



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิชา การค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ราคาอยุ่ค่า ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

ข้อมูลที่ได้จากท่านจะนำไปวิเคราะห์ และเสนอในภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ปรีชา มินาค

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่อง  หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกตอบข้อละ 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 ปี ขึ้นไป

## 4. อาชีพหลักของท่าน

1.  นักเรียน/นักศึกษา                                      2.  รับราชการ  
3.  ประกอบธุรกิจส่วนตัว                                      4.  รัฐวิสาหกิจ  
5.  พนักงานบริษัทเอกชน                                      6.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 5. รายได้ต่อเดือน/คน

1.  ต่ำกว่า 5,000 บาท                                      2.  5,001-15,000 บาท  
3.  15,001 – 25,000 บาท                                      4.  25,001 – 35,000 บาท  
5.  มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

## 6. ระดับการศึกษาสูงสุด

1.  ประถมศึกษา                                      2.  มัธยมศึกษา                                      4.  ปวช.- ปวส.  
5.  ปริญญาตรี                                      6.  ปริญญาโทหรือสูงกว่า

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำ

1. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำ บ่อยแค่ไหน (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)
  1.  ทุกวัน
  2.  1 ครั้ง / สัปดาห์
  3.  2-3 ครั้ง / สัปดาห์
  4.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำ ช่วงเวลาใด (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)
  1.  ช่วงเวลา 7.00-12.00 น.
  2.  ช่วงเวลา 12.00-16.00 น.
  3.  ช่วงเวลา 16.00-20.00 น.
  4.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  เชื่อมั่นในคุณภาพ
  2.  ราคาไม่แพง
  3.  การโฆษณา
  4.  มีสินค้าหลากหลาย
  5.  อยากทดลอง
  6.  มีผู้อื่นแนะนำ
  7.  หาซื้อได้ง่าย
  8.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำ (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)
  1.  เพื่อน ๆ
  2.  คู่สมรส
  3. ญาติพี่น้อง
  4.  พนักงานขาย
  5.  ตัวท่านเอง
  6.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ราคาทองคำจากสถานที่ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  ร้านทองคำสาขาสุเทพเชียงใหม่
  2.  ร้านทองคำสาขานามบินเชียงใหม่
  3.  ร้านสะดวกซื้อ 7 - 11
  4.  ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต
  5.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. ท่านมีวิธีการเลือกซื้อสินค้าราคาทองคำอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  ดูจากราคา
  2.  ดูจากขนาด
  3.  ลักษณะการบรรจุ
  4.  เปรียบเทียบราคา
  5.  พิจารณาจากความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์
  6.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าราคาทองคำแต่ละครั้งโดยประมาณ
  1.  ต่ำกว่า 300 บาท
  2.  300 - 500 บาท
  3.  501 - 1,000 บาท
  4.  1,001 - 2,000 บาท
  5.  มากกว่า 2,000 บาท
8. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าราคาทองคำอย่างไร
  1.  การบอกต่อ
  2.  โฆษณาในสื่อโทรทัศน์
  3.  โฆษณาในสื่อวิทยุ
  4.  แผ่นป้ายโฆษณา
  5.  เอกสารแนะนำสินค้าทองคำ
  6.  อินเทอร์เน็ต
  7.  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 9. สินค้าราคาโดยคำที่ท่านซื้อได้แก่ (ตอบได้มากกว่าข้อ)

สินค้าราคาโดยคำ	ไม่เคยซื้อ	ซื้อ	
		ซื้อเพื่อบริโภคนเอง	ซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก
1. เครื่องดื่มสมุนไพรชนิดแห้ง			
2. ผักผลไม้กรอบ			
3. ข้าวเกรียบ			
4. กระจาสารพัดผักผลไม้			
5. งาคำป่น			
6. รำข้าวสาทิป่น			
7. บี๊วคอง			
8. ลูกอมสมุนไพร			
9. น้ำพริกเผ้าญพิซ			
10. ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (เช่น ขนมปัง มูสลี่บาร์)			
11. สินค้าราคาโดยคำอื่น ๆ (สลัด, ผักผลไม้)			

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ราคาคำในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด) โดยให้ทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่ามีผลในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการมีผลในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความสะอาด					
2. มีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ					
3. ความสวยงามของภาชนะบรรจุ					
4. มีหลายขนาดให้เลือก					
5. บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้					
6. ความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร					
7. ตราสินค้า					
8. มีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพสินค้า					

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ทรายคอกต้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด) โดยให้ทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่ามีผลในการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการมีผลในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
9. มีข้อมูลรายละเอียด					
10. สินค้ามีความหลากหลาย					
11. ความสดใหม่ของสินค้า					
12. ไม่มีสารพิษ					
13. ไม่ใส่วัตถุกันเสีย					
14. คุณภาพของสินค้า					
15. มีบริการขนส่งถึงบ้าน					
16. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านราคา</b>					
17. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
18. มีป้ายราคาแสดงชัดเจน					
19. มีหลายราคาให้เลือก					
20. ราคาคงที่					
21. ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับราคาตลาด					
22. มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก					
23. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
24. ซื้อได้สะดวก					
25. สถานที่ใกล้แหล่งชุมชน					
26. ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า					
27. มีสินค้าวางจำหน่ายตลอดเวลา					
28. เวลาเปิด - ปิดของร้านขายสินค้า					
29. ที่จอดรถสะดวก					
30. สถานที่สะอาด					
31. จัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ค้นหาได้ง่าย					
32. สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์					

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ทรายคอกา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด) โดยให้ทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่ามีผลในการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการมีผลในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
33. ป้ายร้านค้าขนาดใหญ่ สังกัดได้ง่าย					
34. บรรยากาศในร้าน					
35. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น มหกรรมอาหาร กีฬา					
36. ให้ความช่วยเหลือ หรือตอบแทนแก่สังคม					
37. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
38. การจัดสินค้าตามเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์					
39. การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า					
40. พนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพ					
41. มีพนักงานเพียงพอ					
42. พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการแนะนำสินค้า					
43. การแจกของกำนัล ในช่วงเทศกาลต่างๆ					
44. การจัดทำเอกสารให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า					
45. การออกร้านแสดงสินค้า					
46. การโฆษณาในสื่อต่างๆ					
47. อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าราคาโดยให้ทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างข้างล่างตามหัวข้อทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่า มีปัญหาในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับของปัญหาที่มีผลในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีปัญหา 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ไม่สะอาด					
2. ไม่มี วันเดือนปี ที่ผลิต และวันหมดอายุ					
3. ภาชนะบรรจุ ไม่สวยงาม					
4. มีขนาดให้เลือกน้อย					
5. บรรจุภัณฑ์เปิด ไม่สะดวก					
6. สินค้าที่ไม่มีความแตกต่าง และ โดดเด่น					
7. ตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ					
8. ไม่มีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพสินค้า					
9. ไม่มีข้อมูลรายละเอียด					
10. สินค้าที่ไม่มีความหลากหลาย					
11. สินค้าไม่สดใหม่					
12. มีสารพิษ					
13. สินค้า ไม่มีคุณภาพ					
14. ไม่มีบริการขนส่งถึงบ้าน					
15. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านราคา</b>					
16. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
17. ไม่มีป้ายราคาแสดงชัดเจน					
18. ไม่มีหลายราคาให้เลือก					
19. ราคาไม่คงที่					
20. ราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาตลาด					
21. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
22. หาซื้อ ได้ยาก					
23. สถานที่ไกลแหล่งชุมชน					
24. ตั้งอยู่นอกศูนย์การค้า					
25. ไม่มีสินค้าวางจำหน่ายตลอดเวลา					

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตราชื่อยี่ห้อโดยให้ทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างข้างล่างตามหัวข้อทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่า มีปัญหาในการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับของปัญหาที่มีผลในการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีปัญหา 1
26. มีช่วงเวลาเปิด-ปิดที่จำกัด					
27. ที่จอดรถไม่สะดวก					
28. สถานที่ไม่สะอาด					
29. การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ					
30. ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์					
31. ป้ายร้านค้าขนาดใหญ่ สังกัดได้ง่าย					
32. บรรยากาศภายในร้านไม่ดี					
33. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
34. ไม่มีการจัดสินค้าตามเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์					
35. ไม่มีการจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า					
36. พนักงานมีอริยาบถไม่สุภาพ					
37. มีพนักงานไม่เพียงพอ					
38. พนักงานไม่มีความรู้ไม่สามารถให้บริการแนะนำสินค้าได้					
39. ไม่มีการแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลต่างๆ					
40. ไม่มีการจัดทำเอกสารให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า					
41. ไม่มีการออกร้านแสดงสินค้า					
42. ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือนิตยสาร					
43. อื่นๆ โปรดระบุ.....					



## ปัญหาเฉพาะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ปัญหาที่พบ							อื่นๆ โปรด ระบุ
	ราคาแพง	อายุการเก็บ รักษาสั้น	ดูแล สินค้าขาด	ขายน้อย	จำนวนร้าน มีสินค้า	ไม่ทราบว่า มีสินค้า	รายละเอียด ขาด	
เครื่องคั้นสมุนไพรรชนิด แห้ง								
ผักผลไม้กรอบ								
ข้าวเกรียบ								
กระยาสารทผักผลไม้								
รำข้าวสาลีปั่น								
งาคำปั่น								
บัวคอง								
น้ำพริกเผาศูนย์พิซ								
ลูกอมสมุนไพรร								
ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (เช่นขนมปัง นูสตัดบาร์)								

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นายปรีชา มีนาค

วัน เดือน ปีเกิด 20 เมษายน 2525

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย  
โรงเรียนชุมแสงชนูทิศ  
ปีการศึกษา 2543

สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต  
สาขาอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยนเรศวร  
ปีการศึกษา 2547

ประสบการณ์ 2548-2549 ผู้ช่วยวิจัย ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์  
โรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์  
มูลนิธิโครงการหลวง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved