



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อแชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ : เพื่อประกอบการจัดทำรายงานการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ตามความคิดเห็นของท่านหรือเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้
ตามสถานการณ์ที่เป็นจริงของท่าน

ข้อมูลเฉพาะ แบบสอบถามนี้เก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่ใช้แชมพูผสมสมุนไพรเท่านั้น

ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกข้อละ 1 คำตอบ)

1. เพศ

- 1 ชาย 2 หญิง

2. สถานภาพ

- 1 โสด 2 สมรส 3 หย่าร้าง / หม้าย

3. อายุ

- 1 อายุไม่เกิน 20 ปี 2 21 - 30 ปี
3 31 - 40 ปี 4 41 - 50 ปี 5 มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

4. อาชีพหลักของท่าน

- 1 กำลังศึกษาอยู่ 2 รับราชการ
3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5 อาชีพอิสระ 6 พนักงานบริษัทเอกชนหรือห้างร้านทั่วไป
7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. รายได้ต่อเดือน / คน

- 1 ยังไม่มีรายได้ 2 ไม่เกิน 5,000 บาท
3 5,001 - 10,000 บาท 4 10,001 - 15,000 บาท
5 15,001 - 20,000 บาท 6 20,001 - 25,000 บาท
7 25,001 - 30,000 บาท 8 มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2 มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
3 อนุปริญญา หรือ ปวส. 4 ระดับปริญญาตรี
5 สูงกว่าระดับปริญญาตรี 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อแชมพูผสมสมุนไพร

(ปัจจัยส่วนประสมการตลาดหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด)

โดยให้ทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างข้างล่างตามหัวข้อทุกข้อที่ท่านคิดว่ามีผลสำหรับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
7. คุณภาพ					
8. สรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้					
9. กลิ่น					
10. สี					
11. ส่วนผสมมีความหลากหลายให้เลือกซื้อ					
12. มี วัน เดือน ปี ที่ผลิต และ หมดอายุ					
13. ครายี่ห้อ					
14. มีหลายขนาดให้เลือก					
15. ปริมาณที่บรรจุ					
16. บรรจุภัณฑ์และหีบห่อ					
17. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านราคา					
18. ราคาต่อขวด					
19. มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน					
20. มีหลายราคาให้เลือก					
21. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
22. ซื้อได้สะดวก					
23. มีวางขายตลอดเวลา					
24. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
25. มีพนักงานขายให้บริการ					
26. การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ					
27. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น					
28. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้แชมพูผสมสมุนไพร

29. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรบ่อยแค่ไหน (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- 1 1 ครั้ง/เดือน 2 2 ครั้ง/เดือน
3 1 ครั้ง/2 เดือน 4 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

30. ระยะเวลาที่ท่านใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- 1 ทุกวัน 2 2-3 วัน
3 4-5 วัน 4 5-7 วัน

31. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 เชื่อมั่นในคุณภาพ 2 ราคาไม่แพง
3 การโฆษณา 4 ชื่อเสียงของผู้ผลิตและจำหน่าย
5 อยากรทดลอง 6 มีผู้แนะนำให้ใช้
7 หาซื้อได้ง่าย 8 ตรงกับลักษณะของผม
9 ปลอดภัย
10 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

32. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- 1 เพื่อน ๆ 2 คู่สมรส
3 ญาติพี่น้อง 4 พนักงานขาย
5 ตัวท่านเอง 6 อื่น ๆ โปรดระบุ _____

33. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรจากสถานที่ใดเป็นส่วนใหญ่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ร้านที่ขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉพาะ 2 ร้านค้าทั่วไป
3 ร้านเสริมสวยความงาม 4 ร้านขายยา
5 ห้างสรรพสินค้า / ร้านสะดวกซื้อ 6 อื่น ๆ โปรดระบุ _____

34. ท่านมีวิธีการเลือกซื้อแชมพูผสมสมุนไพรอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ดูจากสรรพคุณ 2 ดูจากขนาด
3 ลักษณะภาชนะบรรจุ 4 ชี้อ
5 เปรียบเทียบราคา 6 พิจารณาจากส่วนผสม เช่น มะกรูด ดอกอัญชัน
7 สี 8 กลิ่น
9 อื่น ๆ _____

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้แชมพูผสมสมุนไพร

35. ท่านต้องการให้ทำการส่งเสริมการขายโดยวิธีใดมากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> ลดราคา | 2 <input type="checkbox"/> คุ้มครองสะสมแลกซื้อ |
| 3 <input type="checkbox"/> มีของแถม | 4 <input type="checkbox"/> ชิงโชค |
| 5 <input type="checkbox"/> แลกซื้อราคาพิเศษ | 6 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |

36. สื่อโฆษณาประเภทใดดึงดูดความสนใจให้ท่านซื้อแชมพูผสมสมุนไพรมากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- | | | |
|--|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | 2 <input type="checkbox"/> วิทยุ | 3 <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ |
| 4 <input type="checkbox"/> นิตยสาร | 5 <input type="checkbox"/> แผ่นป้ายโฆษณา | 6 <input type="checkbox"/> แผ่นพับและใบปลิว |
| 7 <input type="checkbox"/> การบอกต่อโดยบุคคล | 8 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ | |

37. ท่านใช้แชมพูผสมสมุนไพรยี่ห้อเดิมเป็นประจำหรือเปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อย ๆ

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> ยี่ห้อเดิมเป็นประจำ | 2 <input type="checkbox"/> เปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อย ๆ |
|--|--|

เหตุใดที่ทำให้ท่านเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นแทนยี่ห้อเดิม(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|---|
| 1 <input type="checkbox"/> ตามคำแนะนำของเพื่อน |
| 2 <input type="checkbox"/> ยี่ห้อเดิมหาซื้อได้ยาก |
| 3 <input type="checkbox"/> มีสรรพคุณตามต้องการ |
| 4 <input type="checkbox"/> ราคาถูกกว่ายี่ห้อเดิม |
| 5 <input type="checkbox"/> อยากทดลองใช้ |
| 6 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |

38. ปัจจุบันท่านใช้แชมพูผสมสมุนไพรใด (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> ผสมมะกรูด | 2 <input type="checkbox"/> ผสมอัญชัญ |
| 3 <input type="checkbox"/> ผสมว่านหางจระเข้ | 4 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |

39. ของแถมที่ท่านสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> กระเป๋าคำสั่งสำอาง | 2 <input type="checkbox"/> หมวกอาบน้ำ |
| 3 <input type="checkbox"/> เสื้อยืด | 4 <input type="checkbox"/> กระຈกแต่งหน้า |
| 5 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ | |

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อแชมพูผสมสมุนไพร

โดยให้ท่านเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างข้างล่างตามหัวข้อทุกข้อที่ท่านคิดว่ามีปัญหาสำหรับการตัดสินใจซื้อ

ปัญหาส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีปัญหาต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีปัญหา 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
40. ไม่มีคุณภาพ					
41. สรรพคุณไม่ตรงกับฉลากที่ระบุไว้					
42. กลิ่นไม่ถูกใจ					
43. สีไม่ถูกใจหรือไม่น่าใช้					
44. ส่วนผสมมีให้เล็กน้อย					
45. ไม่มี วัน เดือน ปี ที่ผลิต และ หมดอายุ					
46. ตรายี่ห้อ ไม่เป็นที่รู้จักหรือ ไม่มีชื่อเสียง					
47. บรรจุภัณฑ์และหีบห่อไม่น่าสนใจหรือไม่น่าใช้					
48. มีขนาดเดียว					
49. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านราคา					
50. ราคาต่อขวดแพง					
51. ไม่มีป้ายราคาติด					
52. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
53. หาซื้อได้ยาก					
54. ไม่มีวางขายตลอดเวลา					
55. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
56. ไม่มีพนักงานขายให้บริการ					
57. ไม่มีโปรโมชั่นในสื่อต่าง ๆ					
58. ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่มีการลดราคา ไม่มีของแถม เป็นต้น					
59. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
60. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ					

* ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาเพื่อตอบแบบสอบถาม*

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวณัฐพาศิ เต็มสิริพจน์

วัน เดือน ปีเกิด 2 กันยายน 2508

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2530 - ปัจจุบัน บริษัท มงกุฏวิศวกรรม จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved