



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## Questionnaire

Independent study of **Marketing Mix Factors Affecting Handicraft Souvenir Buying of Foreigner Consumers at Baan Taawai, Amphoe Hang Dong, Chiang Mai Province**. This questionnaire was conducted according to Master of Business Administration research, Chiang Mai University. The related information has no effect on the audience at all. Thus, the questionnaire should be filled in based on the truth.

**Instruction** The questionnaire consists of 3 parts.

**Part I** General information with respect to foreign consumers.

**Part II** Marketing Mix Factors that is influent in handicraft souvenir product purchase of foreign consumers only.

**Part III** Foreign consumer's problems and suggestion, who buy handicraft souvenir from Baan Taawai, Amphoe Hang Dong, Chiang Mai Province.

**Part I** General information with respect to foreign consumers.

**Instruction** Please check ✓ in  on the only one appropriate choice.

1. Sex  (1) Male  (2) Female

2. Age

|   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) Under 20 years | <input type="checkbox"/> (2) 20-30 years       |
| <input type="checkbox"/> (3) 31-40 years    | <input type="checkbox"/> (4) 41-50 years       |
| <input type="checkbox"/> (5) 51-60 years    | <input type="checkbox"/> (6) 60 years and over |

3. Education Level

|  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) Primary School  | <input type="checkbox"/> (2) Secondary School       |
| <input type="checkbox"/> (3) High School     | <input type="checkbox"/> (4) Diploma                |
| <input type="checkbox"/> (5) Bachelor Degree | <input type="checkbox"/> (6) Master Degree or above |

## 4. Occupation

- |                          |                                  |                          |                        |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Owned business               | <input type="checkbox"/> | (2) Government Officer |
| <input type="checkbox"/> | (3) Commerce                     | <input type="checkbox"/> | (4) Agricultural       |
| <input type="checkbox"/> | (5) Housewife/Househusband       |                          |                        |
| <input type="checkbox"/> | (6) Students                     | <input type="checkbox"/> | (7) Retired            |
| <input type="checkbox"/> | (8) Others (please specify)..... |                          |                        |

## 5. Which country are you from?

- |                          |                                   |                          |                   |
|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) England                       | <input type="checkbox"/> | (2) United States |
| <input type="checkbox"/> | (3) Australia                     | <input type="checkbox"/> | (4) Japan         |
| <input type="checkbox"/> | (5) Canada                        | <input type="checkbox"/> | (6) France        |
| <input type="checkbox"/> | (7) Germany                       | <input type="checkbox"/> | (8) Italy         |
| <input type="checkbox"/> | (9) Singapore                     | <input type="checkbox"/> | (10) China        |
| <input type="checkbox"/> | (11) Others (please specify)..... |                          |                   |

## 6. Your average income per month

- |                          |                      |                          |                          |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Under \$USD500   | <input type="checkbox"/> | (2) \$USD500-1,000       |
| <input type="checkbox"/> | (3) \$USD1,000-1,500 | <input type="checkbox"/> | (4) \$USD1,501-2,000     |
| <input type="checkbox"/> | (5) \$USD2,001-2,500 | <input type="checkbox"/> | (6) More than \$USD2,500 |

## 7. Budget of your trip in general to Chiang Mai

- |                          |                    |                          |                          |
|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Under \$USD100 | <input type="checkbox"/> | (2) \$USD100-500         |
| <input type="checkbox"/> | (3) \$USD501-1,000 | <input type="checkbox"/> | (4) More than \$USD1,000 |

## 8. Reason of Visit

- |                          |                                  |                          |                    |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Holiday                      | <input type="checkbox"/> | (2) Business       |
| <input type="checkbox"/> | (3) Seminar                      | <input type="checkbox"/> | (4) Official Visit |
| <input type="checkbox"/> | (5) Others (please specify)..... |                          |                    |

## 9. Period of time to stay in Chiang Mai

- (1) 1-3 days       (2) 4-6 days  
 (3) 7-10 days       (4) More than 10 days  
 (please specify).....days

## 10. Frequency of Visit

- (1) First visit       (2) Revisit, please indicate time .....time/year

## 11. What kinds of handicraft souvenir that you prefer to buy? (Can be more than 1 answer)

- (1) Woodcarvings products, e.g. Buddha image, animal doll.  
 (2) Weaving products, e.g. rice box, bamboo basket.  
 (3) Earthenware products, e.g. flowerpot, earthen jar.  
 (4) Furniture products, e.g. chair, table, chest.  
 (5) Textile products, e.g. shirts, curtain, pillow.  
 (6) Lathed wood products, e.g. vase, pot, casket, urn.  
 (7) Other products, e.g. saa paper, silverware, lacquer ware.

## 12. What is the purpose of your buying handicraft souvenir?

- (1) To give to others       (2) To décor your own place  
 (3) To trade/ sell to others       (4) To use personally  
 (5) Others (please specify).....

## 13. What is the reason that you buy handicraft souvenir? (Can be more than 1 answer)

- (1) Inexpensive       (2) Good Quality  
 (3) Style and color is attractive       (4) Having a beneficial use  
 (5) Good service from Seller       (6) Interesting promotion  
 (7) Interesting Advertisement  
 (8) Promote Thai Traditional style  
 (9) Various types of product to select  
 (10) Others (please specify).....

14. The person who is influent in your decision to purchase handicraft souvenir.

- (1) Yourself     (2) Guide     (3) Spouse  
 (4) Parent     (5) Relatives     (6) Friend  
 (7) Seller     (8) Others (please specify).....

15. How do you visit Baan Taawai?

- (1) With Group Tour and Guide     (2) Non-Group Tour  
 (3) Alone     (4) Rent vehicle  
 (5) With friend     (6) Others.....

16. How many pieces of handicraft souvenir do you intent to buy regularly?

- (1) 1 piece     (2) 2-3 pieces     (3) 4-6 pieces  
 (4) 6-10 pieces     (5) More than 10 pieces

17. How much do you normally spend in purchasing handicraft souvenir?

- (1) Less than 500 Baht     (2) 501-1,000 Baht  
 (3) 1,001-1,500 Baht     (4) 1,501-2,000 Baht  
 (5) More than 2,000 Baht

18. Which payment method do you prefer to use when purchasing handicraft souvenir?

- (1) Cash     (2) Credit Card     (3) Both

**Part II** Marketing Mix Factors that is influent in handicraft souvenir product purchase of foreign consumers only.

**Instruction** Please check ✓ in  on the only one appropriate choice.

| Marketing Mix   | Affecting to Handicraft Souvenir Buying Level |             |             |             |              |
|---|---|-------------|-------------|-------------|--------------|
|   | Highest<br>(5)                                | High<br>(4) | Fair<br>(3) | Less<br>(2) | Least<br>(1) |
| <b>1. Product</b>   |   |             |             |             |              |
| 1.1 Quality   |   |             |             |             |              |
| 1.2 Durableness   |   |             |             |             |              |
| 1.3 Colorfulness  |   |             |             |             |              |
| 1.4 Finishing technique in order to preventing cracking and moldy |   |             |             |             |              |
| 1.5 Uniqueness (Only piece)                                       |   |             |             |             |              |
| 1.6 Utility   |   |             |             |             |              |
| 1.7 Variety of products   |   |             |             |             |              |
| 1.8 Size of products that suit for traveling                      |   |             |             |             |              |
| 1.9 Weight of products that suit for traveling                    |   |             |             |             |              |
| 1.10 Various sizes of each product                                |   |             |             |             |              |
| 1.11 Attractive Packaging   |   |             |             |             |              |
| 1.12 Safe packaging for traveling                                 |   |             |             |             |              |
| 1.13 Good packaging that suit for Traveling                       |   |             |             |             |              |
| 1.14 Brand name   |   |             |             |             |              |
| 1.15 Others (please specify) .....                                |   |             |             |             |              |
| <b>2. Price</b>   |   |             |             |             |              |
| 2.1 Various price points  |   |             |             |             |              |

| Marketing Mix  | Affecting to Handicraft Souvenir Buying Level |             |             |             |              |
|--|---|-------------|-------------|-------------|--------------|
|  | Highest<br>(5)                                | High<br>(4) | Fair<br>(3) | Less<br>(2) | Least<br>(1) |
| 2.2 Clarity price on label   |   |             |             |             |              |
| 2.3 Negotiable price   |   |             |             |             |              |
| 2.4 Reasonable price once compared to products   |   |             |             |             |              |
| 2.5 Credit Card is affordable  |   |             |             |             |              |
| 2.6 Others (please specify).....   |   |             |             |             |              |
| <b>3. Place</b>  |   |             |             |             |              |
| 3.1 Located in the same area as other shops in order to comparing products and pricing |   |             |             |             |              |
| 3.2 Reliable shop  |   |             |             |             |              |
| 3.3 Attractive decorations/ display inside each shop                                   |   |             |             |             |              |
| 3.4 Well-categorized products inside the shop  |   |             |             |             |              |
| 3.5 Cleanness of the shop  |   |             |             |             |              |
| 3.6 Atmosphere of the shop   |   |             |             |             |              |
| 3.7 Opening – Closing Time   |   |             |             |             |              |
| 3.8 Convenient parking lot   |   |             |             |             |              |
| 3.9 Good spot location where is easy to see  |   |             |             |             |              |
| 3.10 Others (please specify).....  |   |             |             |             |              |
| <b>4. Promotion</b>  |   |             |             |             |              |
| 4.1 Continuous advertisement in a free copy magazine                                   |   |             |             |             |              |



| Marketing Mix                                       | Affecting to Handicraft Souvenir Buying Level |             |             |             |              |
|---|---|-------------|-------------|-------------|--------------|
|   | Highest<br>(5)                                | High<br>(4) | Fair<br>(3) | Less<br>(2) | Least<br>(1) |
| 4.2 Cash discount                                   |   |             |             |             |              |
| 4.3 Volume discount                                 |   |             |             |             |              |
| 4.4 Promotional gift for buyer                      |   |             |             |             |              |
| 4.5 Suggestions from seller                         |   |             |             |             |              |
| 4.6 Reliable seller                                 |   |             |             |             |              |
| 4.7 Friendliness from the seller                    |   |             |             |             |              |
| 4.8 Fast service from seller                        |   |             |             |             |              |
| 4.9 Well communication with Seller                  |   |             |             |             |              |
| 4.10 Handing brochure/ pamphlet to promote the shop |   |             |             |             |              |
| 4.11 Available website/email                        |   |             |             |             |              |
| 4.12 Others (please specify).....                   |   |             |             |             |              |

**Part III** Foreign consumer's problem and suggestion from buying handicraft souvenir in Baan Taawai, Amphoe Hang Dong, Chiang Mai Province.

**Instruction** Please check ✓ in front of problem or issues you have experienced. The answer could be more than 1 answer.

**1. Product** (Can be more than 1 answer)

- ..... 1. Unknown brand name
- ..... 2. Poor quality
- ..... 3. Impermanent/ change of products from time to time
- ..... 4. Easily to crack / damage
- ..... 5. Defected products
- ..... 6. Heavy / difficult to move
- ..... 7. Products are not various

- ..... 8. Size of products is not various
- ..... 9. Copied products that similar to other shops
- ..... 10. No problems
- ..... 11. Others (please specify).....

**2. Price** (Can be more than 1 answer)

- ..... 1. No various price points
- ..... 2. No clarity price on label
- ..... 3. Different price from each shop for the similar products
- ..... 4. Not reasonable price
- ..... 5. Credit card is not available
- ..... 6. No problems
- ..... 7. Others (please specify).....

**3. Place** (Can be more than 1 answer)

- ..... 1. Inconvenient Location/ Not easy to find the shop
- ..... 2. Unreliable shop
- ..... 3. Unattractive decorations/ display
- ..... 4. Difficult to find/ look at the products inside the shop
- ..... 5. Poor atmosphere inside the shop
- ..... 6. Short time of service (Opening-Closing hours)
- ..... 7. Inconvenient parking lot
- ..... 8. No problems
- ..... 9. Others (please specify).....

**4. Promotion** (Can be more than 1 answer)

- ..... 1. No advertisement
- ..... 2. No discount
- ..... 3. No promotional gift
- ..... 4. Lack of products knowledge from seller
- ..... 5. Impolite seller
- ..... 6. Poor communication from seller

- ..... 7. Unreliable seller
- ..... 8. Untimely service from seller
- ..... 9. No brochure/ pamphlet to hand out to buyer
- ..... 10. Website is not available
- ..... 11. No problems
- ..... 12. Others (please specify).....

**Other Suggestions for improvement.**

The background of this section features a large, faint watermark of the Chiang Mai University logo. The logo is circular and contains an elephant standing with its trunk raised, holding a flame. Above the elephant is a sunburst. The text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written in Thai script along the top inner edge, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in English along the bottom inner edge. The entire logo is semi-transparent.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for being willing to participate in this questionnaire.

### แบบสอบถาม

เรื่อง“ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความคิดเห็นและข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบถือเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคชาวต่างชาติ เฉพาะผู้ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษที่มาเยี่ยมชมศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ

(1) ต่ำกว่า 20 ปี

(2) 20-30 ปี

(3) 31-40 ปี

(4) 41-50 ปี

(5) 51-60 ปี

(6) 60 ปี

หรือมากกว่า

3. ระดับการศึกษา

(1) ประถมศึกษา

(2) มัธยมศึกษาตอนต้น

(3) มัธยมศึกษาตอนปลาย

(4) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

(5)ปริญญาตรี

(6)ปริญญาโท หรือสูงกว่า

4. อาชีพ

(1) เจ้าของธุรกิจ

(2) ข้าราชการ

(3) ค้าขาย

(4) พนักงาน/ลูกจ้าง

(5) เกษตรกรรม

- (6) แม่บ้าน / พ่อบ้าน       (7) นักศึกษา  
 (8) เกษียณอายุ                 (9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 5. เดินทางมาจากประเทศใด

- (1) สหราชอาณาจักร       (2) สหรัฐอเมริกา  
 (3) ออสเตรเลีย             (4) ญี่ปุ่น             (5) แคนาดา  
 (6) ฝรั่งเศส                 (7) เยอรมันนี       (8) อิตาลี  
 (9) สิงคโปร์                 (10) จีน  
 (11) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ต่ำกว่า \$USD500       (2) \$USD500-1,000  
 (3) \$USD1,000-1,500     (4) \$USD1,501-2,000  
 (5) \$USD2,001-2,500     (6) มากกว่า \$USD2,500

## 7. งบประมาณสำหรับเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

- (1) ต่ำกว่า \$USD100       (2) \$USD100-500  
 (3) \$USD501-1,000       (4) มากกว่า \$USD1,000

## 8. เหตุผลของการเดินทาง

- (1) วันหยุดพักผ่อน       (2) ธุรกิจ  
 (3) สัมมนา                 (4) การมาท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ  
 (5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 9. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

- (1) 1-3 วัน                     (2) 4-6 วัน  
 (3) 7-10 วัน                 (4) มากกว่า 10 วัน (โปรดระบุ)..... วัน

## 10. ความถี่ของการเดินทางมาเชียงใหม่

- (1) ครั้งแรก                 (2) มากกว่า 1 ครั้ง (โปรดระบุจำนวนครั้ง..ครั้ง)

11. ประเภทของสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมที่นิยมซื้อ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) หมวดยสินค้าไม้แกะสลัก เช่น พระพุทธรูป สัตว์ป่าหิมพานต์ ตุ๊กตาสัตว์
- (2) หมวดยสินค้าเครื่องจักสาน เช่น โองไม้ไผ่ ก่องข้าว กระบุง กระจาด
- (3) หมวดยสินค้าเครื่องปั้นดินเผา เช่น โอง คุ่ม แจกัน หม้อน้ำ กระถาง
- (4) หมวดยสินค้าเฟอร์นิเจอร์ เช่น โต๊ะรับแขก เก้าอี้สนาม โต๊ะวางโทรศัพท์
- (5) หมวดยสินค้าผ้า เช่น เสื้อผ้า กางเกง ผ้าปูโต๊ะ ผ้า màn ปลอกหมอน
- (6) หมวดยสินค้าไม้กลึง เช่น แจกัน หม้อ ผอบ ตลับ ขัน โตก
- (7) หมวดยสินค้าอื่น ๆ เช่น เครื่องเงิน เครื่องเงิน งานกระดาษสา

12. วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

- (1) เพื่อเป็นของฝาก  (2) เพื่อตกแต่งสถานที่พักอาศัยของตนเอง
- (3) เพื่อการค้า  (4) เพื่อใช้ส่วนตัว
- (5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. เหตุผลของการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ราคาไม่แพง  (2) คุณภาพดี
- (3) รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ  (4) ธรรมดาประโยชน์
- (5) บริการที่ดีจากผู้ขาย  (6) โปรโมชั่นที่น่าสนใจ
- (7) การโฆษณาที่น่าสนใจ  (8) การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย
- (9) มีสินค้าหลายรูปแบบให้เลือก  (10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. บุคคลที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

- (1) ตนเอง  (2) มักคุเทศก์  (3) คู่สมรส
- (4) พ่อและแม่  (5) ญาติ  (6) เพื่อน
- (7) ผู้ขาย  8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. วิธีการเดินทางมาศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย

- (1) กล้วยัฒัร และมัคคุเทศก์  (2) ไม้ช้กล้วยัฒัร และมัคคุเทศก์
- (2.1) เดีนทางคนเดีว
- (2.2) เดีนทางโดยรถเช่า
- (2.3) เดีนทางมัคับเพื่่อน
- (2.4) อื่นๆ .....

16. จันวนที่ทัันตั้งใจจะซื้อสินค้ัที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

- (1) 1 ชััน  (2) 2-3 ชััน  (3) 4-6 ชััน
- (4) 6-10 ชััน  (5) มัคกว่า 10 ชััน

17. จันวนเงินที่ทัันซื้อสินค้ัที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

- (1) น้อยกว่า 500 บาท  (2) 501-1,000 บาท
- (3) 1,001-1,500 บาท  (4) 1,501-2,000 บาท
- (5) มัคกว่า 2,000 บาท

18. วิธีการชำระเงินที่ทัันนิยมใช้เมื่้อซื้อสินค้ัที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

- (1) เงินสด  (2) บั้ตรเครดิต
- (3) ทังเงินสดและบั้ตรเครดิต

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภท  
หัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ เฉพาะผู้ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษจากศูนย์หัตถกรรมบ้าน  
ถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

| ส่วนประสมทางการตลาด                                  | ระดับความสำคัญ            |                     |                         |                      |                            |
|--|---------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|----------------------------|
|  | สำคัญ<br>มากที่สุด<br>(5) | สำคัญ<br>มาก<br>(4) | สำคัญ<br>ปานกลาง<br>(3) | สำคัญ<br>น้อย<br>(2) | สำคัญ<br>น้อยที่สุด<br>(1) |
| <b>1. ผลិតภัณฑ์</b>                                  |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.1 คุณภาพ   |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.2 ความทนทาน  |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.3 สีสันท   |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.4 เทคนิคการป้องกันการแตกร้าว<br>และการขึ้นรา       |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.5 เอกลักษณะของสินค้า                               |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.6 ธรรมดาประโยชน์                                   |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.7 ความหลากหลายของสินค้า                            |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.10 ขนาดสินค้าที่เหมาะสมสำหรับการ<br>เดินทาง        |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.11 น้ำหนักสินค้าที่เหมาะสมสำหรับ<br>การเดินทาง     |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.12 สินค้าแต่ละประเภทมีหลาย<br>ขนาด                 |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.11 บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจ                           |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.12 บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยสำหรับ<br>การเดินทาง        |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.13 บรรจุภัณฑ์อย่างดีที่เหมาะสม<br>สำหรับการเดินทาง |                           |                     |                         |                      |                            |



| ส่วนประสมทางการตลาด                      | ระดับความสำคัญ            |                     |                         |                      |                            |
|--|---------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|----------------------------|
|  | สำคัญ<br>มากที่สุด<br>(5) | สำคัญ<br>มาก<br>(4) | สำคัญ<br>ปานกลาง<br>(3) | สำคัญ<br>น้อย<br>(2) | สำคัญ<br>น้อยที่สุด<br>(1) |
| 1.14 ตราสินค้า                           |                           |                     |                         |                      |                            |
| 1.15 อื่นๆ (โปรดระบุ).....               |                           |                     |                         |                      |                            |
| <b>2. ราคา</b>                           |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.1 หลากหลายราคา                         |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.2 มีป้ายราคาชัดเจน                     |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.3 ต่อรองราคาได้                        |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.4 ราคาเหมาะสมกับสินค้า                 |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.5 สามารถซื้อโดยบัตรเครดิต              |                           |                     |                         |                      |                            |
| 2.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....                |                           |                     |                         |                      |                            |
| <b>3. การจัดจำหน่าย</b>                  |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.1 สถานที่ตั้ง                          |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.2 ร้านน่าเชื่อถือ                      |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.3 การตกแต่งร้านที่น่าดึงดูดใจ          |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.4 การจัดแบ่งประเภทของสินค้า<br>อย่างดี |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.6 ร้านค้าสะอาด                         |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.6 บรรยากาศของร้านค้า                   |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.7 เวลาเปิด – ปิดร้าน                   |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.8 ที่จอดรถสะดวกสบาย                    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.9 สถานที่ตั้งเห็นได้ชัดเจน             |                           |                     |                         |                      |                            |
| 3.10 อื่นๆ (โปรดระบุ).....               |                           |                     |                         |                      |                            |
|  |                           |                     |                         |                      |                            |

| ส่วนประสมทางการตลาด                             | ระดับความสำคัญ            |                     |                         |                      |                            |
|---|---------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|----------------------------|
|   | สำคัญ<br>มากที่สุด<br>(5) | สำคัญ<br>มาก<br>(4) | สำคัญ<br>ปานกลาง<br>(3) | สำคัญ<br>น้อย<br>(2) | สำคัญ<br>น้อยที่สุด<br>(1) |
| <b>4. การส่งเสริมการตลาด</b>                    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.1 มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่องใน<br>หนังสือแจกฟรี |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.2 มีส่วนลดเงินสด                              |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.3 มีส่วนลดปริมาณ                              |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.4 ของที่ระลึกสำหรับผู้ซื้อ                    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.5 ข้อเสนอแนะจากผู้ขาย                         |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.6 ความน่าเชื่อถือจากผู้ขาย                    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.7 ผู้ขายมีอรรถาษัยดี                          |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.8 ผู้ขายมีการบริการที่รวดเร็ว                 |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.9 ผู้ขายสามารถสื่อสารได้ดี                    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.10 มีโบรชัวร์/ใบปลิวที่ส่งเสริม<br>ร้านค้า    |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.11 มีเว็บไซต์และอีเมลเพื่อการ<br>ติดต่อ       |                           |                     |                         |                      |                            |
| 4.12 อื่นๆ (โปรดระบุ).....                      |                           |                     |                         |                      |                            |

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคชาวต่างชาติเฉพาะผู้ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษที่  
ซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่  
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

**1. ผลิตภัณฑ์** (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... 1. ไม่รู้จักตราสินค้า
- ..... 2. ค้อยคุณภาพ
- ..... 3. สินค้ามีการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย
- ..... 4. แดกหักง่าย
- ..... 5. สินค้าชำรุด
- ..... 6. หนัก/เคลื่อนย้ายไม่สะดวก
- ..... 7. สินค้าไม่หลากหลาย
- ..... 8. ขนาดสินค้าไม่หลากหลาย
- ..... 9. ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ
- ..... 10. ไม่มีปัญหา
- ..... 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**2. ราคา** (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... 1. ราคาสินค้าไม่หลากหลาย
- ..... 2. ป้ายสินค้าไม่ชัดเจน
- ..... 3. ราคาแตกต่างจากร้านอื่น
- ..... 4. ราคาไม่ยุติธรรม
- ..... 5. ไม่รับชำระโดยบัตรเครดิต
- ..... 6. ไม่มีปัญหา
- ..... 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**3. การจัดจำหน่าย** (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... 1. ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวก
- ..... 2. ร้านไม่น่าเชื่อถือ
- ..... 3. ร้านไม่น่าดึงดูดใจ
- ..... 4. หาเลือกสินค้าภายในร้านไม่สะดวก

- ..... 5. บรรยากาศไม่ดี
- ..... 6. ระยะเวลาทำการสั้น
- ..... 7. ไม่มีสถานที่จอดรถ
- ..... 8. ไม่มีปัญหา
- ..... 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**4. การส่งเสริมการตลาด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ..... 1. ไม่มีโปรโมชั่น
- ..... 2. ไม่มีส่วนลด
- ..... 3. ไม่มีของแถม
- ..... 4. ผู้ขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า
- ..... 5. ผู้ขายบริการไม่สุภาพ
- ..... 6. ผู้ขายมีปัญหาการสื่อสาร
- ..... 7. ผู้ขายไม่น่าเชื่อถือ
- ..... 8. ผู้ขายไม่รู้กาลเทศะ
- ..... 9. ไม่มีโบรชัวร์
- ..... 10. ไม่มีเว็บไซต์
- ..... 11. ไม่มีปัญหา
- ..... 12. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวปฐมรัตน์ ชิวปรีชา

วัน เดือน ปีเกิด

23 สิงหาคม 2521

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2537-2539

มัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนสตรีศรีน่าน จังหวัดน่าน

พ.ศ. 2539-2542

ปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2543 – ปัจจุบัน

ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service )

บริษัท สยามมันดาเลย์ จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved