



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปใช้ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การซื้อสินค้าที่ใช้ตราของผู้จำหน่าย (เฮาส์แบรนด์) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ” สำหรับ ทำการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (จังหวัดสมุทรสาคร) ผู้ทำการศึกษาขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

กรุณาระบุคำตอบโดยใส่เครื่องหมาย / หน้าข้อซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

#### คำถามคัดกรอง

ท่านเคยซื้อสินค้าเฮาส์แบรนด์หรือไม่

- ( ) 1. เคย ( ) 2. ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

สินค้าเฮาส์แบรนด์ หมายถึง สินค้าที่ใช้ตราของผู้จำหน่าย เช่น ติงซู น้ำยาล้างจาน น้ำดื่ม ตราของ เทสโก้, ตราคั่วกาแฟของเทสโก้โลคัส ตราลีดเดอร์ไฟรซ์ของบิกซี และ ตราคาร์ฟูร์ ของคาร์ฟูร์ เป็นต้น

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง ( ) 3. อื่นๆ

2. อายุ

- ( ) 1. 15-24 ปี ( ) 2. 25-34 ปี ( ) 3. 35-44 ปี

- ( ) 4. 45-54 ปี ( ) 5. 55-64 ปี ( ) 6. 65ปีขึ้นไป

3. การศึกษาขั้นสูงสุด

- ( ) 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ( ) 4. อนุปริญญา / ปวส.  
( ) 5. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ( ) 6. สูงกว่า ปริญญาตรี

## 4. อาชีพหลัก

- ( ) 1. ข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 3.

เจ้าของกิจการ

- ( ) 4. แม่บ้าน / พ่อบ้าน ( ) 5. รับจ้างทั่วไป ( ) 6. นักเรียน/

นักศึกษา

- ( ) 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 5. รายได้ทั้งหมดต่อเดือนของท่าน

- ( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท ( ) 2. 10,001-15,000 บาท  
 ( ) 3. 15,001-20,000 บาท ( ) 4. 20,001-25,000 บาท  
 ( ) 5. 25,001-30,000 บาท ( ) 6. 30,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่

## 1. ท่านเคยไปช้อปปิ้งมาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งใดต่อไปนี้บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต  
 ( ) 2. แม็คโคร  
 ( ) 3. เทสโก้โลตัส  
 ( ) 4. คาร์ฟู  
 ( ) 5. บิ๊กซี  
 ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 2. ท่านไปที่ร้านค้าดังกล่าวบ่อยเพียงใด

- ( ) 1. นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง  
 ( ) 2. 2-3 เดือนต่อครั้ง  
 ( ) 3. เดือนละ 1-2 ครั้ง  
 ( ) 4. เดือนละ 3-4 ครั้ง  
 ( ) 5. มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง  
 ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้งนานเพียงใด

- ( ) 1. ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง
- ( ) 2. ครึ่งชั่วโมง – 1 ชั่วโมง
- ( ) 3. 1-2 ชั่วโมง
- ( ) 4. 2-3 ชั่วโมง
- ( ) 5. มากกว่า 3 ชั่วโมง

4. ท่านมักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าในวันใดมากที่สุด

- ( ) 1. วันเสาร์-อาทิตย์
- ( ) 2. วันธรรมดา
  - ( ) 2.1 วันจันทร์
  - ( ) 2.2 วันอังคาร
  - ( ) 2.3 วันพุธ
  - ( ) 2.4 วันพฤหัสบดี
  - ( ) 2.5 วันศุกร์
- ( ) 3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. เหตุผลที่ท่านไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ในข้อ 1 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย
- ( ) 2. มีโปรโมชั่นและส่วนลดที่น่าสนใจ
- ( ) 3. แสดงให้เห็นถึงความทันสมัย
- ( ) 4. มีบริการที่จอดรถ
- ( ) 5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

6. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่

- ( ) 1. ครอบครัว
- ( ) 2. เพื่อน
- ( ) 3. พนักงานขาย
- ( ) 3. ตัดสินใจด้วยตัวเอง

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ของร้านค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่

1. ท่านรู้จักสินค้าเข้าสู่แบรนด์จากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. โฆษณาจากหนังสือพิมพ์
- 2. ไปปลิวโฆษณาแสดงรายการสินค้าราคาพิเศษของทางร้าน
- 3. โฆษณาทางโทรทัศน์
- 4. เพื่อนหรือคนในครอบครัวแนะนำ หรือเคยซื้อมาใช้
- 5. โฆษณาทางวิทยุ
- 6. พนักงานขายแนะนำ
- 7. เห็นการจัดวางสินค้า ณ จุดขาย
- 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านเคยซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ยี่ห้อใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ตราลีดเดอร์ไฟรช ของบิกซี
- 2. ตราเฟิร์สไฟรช ของบิกซี
- 3. ตราคาร์ฟูร์ ของคาร์ฟูร์
- 4. ตราฮาร์โมนี ของคาร์ฟูร์
- 5. ตราเฟิร์สไลน์ของคาร์ฟูร์
- 6. ตราอาโร ของแม็คโคร
- 7. ตราเซฟแพ็ค ของแม็คโคร
- 8. ตราเทสโก้ ของเทสโก้โลตัส
- 9. ท็อปส์ ของท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต
- 10. อื่น ๆ .....ของ.....

3. ท่านซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์อย่างไร (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- 1. ซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์โดยสม่ำเสมอ
- 2. ซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์สลับกับยี่ห้ออื่น ๆ
- 3. นานๆจะซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์
- 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ให้ระบุความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า  
เข้าสู่แบรนด์

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1.1 คุณภาพได้มาตรฐาน					
1.2 คุณภาพคุ้มราคา					
1.3 คุณภาพไม่ด้อยกว่าสินค้าชนิดเดียวกันกับยี่ห้ออื่น ๆ					
1.4 คุณภาพน่าเชื่อถือเพราะเป็นสินค้าของร้านค้าที่เป็นที่รู้จัก					
1.5 เป็นสินค้าที่ร้านค้าได้ทำการคัดเลือกตัวแทนผู้ผลิตเป็นอย่างดีแล้ว					
1.6 บรรจุภัณฑ์สวยงามและดูสะอาดตา					
1.7 บรรจุภัณฑ์มีมาตรฐาน ปิดผนึกมิดชิด					
<b>2. ด้านราคา(Price)</b>					
2.1 ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ๆ					
2.2 ราคาถูกลงอีกถ้าซื้อในปริมาณมาก					
2.3 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2.4 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้					

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 สถานที่ตั้งเข้าถึงได้สะดวก					
3.3 สินค้าแฮนด์แบรนด์หาซื้อได้ง่ายไม่ขาดตลาด					
3.4 มีการจัดวางสินค้าสะดุดตาดูน่าสนใจ					
3.5 สินค้าแฮนด์แบรนด์จำหน่ายในร้านค้าสมัยใหม่หลายสาขา					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าคอยให้คำแนะนำ					
4.2 มีการโฆษณาสินค้าในสื่อต่างๆ					
4.3 มีการประชาสัมพันธ์ เช่น แจกใบปลิว, แผ่นพับ					
4.4 มีส่วนลดเมื่อจ่ายชำระด้วยเงินสด					
4.5 มีของแถมให้ลูกค้าเมื่อซื้อในปริมาณมาก					
4.6 มีการรับประกันคุณภาพสินค้า					

## 5. ท่านมีความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสัปดาห์ประเภทต่อไปนี้อย่างไร

สินค้า	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง/ เดือน	1-2 ครั้ง/ เดือน	1ครั้ง/ 2- 3เดือน	1ครั้ง/ 3- 4เดือน	นานกว่า 4 เดือน/ ครั้ง	ไม่เคย ซื้อ
1. ประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้ กระป๋อง ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยว อบแห้ง น้ำมันพืช แยม ไข่ กรอกและอาหารอบแห้ง ต่างๆ							
2. ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ป๊อป คอร์น ถั่ว ลูกเกด เยลลี่							
3. ประเภทเบเกอรี่ ได้แก่ เวเฟอร์ บิสกิต							
4. ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำ ดื่ม น้ำผลไม้							
5. ประเภทเครื่องใช้ภายใน บ้าน ได้แก่ ถูพลาสติก ถู ขยะ แปรง และภาชนะ พลาสติก							
6. ประเภทเครื่องใช้ใน ห้องน้ำ ได้แก่ สบู่ แชมพู ยา สีฟัน แปรงสีฟัน มีดโกน หนวด กระจกยชำระ กระจกยเช็ดหน้า น้ำยาดับ กลิ่น							



สินค้า	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง/ เดือน	1-2 ครั้ง/ เดือน	1ครั้ง/ 2- 3เดือน	1ครั้ง/ 3- 4เดือน	นานกว่า 4 เดือน/ ครั้ง	ไม่เคย ซื้อ
7. ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้นบ้าน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม							
8. ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่ เกลือ น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำส้มสายชู ซอสปรุงรส อื่น ๆ							
9. ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่ ยากันยุงชนิดขด ยาม่าแมลง							
10. อื่นๆ.....							

6. ท่านพอใจในสินค้าแฮตส์แบรนด์ที่ซื้อไปหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

- ( ) 1. ไม่พอใจมาก ( ) 2. ไม่พอใจ ( ) 3. เฉย ๆ  
( ) 4. พอใจ ( ) 5. พอใจมาก

7. ท่านจะยังใช้สินค้าแฮตส์แบรนด์ต่อไปหรือไม่

- ( ) 1. ใช่แน่นอน ( ) 2. มีแนวโน้มว่าจะใช้ต่อ ( ) 3. ไม่แน่ใจ  
( ) 4. มีแนวโน้มว่าจะไม่ใช้ต่อ ( ) 2. ไม่ใช้ต่อแน่นอน

8. ท่านคิดว่าร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ต่าง ๆ ควรผลิตสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทอื่นใด

นอกเหนือจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งท่านมั่นใจว่าท่านสนใจที่จะซื้อแน่ ๆ โปรดระบุ

- ประเภทอาหาร ได้แก่ .....
- ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ .....
- ประเภทเบเกอรี่ ได้แก่ .....
- ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ .....

5. ประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ .....
6. ประเภทเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่.....
7. ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่.....
8. ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่.....
9. ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่.....
10. อื่นๆ.....

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ปัญหาใดที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกซื้อสินค้าแฮสส์แบรนด์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

- ( ) 1.1 มีรายการสินค้าน้อย
- ( ) 1.2 คุณภาพไม่คุ้มกับราคา
- ( ) 1.3 คุณภาพด้อยกว่าสินค้าชนิดเดียวกับยี่ห้ออื่นๆ
- ( ) 1.4 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน
- ( ) 1.5 บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูด
- ( ) 1.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

##### 2. ด้านราคา

- ( ) 2.1 ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ
- ( ) 2.2 ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ
- ( ) 2.3 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

##### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ( ) 3.1 การจัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมทำให้หาสินค้าได้ยาก
- ( ) 3.2 ไม่ได้วางจำหน่ายสินค้าแฮสส์แบรนด์ที่ต้องการในทุกสาขา
- ( ) 3.3 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

##### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ( ) 4.1 ไม่มีพนักงานบริการและแนะนำสินค้า
- ( ) 4.2 มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ดูไม่น่าเชื่อถือ
- ( ) 4.3 ไม่มีการรับประกันสินค้า
- ( ) 4.4 ไม่มีส่วนลด
- ( ) 4.5 ไม่มีของแถม
- ( ) 4.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวพวงพยอม แก้วมูล
วัน เดือน ปี เกิด	29 ธันวาคม 2520
ประวัติการศึกษา	สำเร็จระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปรีณัฏร์รอยแยลส์ วิทยาลัย ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2542
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2543-2544 บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด มหาชน ตำแหน่งพนักงานการตลาด พ.ศ. 2545-2546 บริษัทยูโนแคล ประเทศไทย จำกัด ตำแหน่งพนักงานฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พ.ศ. 2547-2549 บริษัทเวสเตอร์น ดิจิตอล ประเทศไทย จำกัด ตำแหน่งออร์เดอร์ แอดมินิسترเตอร์ 2549- ปัจจุบัน บริษัทเอ็ม แอนด์เจ เทคโนโลยีส์ จำกัด ตำแหน่งโปรแกรม แมเนเจอร์ และ ซิเนียร์ โลจิสติกส์ แมเนเจอร์