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์/ เว็บไซต์ของตราสินค้า/ เฟสบุ๊คแฟนเพจตราสินค้า/ เว็บไซต์ที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูล เป็นต้น			
3. สื่อเฉพาะกิจ เช่น สิ่งพิมพ์ที่ห้อยติดกับฝาสินค้า/ ป้ายโปสเตอร์บิลบอร์ด/ ป้ายโฆษณาบนทางเท้า เป็นต้น			
4. สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อจากเพื่อน บุคคลในครอบครัว ผู้ที่เคยใช้สินค้ามาก่อน/ การนำเสนอสินค้าโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง/ พนักงานขาย เป็นต้น			
5. สื่อกิจกรรม เช่น การเปิดตัวสินค้า/ การจัดโรดโชว์/ การเป็นสปอนเซอร์/ การบริจาคเงิน หรือสิ่งของ/ การจัดโครงการ หรือแคมเปญต่างๆ/ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น			
6. การแสวงหา หรือเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเพื่อตามกระแส นิยมเรื่องความสวยงามของรูปร่าง ผิวพรรณ และเพื่อต้องการได้ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของตราสินค้าที่จะได้รับจากการบริโภค			
7. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวกับส่วนประกอบสำคัญ คุณประโยชน์ที่จะได้รับจากตราสินค้า และความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้รับรู้มาก่อน			
8. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่สามารถตอบสนองรูปแบบในการดำเนินชีวิตประจำวัน (Lifestyle) และอารมณ์ความรู้สึกของท่านได้			

ประเด็นต่อไปนี้มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อตราสินค้า เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของท่านมากน้อยเพียงใด	เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์	อะมิโน พลัส	บีอิ่ง
9. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่สร้างความน่าสนใจ และน่าจดจำเกี่ยวกับตราสินค้า			
10. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่บ่งบอกถึงจุดเด่น และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ผลิตสินค้า และตราสินค้า			
11. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่บ่งบอกถึงความ โดดเด่น ทันสมัย และแสดงถึงพัฒนาการของตราสินค้า			
12. ความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารที่แสดงความ เหนือกว่าตราสินค้าคู่แข่ง			
13. การออกแบบรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่สวยงาม ทันสมัย			
14. ราคาของตราสินค้า			
15. ตราสินค้ามีสินค้าให้เลือกหลากหลาย			
16. ตราสินค้าช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ และทำให้ตนเอง ดูดี			
17. แนวโน้มหรือความเป็นไปได้ในการเลือกซื้อตราสินค้า ดังกล่าว			

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม