



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความคิดเห็นและข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบถือเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บหน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () ต่ำกว่า 15 ปี

2. () 15 - 20 ปี

3. () 21 - 30 ปี

4. () 31 - 40 ปี

5. () 41 - 50 ปี

6. () 51 ปีขึ้นไป

3. ท่าน

1. () อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

2. () เป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัด

โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

1. () นักเรียน/นักศึกษา

2. () ข้าราชการ

3. () พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. () ธุรกิจส่วนตัว

5. () พนักงานบริษัทเอกชน

6. () รับจ้างทั่วไป

7. () อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. สถานภาพ

1. () โสด
2. () สมรส
3. () ม่าย/หย่าร้าง

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 5,000 บาท
2. () 5,000 - 10,000 บาท
3. () 10,001 - 15,000 บาท
4. () 15,001 - 20,000 บาท
5. () 20,001 บาทขึ้นไป

7. ระดับการศึกษา

1. () ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
2. () มัธยมศึกษาตอนต้น
3. () มัธยมศึกษาตอนปลาย / เทียบเท่า
4. () อนุปริญญา / เทียบเท่า
5. () ปริญญาตรี / เทียบเท่า
6. () สูงกว่าปริญญาตรี

8. ในการซื้อส้มสายน้ำผึ้งท่านมีการซื้ออย่างไร

1. () ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ
2. () ไม่สนใจเลือกยี่ห้อ

9. ท่านเคยเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)

1. () ยี่ห้อธนาธร
2. () ยี่ห้ออันนี่ กวิน
3. () ยี่ห้อปทุมรัตน์
4. () ยี่ห้อ ช.เจริญ
5. () ยี่ห้อสุจินต์
6. () ยี่ห้อจงรักษ์
7. () ยี่ห้อเอ็มเค
8. () ยี่ห้อแท็บ
9. () ยี่ห้ออื่นๆ โปรดระบุ.....

10. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () เชื่อมั่นในยี่ห้อของผู้ผลิต
2. () ชื่อเสียงของยี่ห้อ
3. () สัมผัสคุณภาพดี ไม่มีลูกเน่าเสียปะปน
4. () สัมผัสสามารถเก็บไว้ได้นาน
5. () สัมผัสรสชาติดี (หวานอมเปรี้ยวตามลักษณะประจำพันธุ์ของส้มสายน้ำผึ้ง)

15. โอกาสใดบ้างที่ท่านซื้อส้มสายน้ำผึ้ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 1. () วันขึ้นปีใหม่ | 2. () วันตรุษจีน |
| 3. () วันสารทจีน | 4. () ไม่แน่นอน |
| 5. () อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

16. ความถี่ในการซื้อส้มสายน้ำผึ้งในแต่ละครั้ง

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| 1. () ทุกวัน | 2. () สัปดาห์ละครั้ง |
| 3. () นาน ๆ ครั้ง | 4. () ซื้อในโอกาสมาท่องเที่ยว |
| 5. () อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

17. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับส้มสายน้ำผึ้งจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| 1. () การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ | 2. () การโฆษณาทางวิทยุ |
| 3. () การโฆษณาทางโทรทัศน์ | 4. () ป้ายโฆษณา |
| 5. () โฆษณาทางใบปลิว/แผ่นพับ | 6. () ได้รับการแนะนำจากมัคคุเทศก์ |
| 7. () ทราบข้อมูลจากญาติ/เพื่อน | 8. () ข้อมูลจากตลาดและผู้ขาย |
| 9. () อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการตอบ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ยี่ห้อของผู้ผลิต					
2. รสชาติ					
3. เนื้อส้มมีคุณภาพดี ไม่ฝ่อและขาวขุ่น					
4. ความสดของส้ม					
5. ส้มมีความหลากหลายเกรดให้เลือก					
6. ส้มมีหลายขนาดให้เลือก					
7. ส้มมีผิวสวย					
8. ส้มมีการแว็กซ์เคลือบผิว					
9. ส้มมีคุณภาพดี ไม่มีผลเน่าเสียปะปน					
10. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม					
11. บรรจุภัณฑ์ที่มีหลายแบบให้เลือก					
12. บรรจุภัณฑ์ที่มีหลายขนาดให้เลือก					
13. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านราคา					
1. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายที่เท่ากันในทุกแหล่งขาย					
4. สามารถต่อรองราคาได้					
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านสถานที่					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านสถานที่ (ต่อ)					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ/ แหล่งท่องเที่ยว					
4. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถ มองเห็นได้ชัดเจน					
5. การจัดสถานที่จำหน่ายที่สวยงาม					
6. จำนวนของร้าน/สถานที่ ที่จำหน่ายส้ม					
7. สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
8. มีบริการส่งถึงที่					
9. เวลาเปิด - ปิดจำหน่ายที่สะดวกในการ ซื้อ					
10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณา					
2. การประชาสัมพันธ์					
3. การออกงานแสดงสินค้า นิทรรศการ ตลาดนัดขายสินค้า					
4. การให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย					
5. พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี					
6. พนักงาน/ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ					
7. การบริการที่รวดเร็ว					
8. การให้ทดลองชิมสินค้า					
9. การลดราคาหรือแถมสินค้า					
10. การแถมหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์					
11. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการตอบ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีปัญหา (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ยี่ห้อของผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง					
2. รสชาติไม่ดี					
3. เนื้อสัมผัสไม่มีคุณภาพ เนื้อฟ่อและขาวจุ่น					
4. สัมไม่สด					
5. สัมมีเกรดให้เลือกน้อย/ไม่มี					
6. สัมมีขนาดให้เลือกน้อย/ไม่มี					
7. สัมผิวไม่สวย					
8. สัมไม่มีการแวกซ์เคลือบผิว					
9. สัมมีคุณภาพไม่ดี มีผลเน่าเสียปะปน					
10. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม					
11. ไม่มีบรรจุภัณฑ์หลายแบบให้เลือก					
12. บรรจุภัณฑ์มีขนาดให้เลือกน้อย/ไม่มี					
13. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านราคา					
1. ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายไม่เท่ากันในแหล่งขายต่าง ๆ					
4. ไม่สามารถต่อรองราคาได้					
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านสถานที่					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลบ้าน/ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถที่ไม่สะดวก					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีปัญหา (1)
ด้านสถานที่ (ต่อ)					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลแหล่งธุรกิจ/ แหล่งท่องเที่ยว					
4. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายมองเห็นไม่ ชัดเจน					
5. การจัดสถานที่จำหน่ายไม่สวยงาม					
6. จำนวนของร้าน/สถานที่ ที่จำหน่ายสัมพันธ์ จำนวนน้อย หาที่ซื้อยาก					
7. ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
8. ไม่มีบริการส่งถึงที่					
9. เวลาเปิด-ปิดจำหน่ายไม่สะดวกในการซื้อ					
10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการโฆษณา					
2. ไม่มีการประชาสัมพันธ์					
3. ไม่มีการออกงานแสดงสินค้า นิทรรศการ ตลาดนัดขายสินค้า					
4. ไม่มีการให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย					
5. พนักงาน/ผู้ขาย ไม่มีอัธยาศัย					
6. พนักงาน/ผู้ขาย ไม่มีความน่าเชื่อถือ					
7. การให้บริการที่ช้า					
8. ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม					
9. ไม่มีการลดราคาหรือแถมสินค้า					
10. ไม่มีการแถมหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์					
11. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ข้อเสนอแนะ.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นาย จาตุรงค์ จีรังวรพจน์
วัน เดือน ปีเกิด	24 มกราคม 2516
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (เกษตรศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2537
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2541 – ปัจจุบัน ผู้จัดการบริษัท ไทยพีชผล อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved