



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อการศึกษาข้อมูลการค้นคว้าอิสระเรื่อง ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อผู้หญิงวัยทำงานในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาใคร่ขอความกรุณา ท่านโปรดให้ข้อมูลตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นางสาวนัยรัตน์ ตันตราสืบ ผู้ศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. หญิง 2. ชาย

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี (ใช้สำหรับสกรีน) 2. 25 – 30 ปี
 3. 31 – 35 ปี 4. 36 – 40 ปี
 5. มากกว่า 40 ปี (ใช้สำหรับสกรีน)

3. ระดับการศึกษาของท่าน

1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 2. ระดับปริญญาตรี
 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ไม่เกิน 15,000 บาท 2. 15,001 – 25,000 บาท
 3. 25,001 – 35,000 บาท 4. 35,001 – 45,000 บาท
 4. 45,001 – 55,000 บาท 7. มากกว่า 55,000 บาท

5. อาชีพของท่าน

1. รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน
 3. รับจ้างทั่วไป 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. เกษตรกร
 6. วิชาชีพเฉพาะ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล วิศวกร นักเทคนิคการแพทย์ สถาปนิก
 7. อื่นๆ โปรดระบุ

6.ลักษณะที่พื้กอาศัย

- [] 1. บ้านเดี่ยว [] 2. คอนโด / อพาร์ทเมนท์
[] 3. ทาวน์เฮ้าส์ [] 4. หอพัก / ห้องเช่า
[] 5. อื่นๆ โปรดระบุ

7.ระยะเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตต่อ 1 ครั้ง

- [] 1. ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง [] 2. 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง
[] 3. มากกว่า 2 ชั่วโมง

8.ส่วนใหญ่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใด

- [] 1. 6.00-12.00 น. [] 2. 12.01-18.00 น.
[] 3. 18.01-24.00 น. [] 4. 24.01-05.59 น.
[] 5. ใช้งานตลอดเวลา

9. อุปกรณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของท่านส่วนใหญ่คือ

- [] 1. PC (Personal Computer) [] 2. Computer Note Book
[] 3. Mobile Phone / Smart Phone [] 4. Palm /Pocket PC

/Tablet

- [] 5. อื่นๆ โปรดระบุ

10.กิจกรรมที่ชอบทำบนอินเทอร์เน็ตของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] 1. เพื่อใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างๆ เช่น ใช้ Social Network ,
Email [] 2. ร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เช่น แชร์รูปภาพ กดแสดงความ
ชื่นชมแฟนเพจ
[] 3. เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ
[] 4. เพื่อซื้อสินค้า/บริการในอินเทอร์เน็ต
[] 5. เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์ ฟังเพลง ดูวิดีโอ ดูละคร
[] 6. เพื่อค้นหา แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารต่างๆ
[] 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)

11. โดยเฉลี่ยท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ต่อครั้ง.....บาท/ครั้ง

- [] 1. ไม่เกิน 300 บาท [] 2. 301-500 บาท
[] 3. 501-1,000 บาท [] 4. 1,001-2,000 บาท
[] 5. มากกว่า 2,000 บาท

12. ท่านรู้จักร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มาจาก Search engine เช่น Google 2. เพื่อนแนะนำ
3. พบในโฆษณาในนิตยสาร
4. พบใน Facebook ,Instagram 5. อื่นๆระบุ.....

13. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ (ตอบได้ข้อเดียว)

1. สินค้ามีราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป
2. สามารถเลือกซื้อได้ 24 ชม.
3. สะดวกสบาย ไม่เป็นที่สนใจของพนักงานขายเวลาเลือกซื้อที่ร้าน
4. สามารถเลือกซื้อได้สะดวก สามารถเปรียบเทียบแบบข้อมูล และราคาได้หลายเว็บ
5. ไม่มีเวลาไปซื้อด้วยตัวเอง
6. อื่นๆระบุ.....

14. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์

1. เดือนละ 2-3 ครั้ง 2. เดือนละ 1 ครั้ง
3. 2 เดือน /ครั้ง 4. 6 เดือน/ครั้ง 5. ปีละครั้ง

15. หลังจากที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ท่านรู้สึกพอใจในครั้งล่าสุด

1. น้อยที่สุด 2. น้อย
3. ปานกลาง 4. มาก 5. มากที่สุด

16. ส่วนใหญ่ท่านชำระเงินในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ด้วยวิธีใด

1. บัตรเครดิต 2. ระบบ Paypal
3. พัสตูกีบเงินปลายทาง 4. เช็ค/ธนาคัติ/ ตัวแลกเงิน
5. โอนเงินผ่านตู้ ATM 6. โอนเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร
7. โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Electronic Banking)

17. จุดประสงค์ของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เพื่อบำรุงสมอง บำรุงร่างกายทั่วไป
2. เพื่อเสริมความงาม
3. เพื่อหวังผลเฉพาะทาง เช่น เพื่อลดคอเลสเตอรอล ลดความดันโลหิต เพื่อเพิ่มความต้านทานโรค เสริมสร้างกล้ามเนื้อ เพิ่มหรือลดน้ำหนัก เป็นต้น
4. อื่นๆโปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อผู้หญิงวัยทำงานในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์

ท่านคิดว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ของท่านในระดับใดกรุณาทำเครื่องหมาย V ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน มากที่สุด

ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ประสิทธิภาพของตัวผลิตภัณฑ์เห็นผลได้อย่างแท้จริง เช่น ร่างกายแข็งแรง ผิวพรรณดี เป็นต้น					
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีแสดงผลที่ท่านต้องการได้อย่างรวดเร็ว					
3. คราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวาง					
4. ผลิตภัณฑ์ผลิตจากประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ					
5. ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต มีความน่าเชื่อถือ					
6. ผลิตภัณฑ์บริโภคได้ง่าย					
7. ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายหมวด/ประเภทให้เลือกบริโภค					
8. ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพผ่านตามมาตรฐานความปลอดภัย เช่น อย.					
9. ได้รับมาตรฐานที่ยอมรับกันทั่วโลก					
10. ป้ายฉลากมีการแสดงรายละเอียดที่เหมาะสมและที่ชัดเจน					
11. เมื่อรับประทานติดต่อกันเป็นระยะเวลาต่างๆต้องไม่มีผลข้างเคียงกับสุขภาพ					
12. หากเลิกรับประทานแล้วต้องไม่มีผลข้างเคียงกับสุขภาพ					
13. บรรจุภัณฑ์ สวยงาม น่าสนใจ					
14. มีบริการรับคืนสินค้ากรณีเกิดความเสียหายขณะขนส่ง					
15. สามารถคืนหรือแลกเปลี่ยนสินค้าได้ง่าย (ก่อนส่ง)					
19. ราคา (Price)					
1. ราคาถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น					
2. ราคาต่อหน่วยอาจไม่สูง เพราะต้องบริโภคเป็นระยะเวลาอันนานจึงจะแสดงผลอย่างชัดเจน					
3. มีราคาหลากหลาย ตามขนาดบรรจุภัณฑ์					
4. มีราคาหลากหลายตามยี่ห้อของผลิตภัณฑ์					

ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19. ราคา (Price) – ต่อ -					
5. ความชัดเจนในการแสดงราคาสินค้า					
6. มีการบอกวิธีการชำระเงินชัดเจน					
20. การจัดจำหน่าย (Place)					
1. บอกวิธีการสั่งซื้ออย่างชัดเจน					
2. กระบวนการสั่งซื้อเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก					
3. สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
4. สามารถติดต่อร้านค้าได้ทางช่องทางอื่น เช่น ทางโทรศัพท์, What app, Line					
5. เว็บไซต์สามารถค้นหา เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
6. เว็บไซต์มีข้อมูลรายละเอียดอธิบายไว้อย่างชัดเจน					
7. ประสิทธิภาพความเร็วของเว็บไซต์					
8. ความน่าเชื่อถือของร้านค้า หรือตัวผู้จำหน่าย					
9. การตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า					
10. สะดวกในการสั่งซื้อ					
11. มีบริการส่งสินค้าให้ฟรี					
12. เว็บไซต์มีการแสดงรูปผลิตภัณฑ์					
13. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น โอนผ่านธนาคาร บริการชำระด้วยบัตรเครดิต					
21. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. ส่วนลดปริมาณ เช่น ซื้อมากกว่า 2 ชิ้นขึ้นไปรับส่วนลดพิเศษ					
2. มีของแถมของฟรีมีเย็บแจก หรือ แจกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม แบบทดลอง					
3. มีระบบสมาชิกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารและส่วนลดพิเศษ					
4. มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจ ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า					
5. ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาโฆษณาในเว็บไซต์					

ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
21. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) –ต่อ-					
6. มีโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1					
7. มีการ Review สินค้าจากผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์มาแล้ว					
22. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)					
1. การเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ					
2. การมีระบบรับรองความปลอดภัยข้อมูล และการชำระเงิน					
3. การขออนุญาตลูกค้าเพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังลูกค้า					
23. การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)					
1. มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อ					
1. มีการให้คำแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า					
2. การให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ให้กับลูกค้ารายบุคคลผ่านเว็บไซต์					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน

24. ท่านเคยประสบปัญหาในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์ในข้อใดต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านสินค้า

1. พบปัญหาด้านสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สินค้าได้รับความเสียหาย บรรจุภัณฑ์เสียหาย

ได้รับสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ

อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่พบปัญหาด้านสินค้า (ข้ามไปข้อ 2)

2. ปัจจัยด้านราคา

1. พบปัญหาด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ราคาสินค้าที่แสดงไม่ตรงกับที่เรียกเก็บเงินจริง

ราคาสินค้าแพงกว่าช่องทางออฟไลน์

อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่พบปัญหาด้านราคา (ข้ามไปข้อ 3)

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ได้รับสินค้าล่าช้า
- ไม่ได้รับสินค้า
- เว็บไซต์ขัดข้องบ่อยครั้ง
- เว็บไซต์โหลดข้อมูลการค้นหาและแสดงผลช้า
- ไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการชำระเงิน
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ข้ามไปข้อ 4)

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โปรโมชั่นไม่น่าสนใจ
- โปรโมชั่นไม่หลากหลาย
- คำอธิบายสรรพคุณของตัวยาไม่ละเอียด หรือไม่มี
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ข้ามไปข้อ 5)

5. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

1. พบปัญหาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มีการเข้ารหัสข้อมูลในการรับส่งข้อมูล
- ส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปให้ลูกค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต
- ข้อมูลส่วนตัวถูกเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่น
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ไม่พบปัญหาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (ข้ามไปข้อ 6)

6. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล

- 1. พบปัญหาด้านการให้บริการส่วนบุคคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - ไม่มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อ หรือเคยดูข้อมูลสินค้า
 - ไม่มีการแนะนำสินค้าแต่ละชนิดสำหรับผู้ที่ต้องการด้านใด
 - ไม่มีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ให้กับลูกค้า
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 2. ไม่พบปัญหาด้านการให้บริการส่วนบุคคล

ขอขอบคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณ ☺



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนัยรัตน์ ตันตราสืบ
วัน เดือน ปีเกิด	21 มกราคม 2527
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจาก รร.ปิ่นสร้อยแยลส์วิทยาลัย ระดับปริญญาตรี คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เกียรตินิยมอันดับ 1
ประวัติการทำงาน	กันยายน 2550- เมษายน 2557 บริษัท โรจ ไทยแลนด์ จำกัด ตำแหน่ง Territory Manager พฤษภาคม 2557- ปัจจุบัน บริษัท แจนเซน-ซีแลก จำกัด ตำแหน่ง Product Specialist



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
© by Chiang Mai University
rights reserved