ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม ☐☐☐

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาข้อมูลการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาท่านโปรดให้ข้อมูลสอดคล้องกับข้อเท็จจริงมากที่สุด และขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวศศิประภา ดวงสุรินทร์ ผู้ศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. อายุ
   - ☐ 1. น้อยกว่า 20 ปี
   - ☐ 2. 20 – 30 ปี
   - ☐ 3. 31 – 40 ปี
   - ☐ 4. 41 – 50 ปี
   - ☐ 5. 51 – 60 ปี
   - ☐ 6. มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
2. สถานภาพ
   - ☐ 1. โสด
   - ☐ 2. สมรส
   - ☐ 3. หย่าร้าง / หม้าย
   - ☐ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ระดับการศึกษา
   - ☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
   - ☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
   - ☐ 3. อนุปริญญา หรือ ปวส.
   - ☐ 4. ปริญญาตรี
   - ☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
   - ☐ 1. น้อยกว่า 10,000 บาท
   - ☐ 2. 10,000 – 20,000 บาท
   - ☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท
   - ☐ 4. มากกว่า 30,000 บาท
5. อาชีพ
   - ☐ 1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
   - ☐ 2. ลูกจ้างบริษัทเอกชน
   - ☐ 3. นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ
   - ☐ 4. นักเรียน / นักศึกษา
   - ☐ 5. แม่บ้าน
   - ☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

6. ปัจจุบันท่านเลือกใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ผลิตภัณฑ์แต่งหน้า เช่น แป้งผัดหน้า ลิปสติก (Make up)

☐ 2. ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เช่น โลชั่น โทนเนอร์ ครีมบำรุงผิวหน้า (Skin Care)

☐ 3. ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม เช่น แชมพู ครีมนวดผม (Hair Care)

☐ 4. ผลิตภัณฑ์ใช้ประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน(Daily Need)

☐ 5. ผลิตภัณฑ์น้ำหอม หรือ โคโลญจ์(Fragrance)

7. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติคือข้อใด

☐ 1. เชื่อมั่นในตราสินค้าและบริษัทผู้ผลิต

☐ 2. ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองหรืออาการแพ้

☐ 3. ตามกระแสนิยมที่มีการใช้กันมาก

☐ 4. มีความปลอดภัย ไม่มีสารที่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง

8. ท่านได้รับอิทธิพลจากสื่อประเภทใดในการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. โทรทัศน์ ☐ 2. หนังสือพิมพ์

☐ 3. นิตยสารหรือแคตตาล็อค ☐ 4. ป้ายโฆษณา

☐ 5. อินเตอร์เน็ต ☐ 6. สมาชิกสาวมิสทีน

☐ 7. การพูดปากต่อปาก(Word of Mouth) ☐ 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมากที่สุด

☐ 1. เพื่อน ☐ 2. ตัวเอง

☐ 3. ครอบครัว ☐ 4. สมาชิกสาวมิสทีน

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. จำนวนเงินเฉลี่ยที่ท่านซื้อเครื่องสำอางที่มีสารสกัดจากธรรมชาติต่อครั้ง

☐ 1. ต่ำกว่า 500 บาท ☐ 2. 500 – 1,000 บาท

☐ 3. 1,001 – 1,500 บาท ☐ 4. มากกว่า 1,500 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

11. โอกาสใดที่ท่านจะซื้อเครื่องสำอางที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

☐ 1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด ☐ 2. มีผลิตภัณฑ์ออกใหม่

☐ 3. ช่วงลดราคาหรือแถมสินค้า ☐ 4. มีการโฆษณาที่น่าสนใจ

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมานานกี่ปีแล้ว

☐ 1. น้อยกว่า 6 เดือน ☐ 2. 6 เดือน - 1 ปี

☐ 3. 1 ปี 1 วัน – 2 ปี ☐ 4. 2 ปีขึ้นไป

13. ปกติท่านซื้อเครื่องสำอางมีสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติบ่อยแค่ไหน

☐ 1. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ☐ 2. 1 ครั้งต่อเดือน

☐ 3. 2 ครั้งต่อเดือน ☐ 4. 3 ครั้งต่อเดือน

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านซื้อเครื่องสำอางมีสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติจากแหล่งใด

☐ 1. เว็บไซค์ ☐ 2. สั่งซื้อทางแค็ตตาล็อค

☐ 3. ห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้า ☐ 4. สมาชิกสาวมีสทีน

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมากน้อยเพียงใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในแต่ละปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ตราสินค้ามีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก					
2. สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ไม่มีสารอันตราย					
3. บรรจุภัณฑ์สวยงาม					
4. มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ					
5. สีของผลิตภัณฑ์กับแคตตาล็อคตรงกัน					
6. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความเสียหายจากการขนส่ง					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านราคา					
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
3. มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน					
4. ราคาถูกเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น					
5. ราคามีความแน่นอน ไม่เปลี่ยนแปลง					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
การจัดจำหน่าย					
1. สามารถเลือกเวลาในการรับสินค้าได้					
2. ได้รับสินค้าเร็วเมื่อทำการสั่งซื้อ					
3. สะดวกในการชำระเงิน					
4. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. แคตตาล็อคมีความน่าสนใจ					
2. มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ					
3. มีการแจกสินค้าทดลองใช้					
4. มีการลดราคา มีของแถม					
5. สะดวกในการรับเปลี่ยนกรณีสินค้ามีปัญหา					
6. มีเครดิตในการชำระเงินนาน					
7. สาวมิสทีนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี					
8. การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีความน่าสนใจ					
9. เป็นผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ					
10. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม					
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อเครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ

ท่านคิดว่าปัญหาต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมากน้อยเพียงใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในแต่ละปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญ

ประเมินปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางมิสทีนที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ได้รับสินค้าไม่ครบถ้วนเมื่อทำการสั่งซื้อ					
2. ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมของสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้					
3. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
4. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการรับรองจากสถาบันใด					
5. วิธีใช้ยุ่งยาก					
6. ไม่ระบุส่วนผสมของเครื่องสำอางที่ชัดเจน					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านราคา					
1. ราคาผิดพลาดจากการคำนวณส่วนลด					
2. ราคาผลิตภัณฑ์มีหลากหลาย ทำให้เกิดความสับสน					
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
การจัดจำหน่าย					
1. การกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง					
2. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย					
3. การแสดงสินค้า ณ จุดขาย ไม่มีความน่าสนใจ					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. แคตตาล็อคมีมากเกินไป ทำให้เกิดความสับสน					
2. สินค้าทดลองใช้มีปริมาณน้อยเกินไป ไม่ทันเห็นผล					
3. รอบระยะเวลาการสั่งซื้อไม่มีความเหมาะสม					
4. ส่วนลดที่ได้รับน้อยเกินไป ไม่เหมาะสม					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

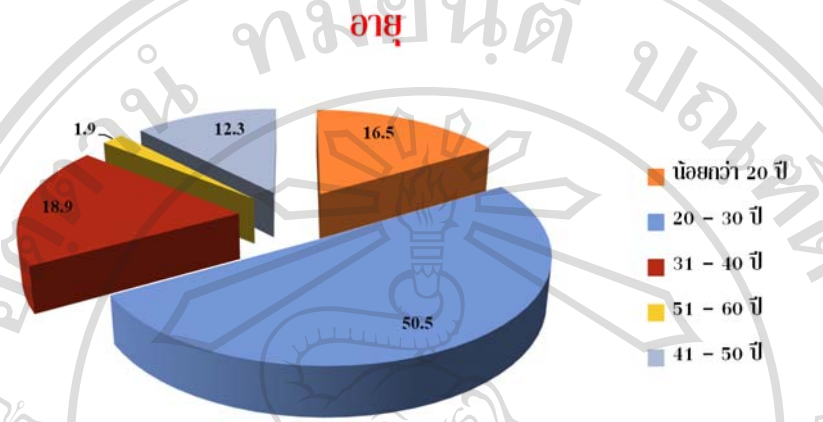
.....

.....

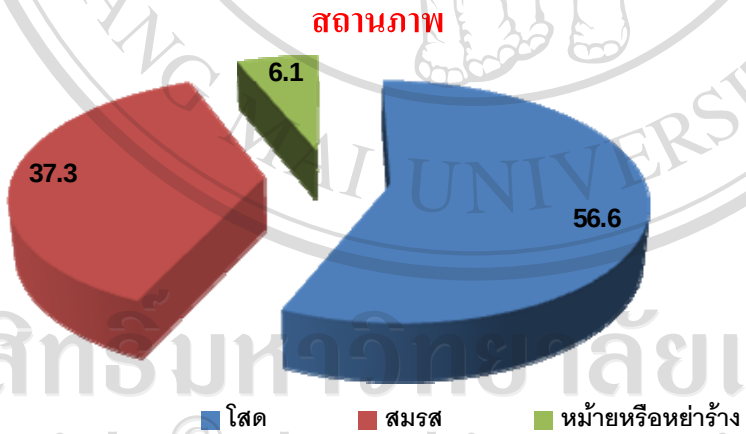
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

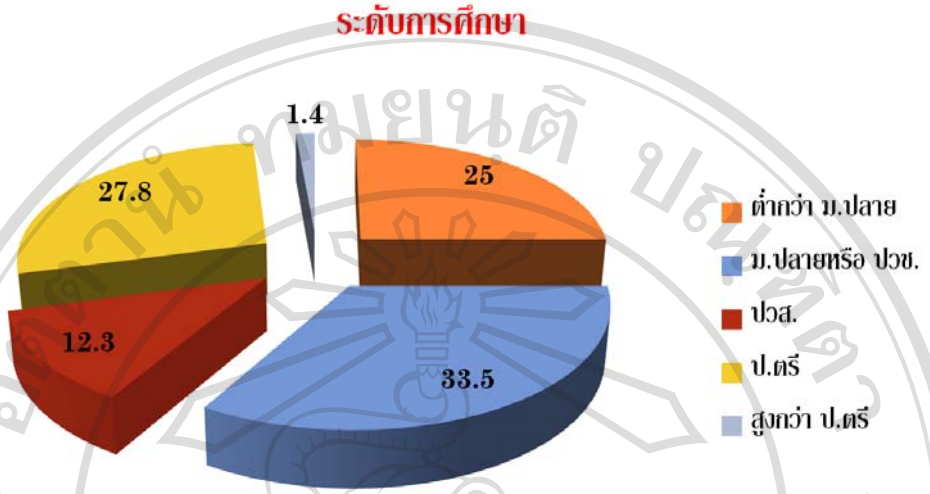


กราฟที่ 2 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

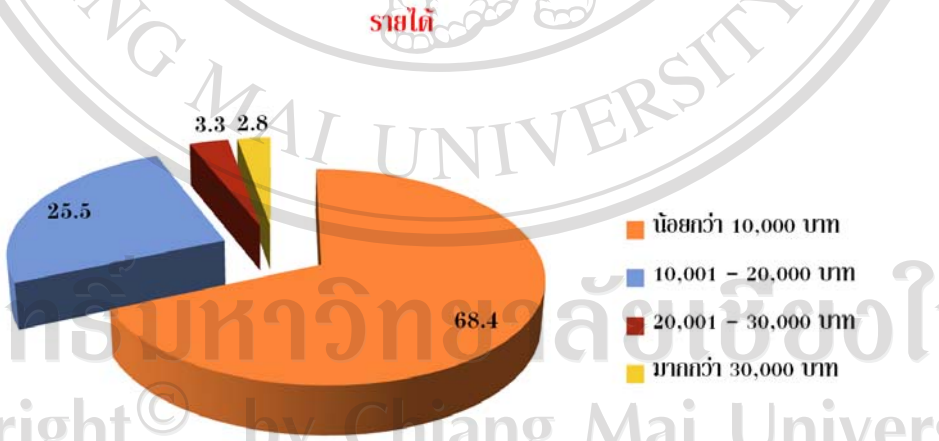


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 3 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

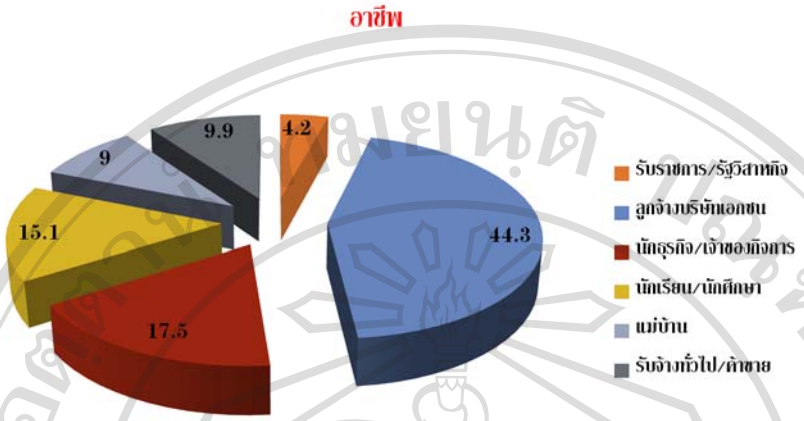


กราฟที่ 4 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

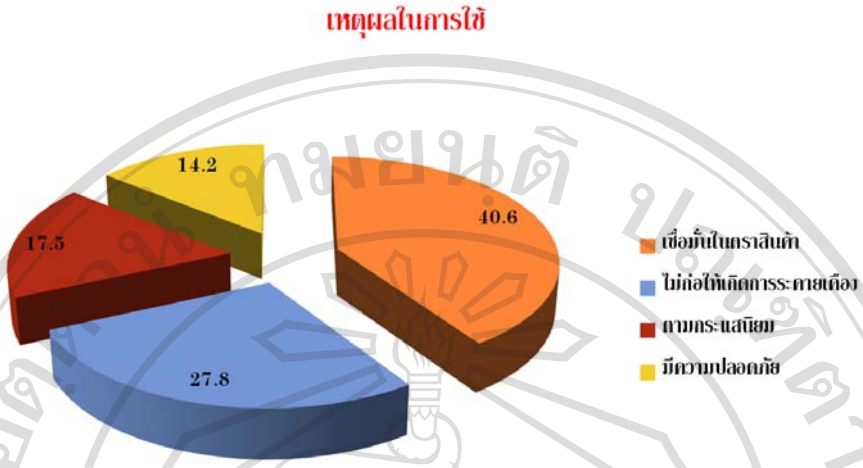
กราฟที่ 5 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ



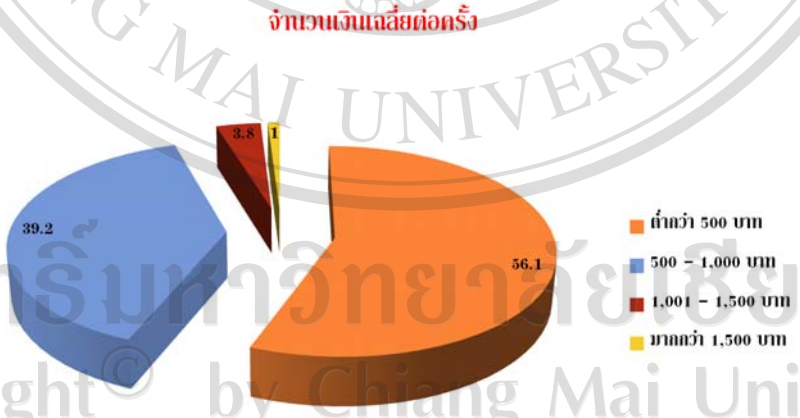
กราฟที่ 6 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเครื่องสำอางที่ใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 7 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการใช้เครื่องสำอาง

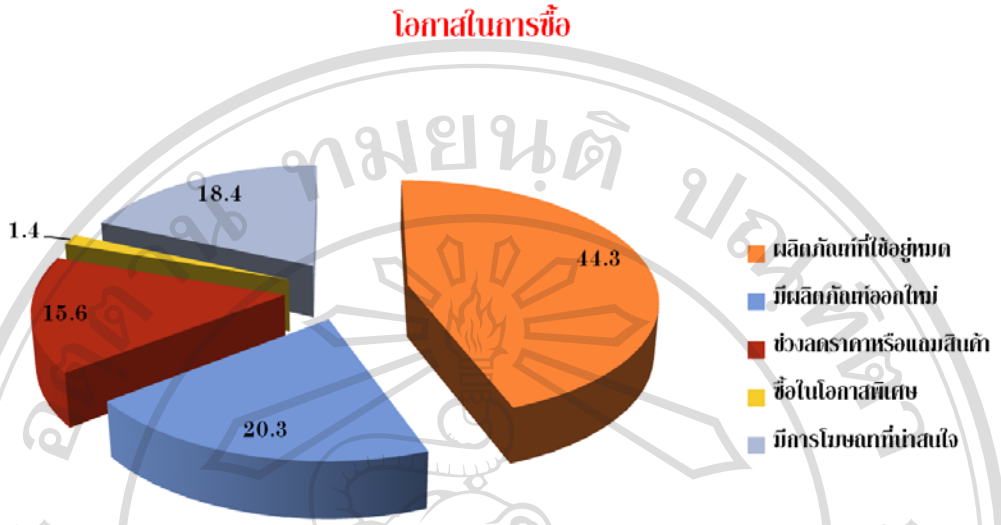


กราฟที่ 8 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อเครื่องสำอาง

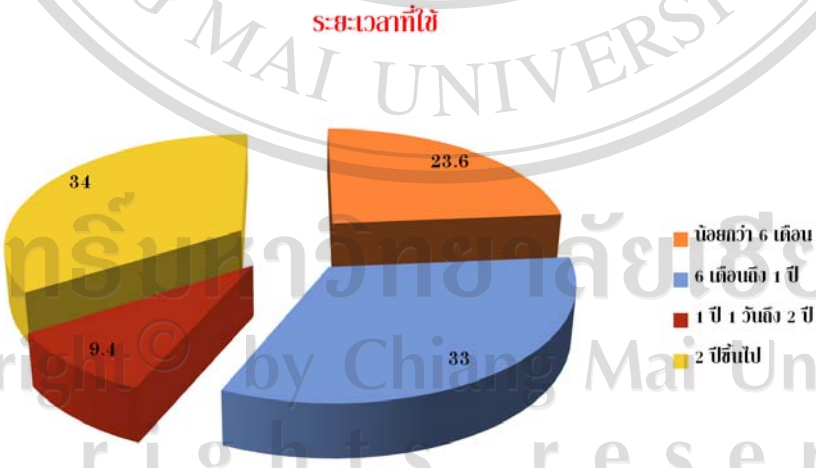


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 9 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อ

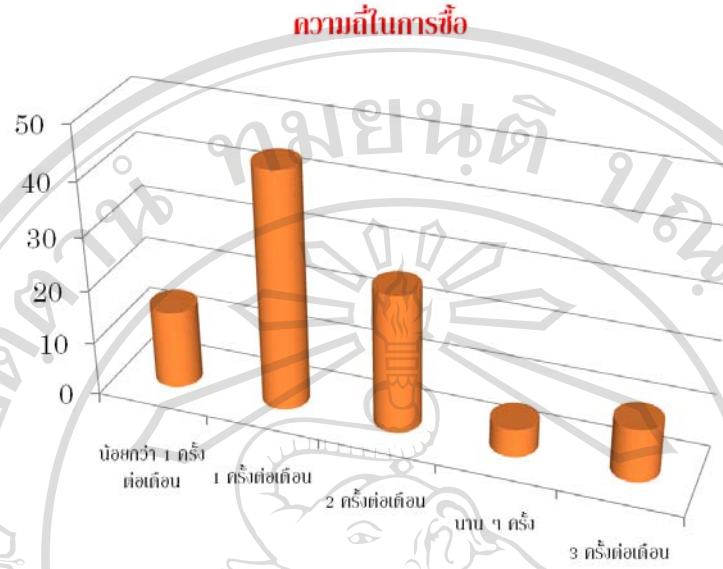


กราฟที่ 10 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้

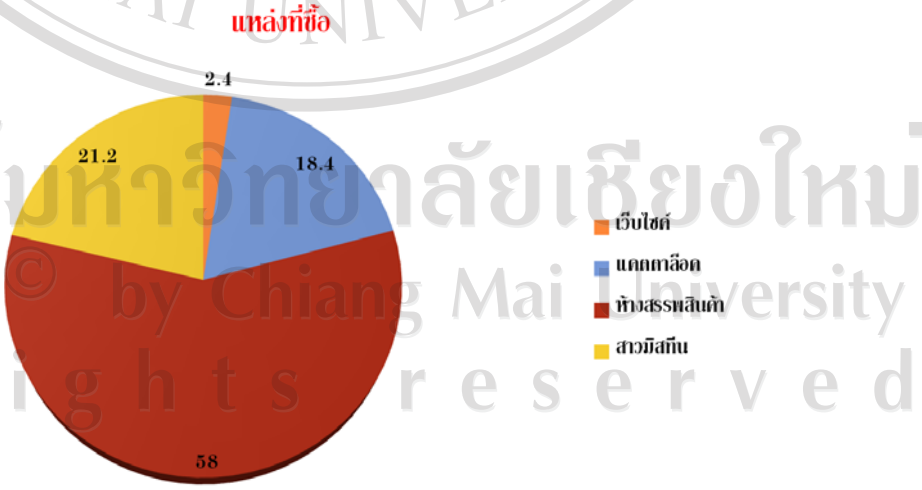


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 11 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ

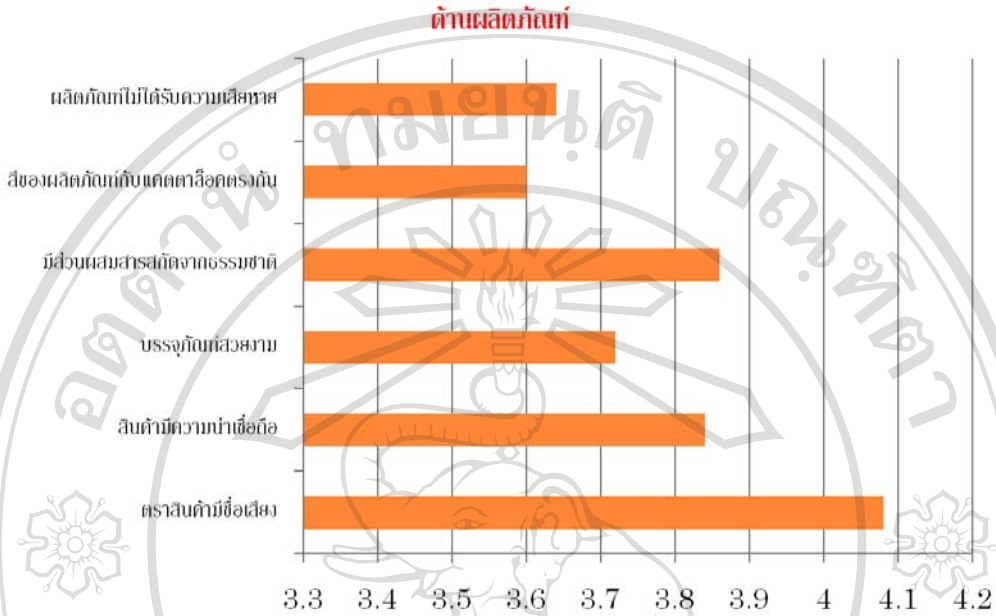


กราฟที่ 12 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อ

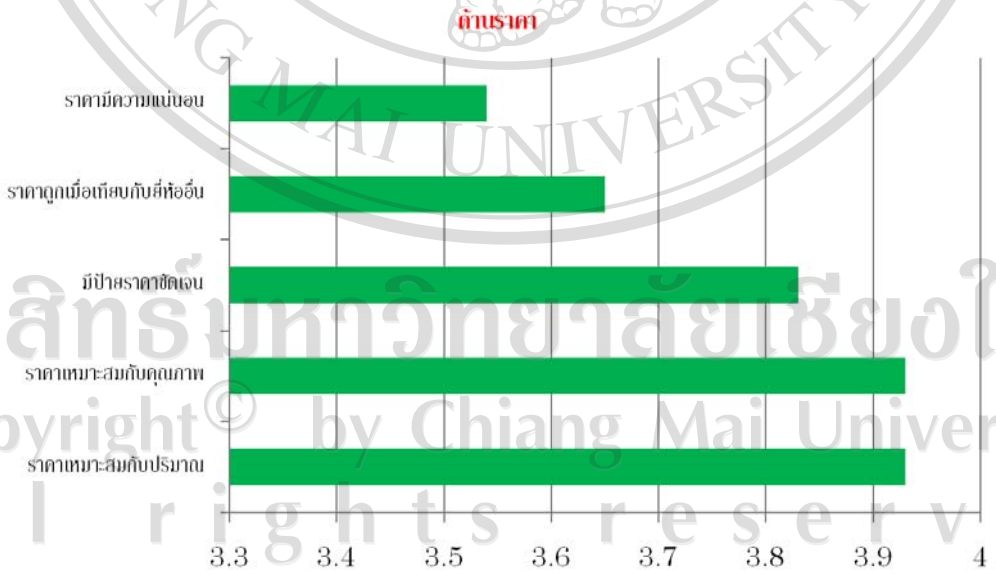


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 13 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

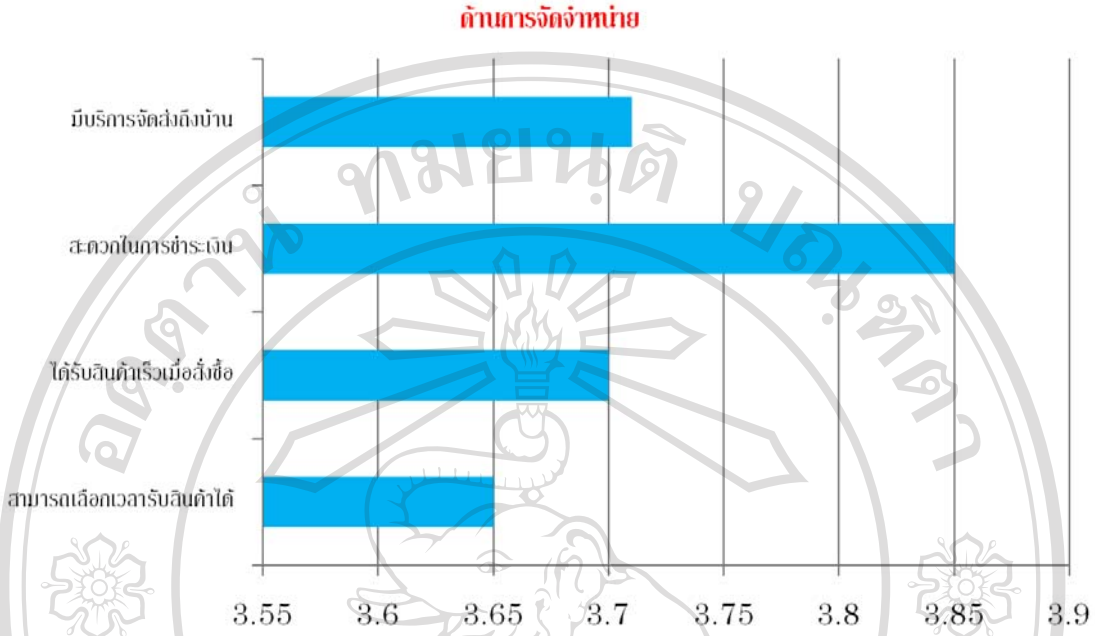


กราฟที่ 14 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา

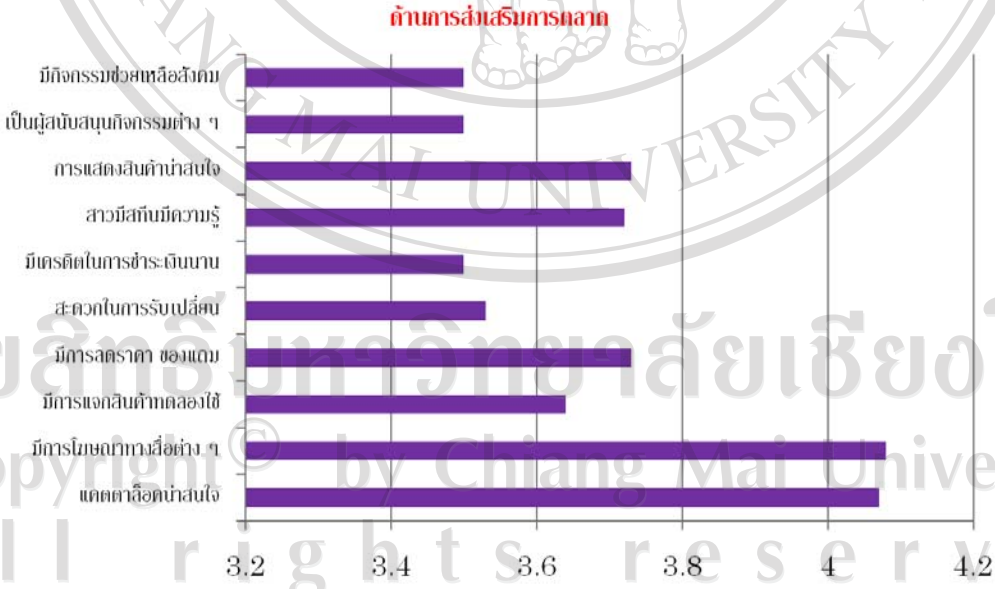


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 15 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

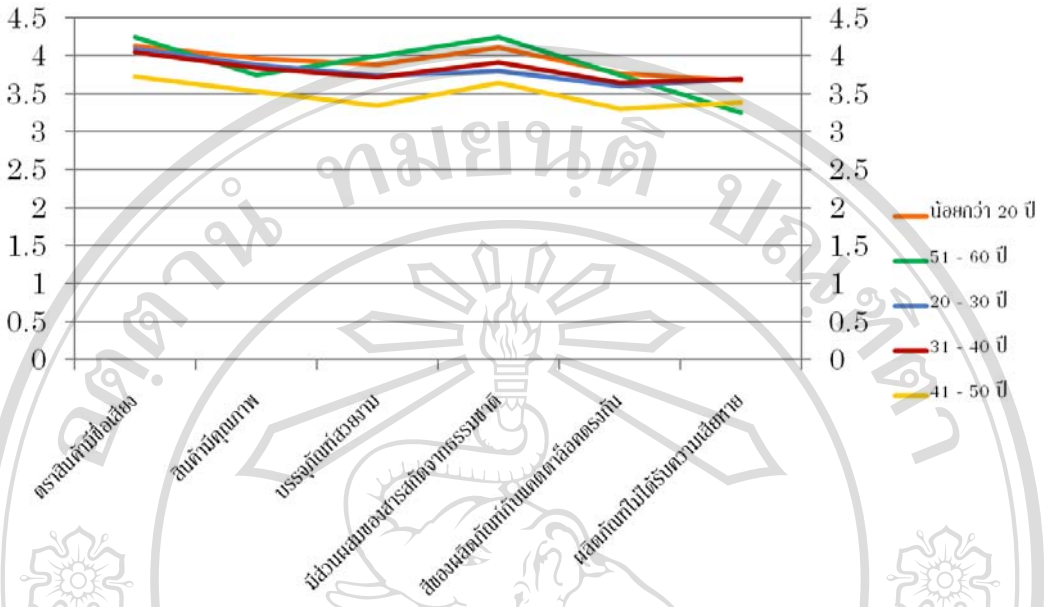


กราฟที่ 16 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

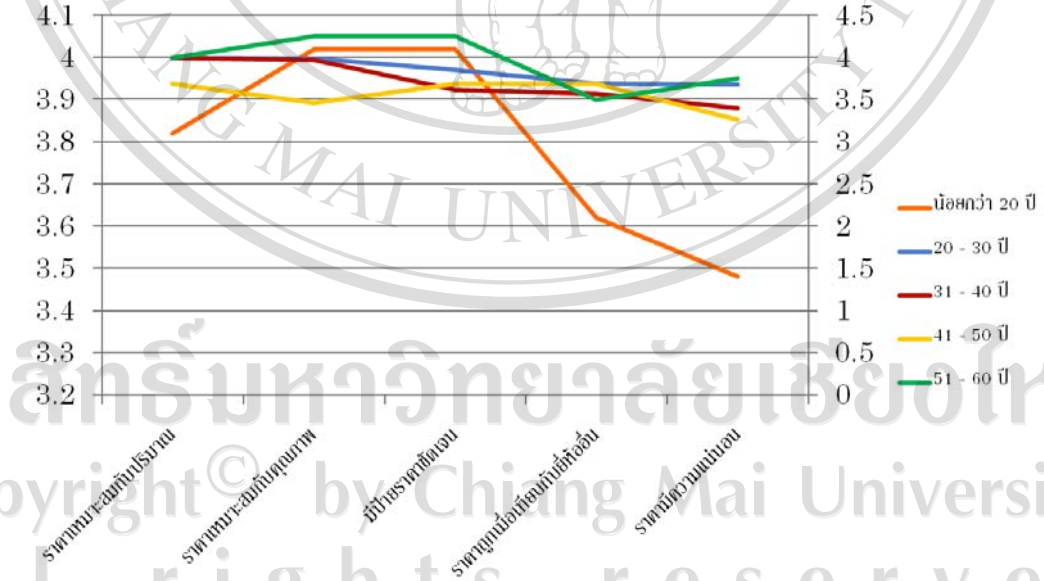


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 17 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ ด้านผลิตภัณฑ์

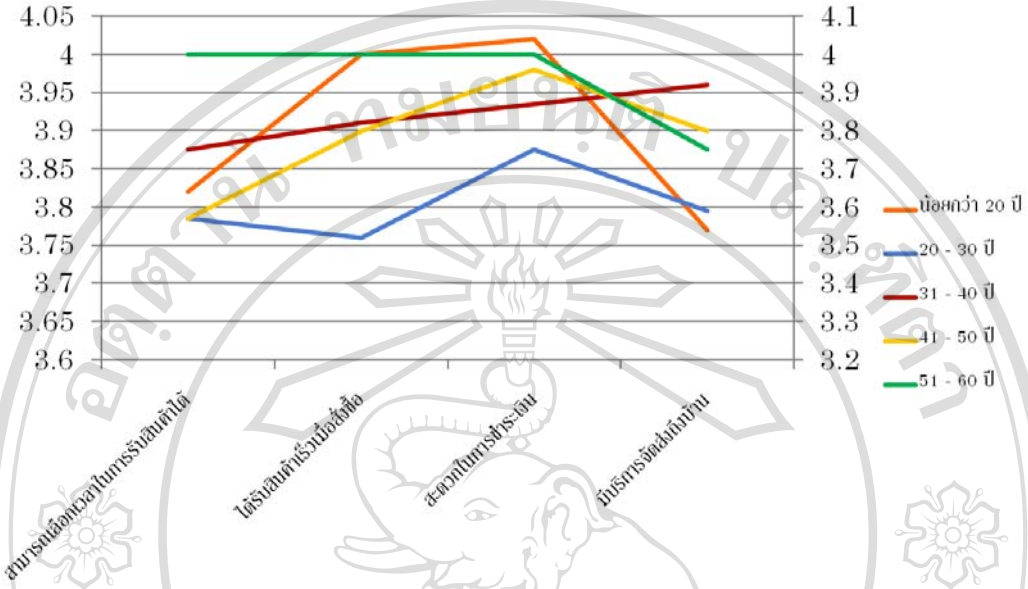


กราฟที่ 18 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ ด้านราคา

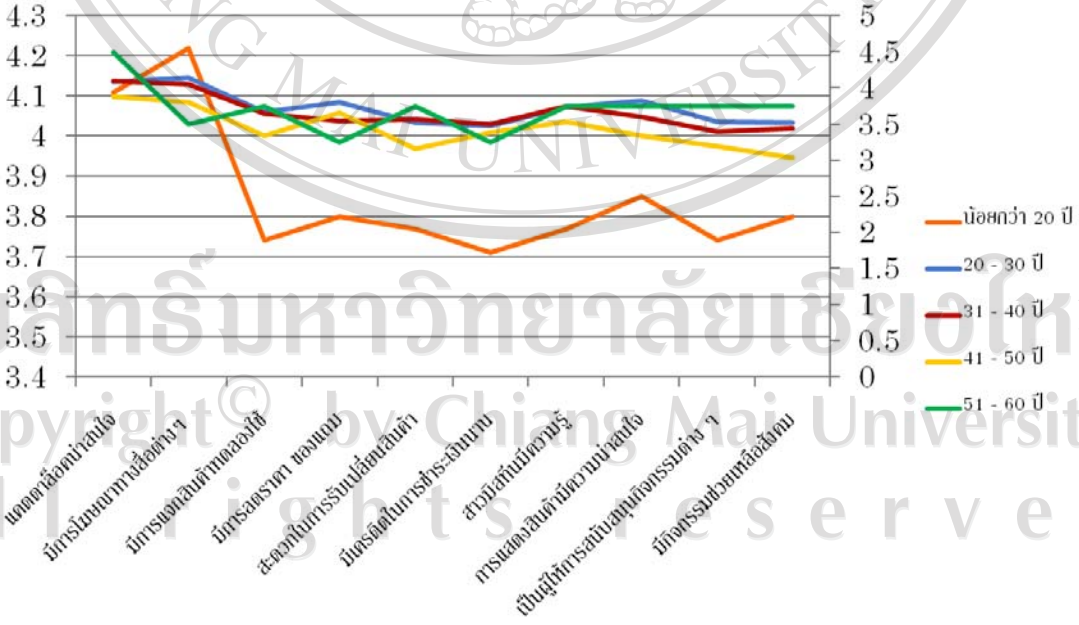


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 19 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ ด้านการจัดจำหน่าย

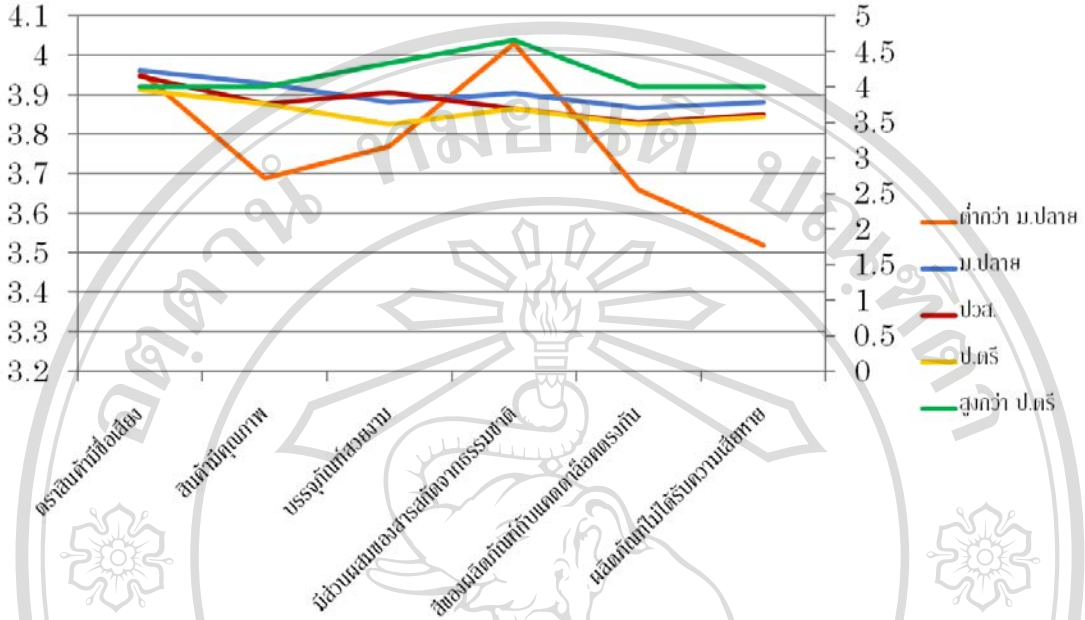


กราฟที่ 20 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ ด้านการส่งเสริมการตลาด

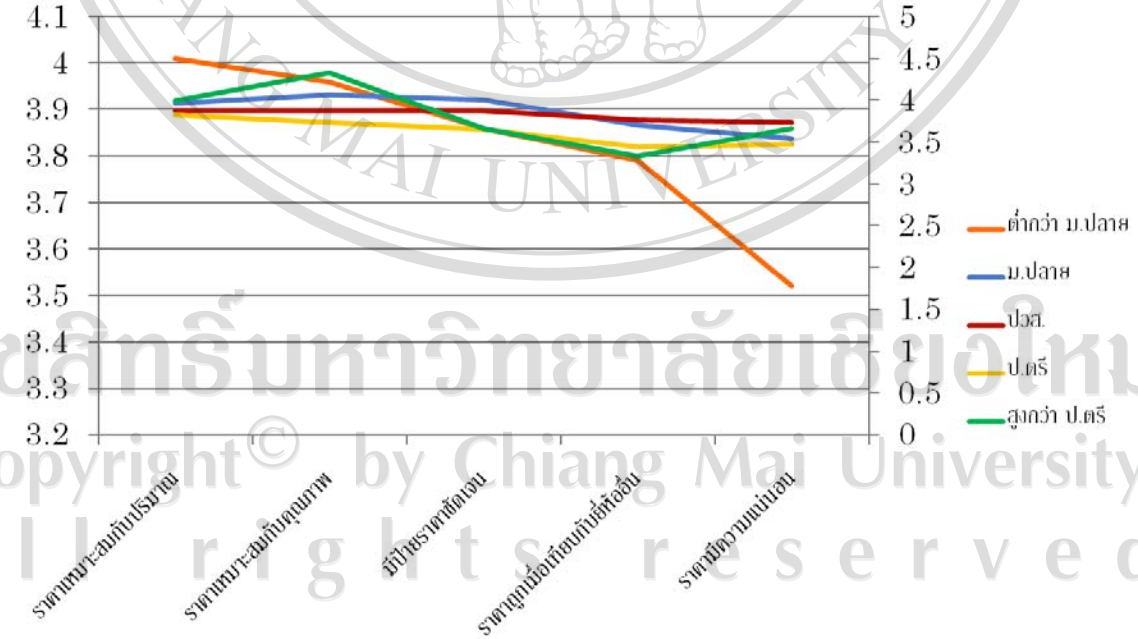


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 21 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์

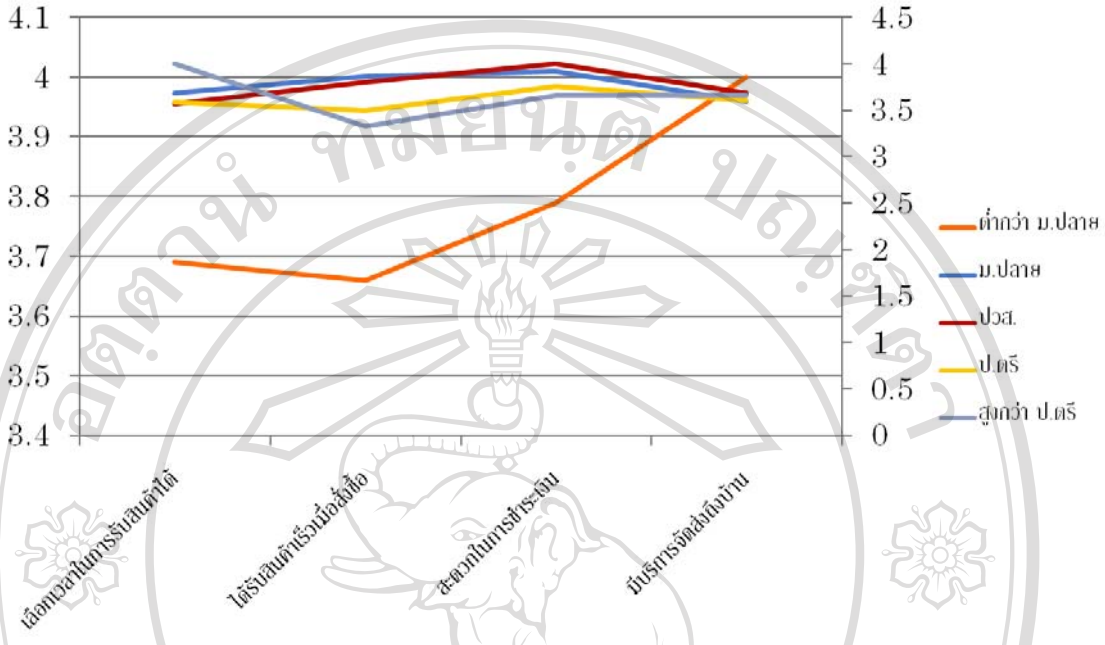


กราฟที่ 22 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านราคา

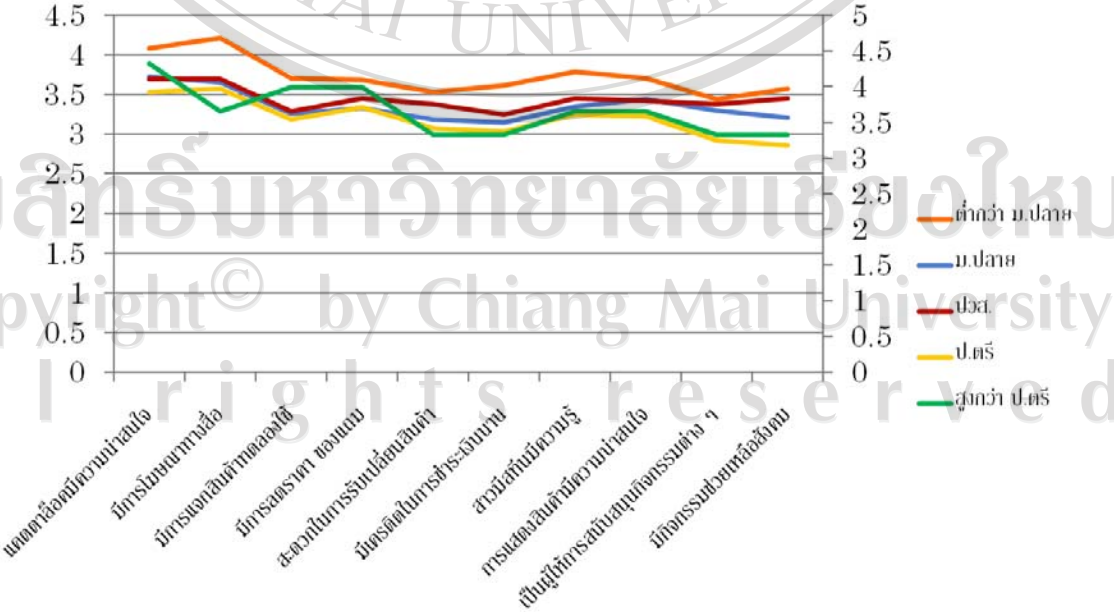


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 23 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการจัดจำหน่าย

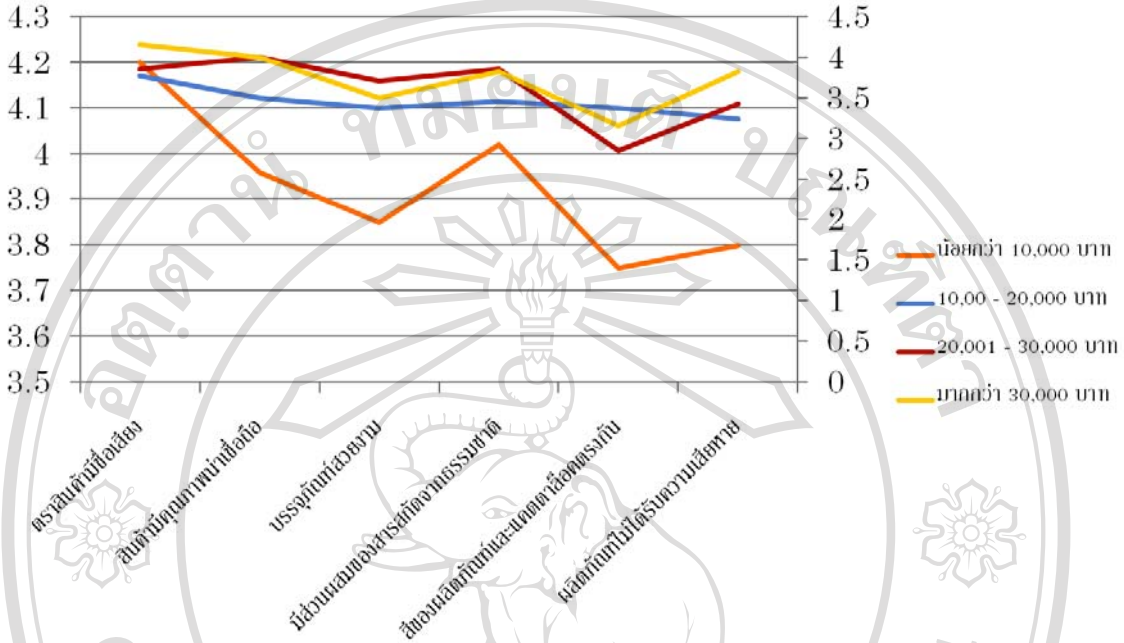


กราฟที่ 24 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด

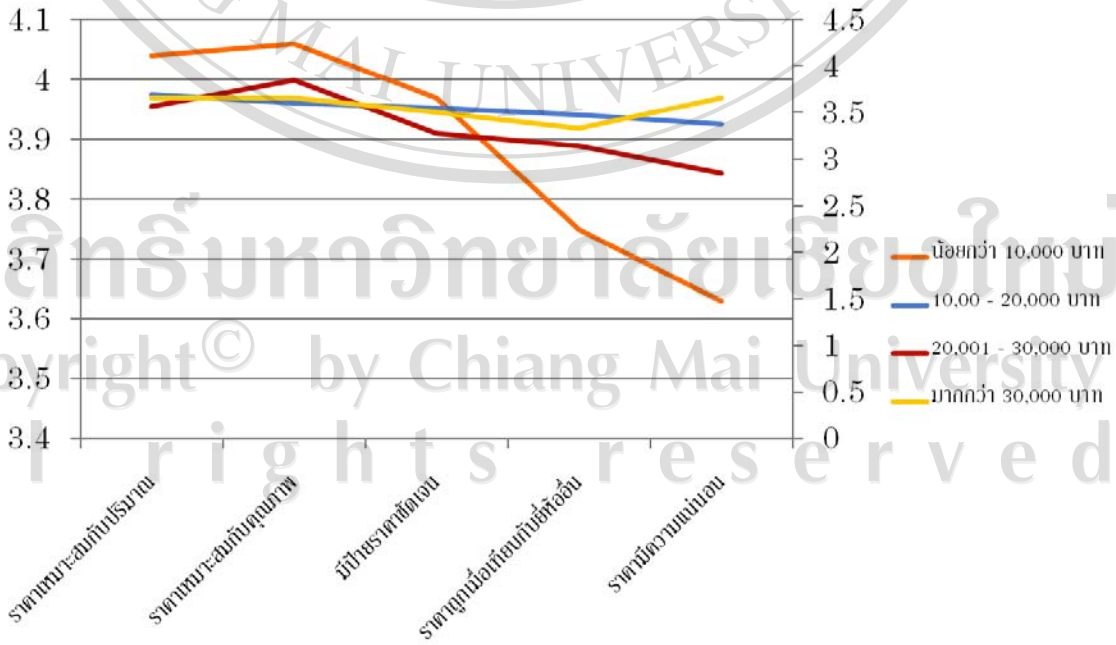


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 25 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์

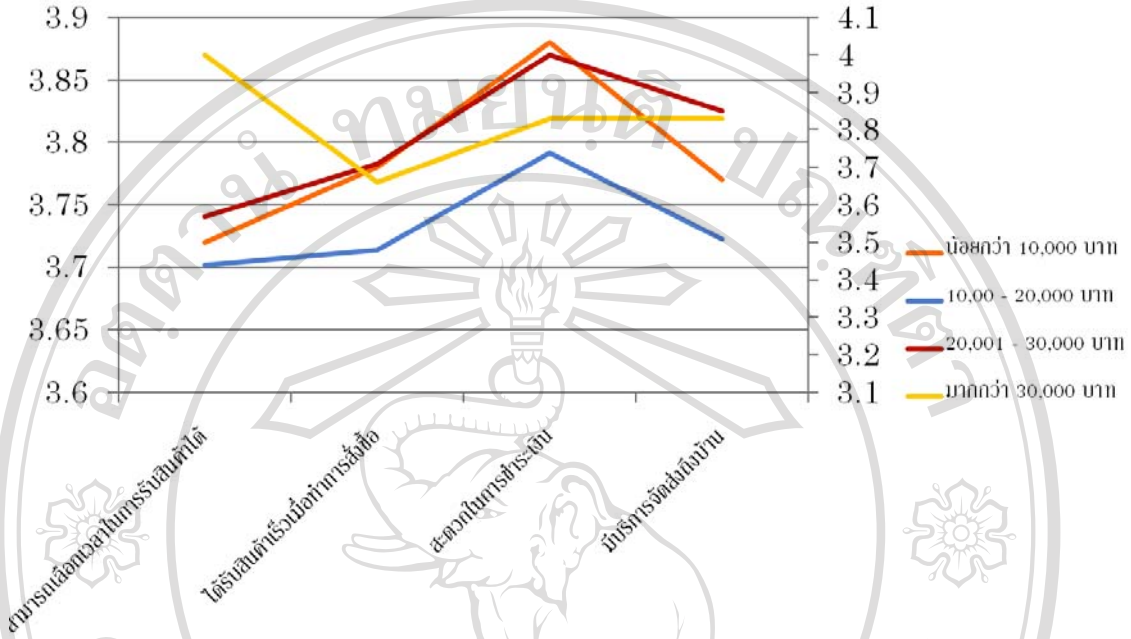


กราฟที่ 26 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านราคา

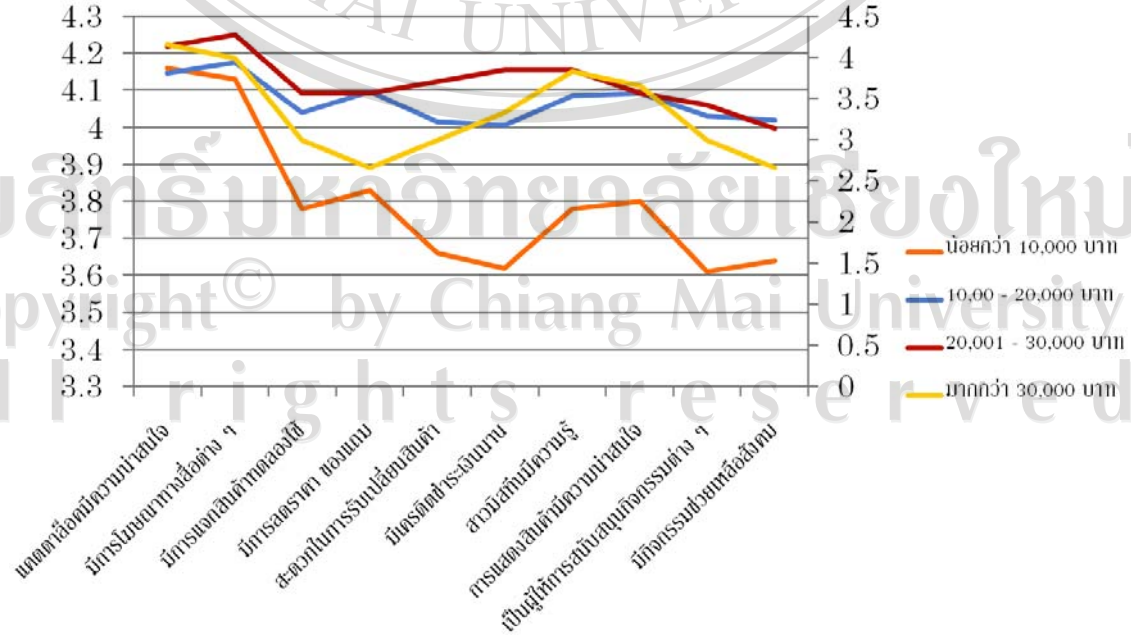


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 27 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการจัดจำหน่าย

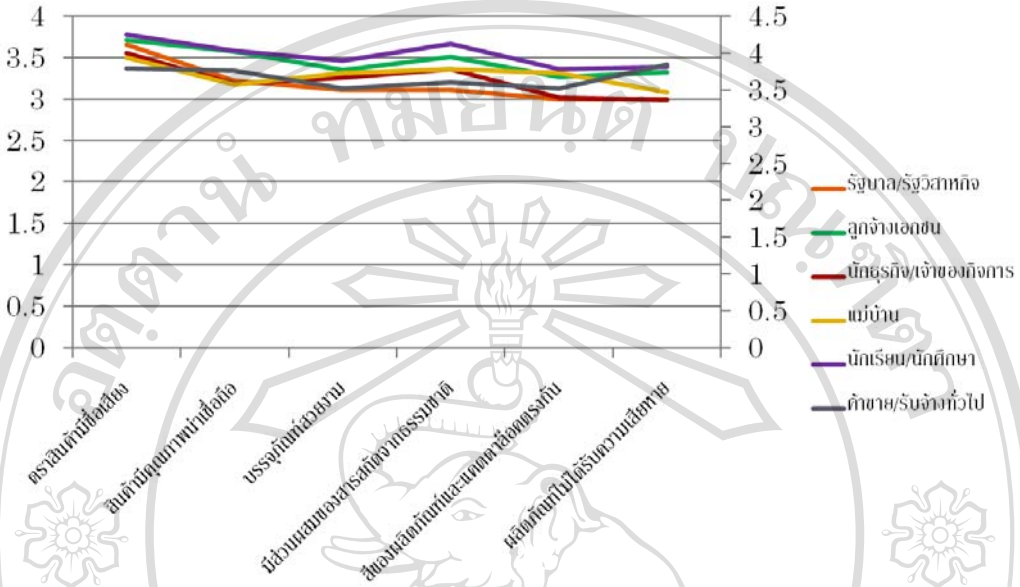


กราฟที่ 28 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด

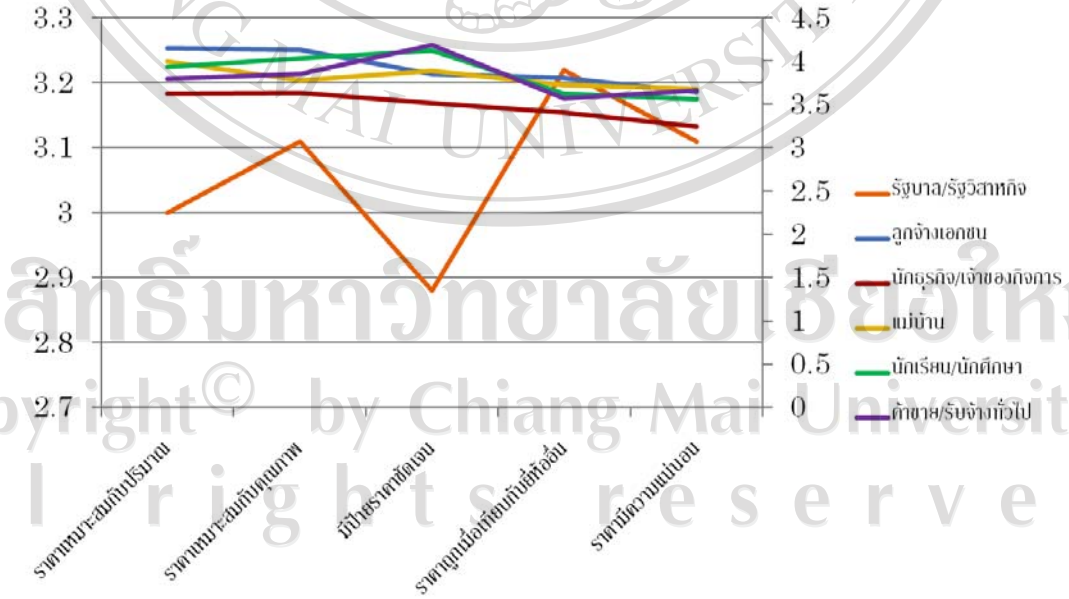


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 29 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ด้านผลิตภัณฑ์

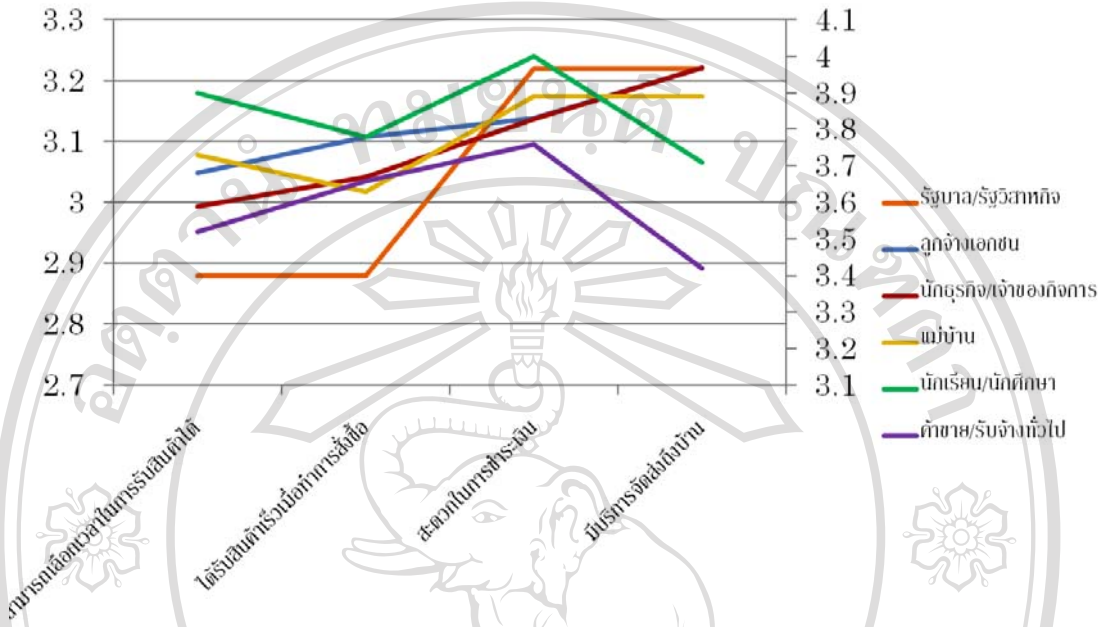


กราฟที่ 30 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ด้านราคา

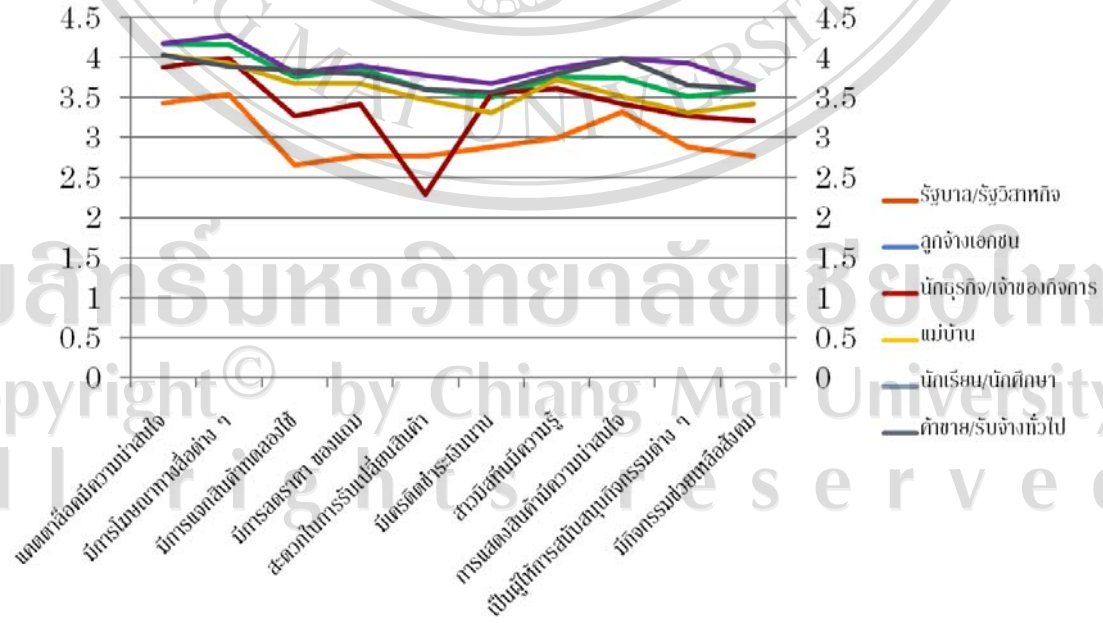


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 31 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ด้านการจัดจำหน่าย

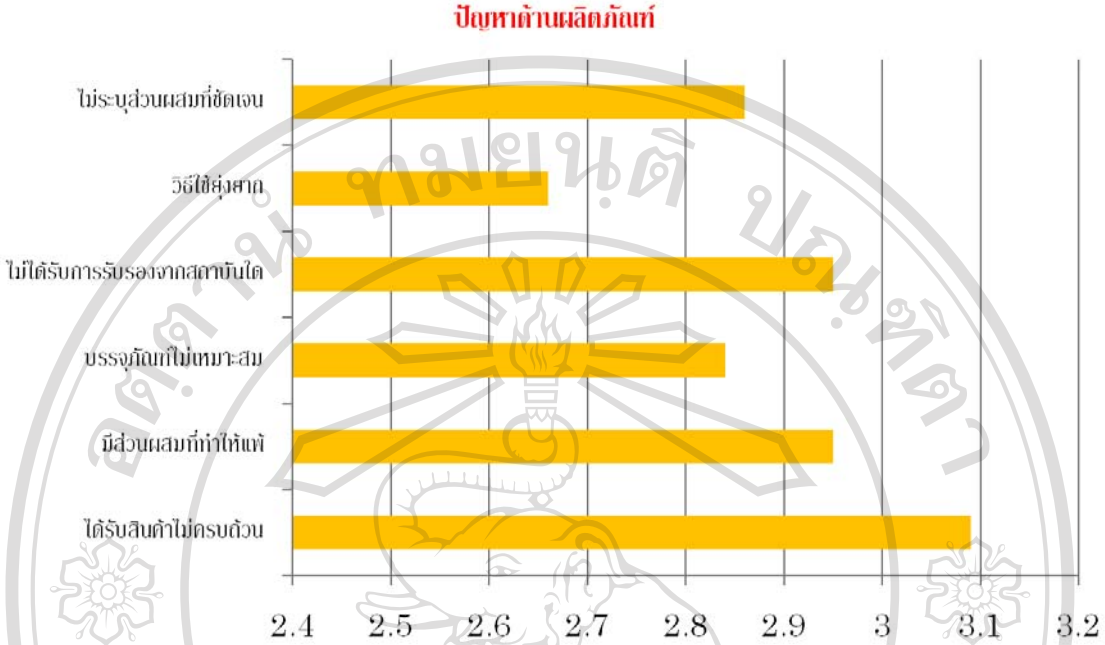


กราฟที่ 32 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ด้านการส่งเสริมการตลาด

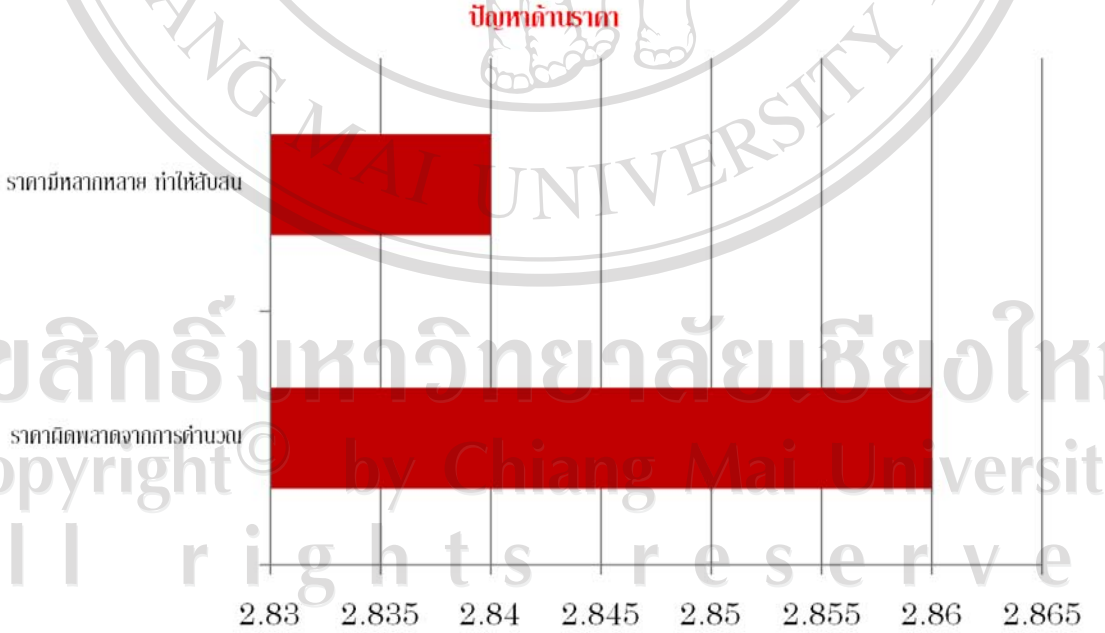


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 33 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

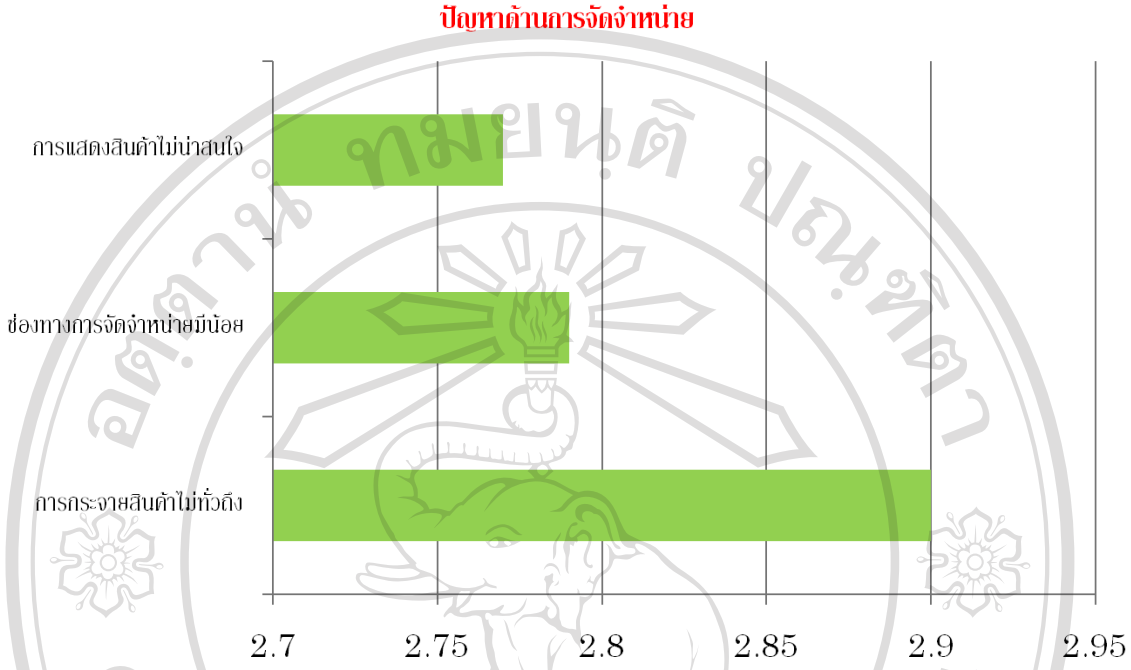


กราฟที่ 34 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามปัญหาด้านราคา

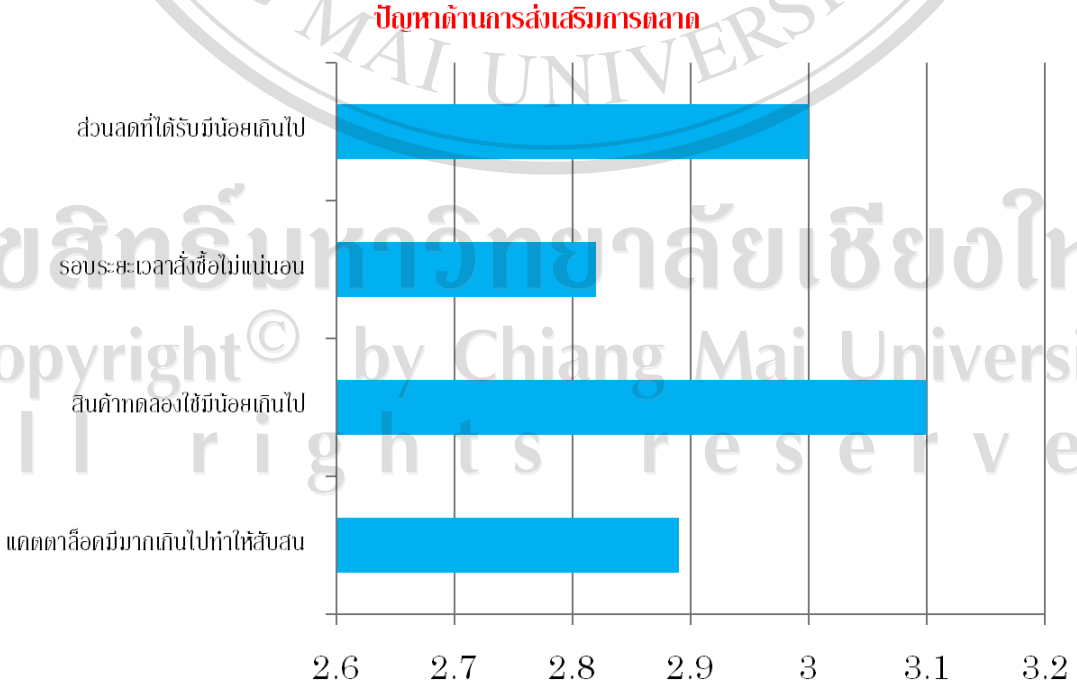


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กราฟที่ 35 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย



กราฟที่ 36 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศศิประภา ดวงสุรินทร์
วัน เดือน ปีเกิด	6 เมษายน พ.ศ. 2517
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแม่แตง เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2536
	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2540
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2544 – ปัจจุบัน บริษัท เบทเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง ผู้อำนวยการเขตเชียงใหม่
	พ.ศ. 2540 – 2543 บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ตำแหน่ง พนักงานขายประกันชีวิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved