



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของเด็กก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่”

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ เพื่อการศึกษาของ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของเด็กก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณ ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ผู้ศึกษา

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย \surd ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 1. หญิง 2. ชาย

2. อายุ

 1. 11 ปี 2. 12 ปี 3. 13 ปี 4. 14 ปี

3. อาชีพหลักของหัวหน้าครอบครัว (บิดา/มารดา หรือผู้ปกครอง)

 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2. เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว 3. พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน

 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 2. 1,001 - 2,000 บาท 3. 2,001 - 3,000 บาท 4. 3,001 - 4,000 บาท 5. มากกว่า 4,000 บาท

5. สถานศึกษาปัจจุบัน (โรงเรียน)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย

6. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

- () 1. ลูกกลิ้ง(Roll-On) () 2. ครีมน้ำแข็ง(Stick) () 3. สเปรย์(Spray)

7. ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายที่ใช้ในปัจจุบัน

- () 1. เรโซน่า () 2. วิไวท์ () 3. 12พลัส
 () 4. แอ็กซ์ () 5. นีเวีย () 6. ทรอส
 () 7. มิสทีน () 8. แอมเวย์ () 9. กิฟฟารีน
 () 10. คังเซนเคนโก () 11. เอ็กซ์ทิท () 12. จีนี่
 () 13. เอเวอร์เซ็นส์ () 14. เฟรชแอนด์คราย () 15. แคนซ์
 () 16. การ์นิเย่ () 17. อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. โดยปกติท่านใช้ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายอย่างไร

- () 1. ใช้ยี่ห้อเดียวเป็นประจำ () 2. ใช้สลับไปมา 2-3 ยี่ห้อ
 () 3. เปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อยๆ () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย

- () 1. มากกว่าหนึ่งครั้งต่อเดือน () 2. เดือนละครั้ง
 () 3. สองเดือนต่อครั้ง () 4. สามเดือนต่อครั้ง
 () 5. มากกว่าสามเดือนต่อครั้ง

10. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายในแต่ละครั้งประมาณเท่าใด

- () 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท () 2. 51 - 100 บาท
 () 3. 101 - 150 บาท () 4. 151 - 200 บาท
 () 5. 201 - 250 บาท () 6. มากกว่า 250 บาทขึ้นไป

11. จำนวนผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายที่ซื้อในแต่ละครั้ง

- () 1. หนึ่งชิ้นต่อครั้ง () 2. สองชิ้นต่อครั้ง
 () 3. สามชิ้นต่อครั้ง () 4. มากกว่าสามชิ้นต่อครั้ง

12. เพราะเหตุใดท่านจึงซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ได้รับคำแนะนำมา () 2. ลักษณะภายนอกผลิตภัณฑ์สวยงาม สะอาดตา
 () 3. กลิ่นหอม () 4. มีประสิทธิภาพระงับกลิ่นกายได้ดี
 () 5. ช่วยให้อุ่นสบาย () 6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
 () 7. หาซื้อได้ง่าย () 8. ของแถมน่าสนใจ
 () 9. มีลดราคาจากราคาปกติ () 10. ชอบผู้นำเสนอสินค้าในโฆษณา (ฟรีเซนต์เตอร์)
 () 11. ชอบโฆษณา () 12. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของท่านบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ตนเอง () 2. เพื่อน
 () 3. ผู้ปกครอง () 4. แฟน
 () 5.ญาติ/พี่น้อง () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ในการซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย ท่านไปซื้อกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ซื้อด้วยตนเอง () 2. ซื้อกับผู้ปกครอง
 () 3. ซื้อกับเพื่อน () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เมื่อของเดิมที่ใช้อยู่หมด () 2. เมื่อมีผลิตภัณฑ์ออกมาใหม่
 () 3. เมื่อของที่ใช้อยู่ไม่ถูกใจ () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. โดยปกติท่านซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายจากแห่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เซ็นทรัล/โรบินสัน
 () 2. บิ๊กซี/เทสโกโลตัส/คาร์ฟูร์
 () 3. บูธส์/วัดสัน
 () 4. ร้านขายผลิตภัณฑ์ความงามในท้องถิ่น เช่น ร้านเชียงใหม่ไคเร็กซ์,
 ร้านวินคอสเมติกส์
 () 5. ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ ทีโอพี, ริมปีง
 () 6. มินิมาร์ท เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น
 () 7. ร้านค้า/ร้านขายของชำทั่วไป
 () 8. พนักงานขายตรง เช่น พนักงานขายมิตทีน, กิฟฟารีน, แอมเวย์
 () 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. โดยทั่วไปท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายจากสื่อใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 2. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> 3. วิทยุ | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 5. นิตยสาร | <input type="checkbox"/> 6. พนักงานขาย |
| <input type="checkbox"/> 7. หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 8. แผ่นพับโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> 9. อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

18. ในอนาคตท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายยี่ห้อที่ใช้อยู่ในปัจจุบันซ้ำอีกหรือไม่

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ซื้อมั่นใจ | <input type="checkbox"/> 2. ซื้อม้างเป็นบางครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. ไม่แน่ใจ | <input type="checkbox"/> 4. อาจจะไม่ซื้อ |
| <input type="checkbox"/> 5. ไม่ซื้อมั่นใจ | |

19. ปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของท่านในระดับใด

ปัจจัย	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์					
- <u>รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย</u>					
1. รูปร่างบรรจุภัณฑ์สวยงาม ทันสมัย					
2. ฉลากบนบรรจุภัณฑ์มีสีสันสวยงาม สะอาดตา					
3. มีฉลากบอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์ อย่างชัดเจน					
4. บรรจุภัณฑ์มีขนาดกะทัดรัด พกพา สะดวก					
5. บรรจุภัณฑ์มีขนาดใหญ่					
6. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
- <u>คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย</u>					
1. ปกป้องกลิ่นกายได้ดี และยาวนาน					
2. แห้งเร็ว ไม่เหนียวเหนอะหนะ					
3. ทำให้วงแขนขาวขึ้น					
4. สามารถบำรุงผิวได้วงแขน ให้เนียน เรียบ					
5. มีกลิ่นให้เลือกหลากหลายกลิ่น					
6. ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัย	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
1. มีราคาที่เป็นมาตรฐาน					
2. ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น					
3. มีป้ายลดราคา					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่จำหน่ายตกแต่งสวยงาม ทันสมัย					
2. สถานที่จำหน่ายมีผลิตภัณฑ์ระงับ กลิ่นกายให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ					
3. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น กายเป็นสถานที่ครบครันไปซื้อของ เป็นประจำ					
4. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ สะดวกสบาย					
5. ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย					
6. สินค้าไม่ขาดตลาด					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัย	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. โฆษณาทางโทรทัศน์					
2. โฆษณาทางวิทยุ					
3. โฆษณาทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์					
4. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต					
5. ผู้นำเสนอสินค้าในโฆษณาเป็นดารา วัยรุ่น					
6. ผู้นำเสนอสินค้าในโฆษณาเป็นดารา ต่างประเทศที่มีชื่อเสียง เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น					
7. มีการจัดกิจกรรมนำเสนอสินค้า					
8. มีของแถม					
9. มีการลดราคา					
10. มีการแจกตัวอย่างทดลองใช้					
11. มีพนักงานขายแนะนำผลิตภัณฑ์					
12. มีการขายตรง					
13. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์ระดับกลิ่นกายและข้อเสนอแนะ

20. ท่านเคยประสบปัญหาใดบ้างในการซื้อผลิตภัณฑ์ระดับกลิ่นกาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. สินค้าชำรุดเสียหาย () 2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย
 () 3. หาซื้อยาก () 4. ราคาแพง
 () 5. ไม่มีสิ่งดึงดูดใจในการซื้อ () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

21. ท่านต้องการให้ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ระดับกลิ่นกาย ปรับปรุงในเรื่องใดมากที่สุด (โปรดระบุ)

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวศศิธร พัฒนเรืองกุล
วัน เดือน ปี เกิด	9 ตุลาคม พ.ศ. 2525
ประวัติการศึกษา	
2539	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนคาราวินาลัย จังหวัดเชียงใหม่
2542	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนคาราวินาลัย จังหวัดเชียงใหม่
2547	สำเร็จการศึกษาเกศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับสอง) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	
2548 - 2549	เภสัชกร ประจำโรงพยาบาลราชเวช จังหวัดเชียงใหม่
2549 - ปัจจุบัน	เภสัชกร ประจำโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่