

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

กรณีศึกษา บริษัท สหมิตรเจริญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลและข้อเท็จจริง สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม กรณีศึกษา บริษัท สหมิตรเจริญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริง หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(นางร่ำภา หลอยส่วน)

นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม
กรณีศึกษา บริษัท สหมิตรเจริญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี
<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 40 ปี
3. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง / แยกกันอยู่	
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ค้าขาย
<input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> เกษตรกร	<input type="checkbox"/> รับจ้าง
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
5. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 3,000 – 5,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5,001 – 7,000 บาท	<input type="checkbox"/> 7,001 – 9,000 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 9,000 บาท	
6. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคใน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง

7. ท่านตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม โดย
- () ท่านตัดสินใจซื้อด้วยตัวท่านเอง
- () สมาชิกในครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ
- () บุคคลอื่นมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ (โปรดระบุ).....
8. ความถี่ในการซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของท่าน
- () น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
- () 1 ครั้งต่อเดือน
- () 2 ครั้งต่อเดือน
- () 3 ครั้งต่อเดือน
- () 4 ครั้งต่อเดือน
- () มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน
9. ปริมาณในการซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของท่านในแต่ละครั้ง
- () น้อยกว่า 6 ขวด
- () 6 – 10 ขวด
- () 12 ขวด
- () มากกว่า 12 ขวด
10. ท่านซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม โดย
- () ซื้อมือถือเดิมโดยตลอด
- () ไม่คำนึงถึงยี่ห้อแล้วแต่สะดวก
11. นมเปรี้ยวพร้อมดื่มยี่ห้อใดที่ท่านซื้อเป็นประจำ หรือบ่อยที่สุดในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา
(ตอบได้เพียงยี่ห้อเดียว)
- () ยาคูลท์
- () ดัมมิลล์
- () บีทาแกน
- () โพรโมสต์
- () เมจิ
- () อื่นๆ
12. ท่านรับรู้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับนมเปรี้ยวพร้อมดื่มก่อนการตัดสินใจซื้อ โดย
- () ไม่เคยรับรู้มาก่อน
- () รับรู้จากบุคคลอื่น
- () รับรู้จากนิตยสารสิ่งพิมพ์
- () รับรู้จากสื่อโทรทัศน์
- () รับรู้จากสื่อวิทยุ
- () รับรู้จากสื่ออินเทอร์เน็ต
- () รับรู้จากสื่ออื่นๆ (โปรดระบุ).....
13. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อและดื่มนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม
- () มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- () บงบอกถึงค่านิยมที่ทันสมัย
- () มีรสชาติดี
- () ตามคนอื่นๆ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ
นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์		ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
การโฆษณา						
1.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>วิทยุ</u>					
2.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>โทรทัศน์</u>					
3.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>หนังสือพิมพ์</u>					
4.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>นิตยสาร</u>					
5.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>ใบปลิว/แผ่นพับ</u>					
6.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>ป้ายโฆษณา</u>					
7.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>ในโรงภาพยนตร์</u>					
8.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>ทางไปรษณีย์</u>					
9.	การโฆษณาโดย <u>การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ</u>					
10.	การโฆษณาผ่านสื่อ <u>อินเทอร์เน็ต</u>					

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์		ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
การประชาสัมพันธ์						
11.	การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม					
12.	การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ					
13.	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม					
14.	การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิตและ จำหน่ายนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม					
การส่งเสริมการขาย						
15.	<u>การลดราคาสินค้า</u>					
16.	<u>การแจกของสมนาคุณ</u>					
17.	<u>การชิงโชค</u>					
18.	<u>การจัดรายการ โปรโมชันพิเศษ</u>					
19.	<u>การแลกของรางวัล</u>					
20.	<u>การให้ทดลองดื่ม</u>					

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์		ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
การขายโดยใช้พนักงานขาย						
21.	พนักงานขายมีการแต่งกายและบุคลิกภาพที่ดี					
22.	พนักงานขายมีการติดตามเอาใจใส่ต่อลูกค้าดี					
23.	พนักงานขายมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
24.	พนักงานขายมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า					
25.	พนักงานขายมีอัธยาศัยดี					
26.	พนักงานขายให้ความเป็นกันเอง					
27.	พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี					
28.	พนักงานขายติดต่อได้ง่ายเมื่อต้องการสั่งผลิตภัณฑ์					
29.	พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสินค้าที่เสียหายหรือ หมดอายุ					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้จากแบบ
สอบถามนี้ ใช้สำหรับการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น

รวิภา หลอยส่วน