



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม.....

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอกของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง  
จังหวัด นนทบุรี

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพของท่าน

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) น้อยกว่า 20 ปี

( ) 40- 49 ปี

( ) 20- 29 ปี

( ) 50- 59 ปี

( ) 30- 39 ปี

( ) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) ต่ำกว่ามัธยมปลาย

( ) ปริญญาตรี

( ) มัธยมปลาย, ปวช.

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

( ) อนุปริญญา, ปวท., ปวส.

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. สถานภาพทางครอบครัว

( ) โสด

( ) มีคู่ครอง

( ) แต่งงาน

5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

( ) ไม่เกิน 3 คน

( ) 7- 10 คน

( ) 4-6 คน

( ) 11 คนขึ้นไป

## 6. อาชีพในปัจจุบัน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ           | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ   |
| <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ       | <input type="checkbox"/> รับจ้าง              |
| <input type="checkbox"/> นักศึกษา / นักเรียน | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน   |
| <input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ          | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

## 7. รายได้ต่อเดือนของท่าน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |  |

## ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก

## 8. ผงซักฟอกที่ท่านใช้ประจำเป็นผงซักฟอกชนิดใด

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ชนิดน้ำ  | <input type="checkbox"/> ชนิดผง               |
| <input type="checkbox"/> ชนิดเม็ด | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

## 9. ผงซักฟอกที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำเป็นผงซักฟอกแบบใด

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ซักเครื่อง | <input type="checkbox"/> ซักได้ทั้งมือและเครื่อง |
| <input type="checkbox"/> ซักมือ     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....    |

## 10. ชนิดของภาชนะบรรจุของผงซักฟอกที่ท่านเลือกใช้ประจำ

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ชนิดถุง   | <input type="checkbox"/> ชนิดขวด              |
| <input type="checkbox"/> ชนิดกล่อง | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

## 11. จากข้อ 10. เหตุผลที่ท่านเลือกชนิดของภาชนะบรรจุผงซักฟอกมากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รูปแบบทันสมัย        | <input type="checkbox"/> สีทันสมัยดูดี           |
| <input type="checkbox"/> จับถนัดมือ           | <input type="checkbox"/> สามารถกั้นน้ำได้ดี      |
| <input type="checkbox"/> มีแบบชนิดเติม        | <input type="checkbox"/> ใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |  |

12. ขนาดของผงซักฟอกที่ท่านเลือกซื้ออยู่เป็นประจำ

- ( ) 100 กรัม ( ) 1,500 กรัม  
 ( ) 300 กรัม ( ) 3,000 กรัม  
 ( ) 700 กรัม ( ) 5,000 กรัม  
 ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. โดยส่วนใหญ่ ท่านมีความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ยกี่ครั้งในหนึ่งเดือน

- ( ) น้อยกว่า 1 ครั้ง ( ) เดือนละ 3 ครั้ง  
 ( ) เดือนละ 1 ครั้ง ( ) เดือนละ 4 ครั้ง  
 ( ) เดือนละ 2 ครั้ง ( ) มากกว่า 4 ครั้ง

14. ผงซักฟอกยี่ห้อใดที่ใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ยี่ห้อ	เคยใช้	ปัจจุบันใช้
1. บริส		
2. เป่า		
3. โอโม		
4. แอทแทค		
5. แฟ็บ		
6. บิ๊ก		
อื่น ๆ โปรดระบุ.....		

15. จากข้อที่ 14. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้ .....

- ( ) คุณภาพดี ( ) มีกลิ่นหอม  
 ( ) มีของแถมเวลาซื้อ ( ) มีขนาดให้เลือกมาก  
 ( ) หาซื้อได้ง่าย ( ) บอกวิธีใช้ข้างหีบห่อ  
 ( ) หีบห่อใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ ( ) ซักได้ทั้งเครื่องและมือ  
 ( ) ราคา ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านต้องการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้หรือไม่

- ไม่ต้องการ
- ต้องการ เพราะ
  - ต้องการทดลองยี่ห้อใหม่
  - ยี่ห้อเดิมคุณภาพไม่ตรงตามโฆษณา
  - เพื่อนแนะนำให้ลอง
  - ขาดตลาดบ่อย
  - ราคาแพง
  - หาซื้อยาก
  - ไม่มีสินค้าตามต้องการ
  - ยี่ห้อเดิมใช้แล้วแพ้
  - อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อผงซักฟอกจากที่ไหน

- ซูเปอร์มาเก็ต เช่น โลตัส, บิ๊กซี  7-11
- ร้านขายยา  ร้านค้าปลีกทั่วไป
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกซื้อผงซักฟอกจากสถานที่ในข้อ 17. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มียี่ห้อ ขนาด ประเภทให้เลือกมากมาย  สะดวกใกล้บ้าน
- มีส่วนลดหรือของแถม  เปิด 24 ชั่วโมง
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

19. ท่านเคยเห็นโฆษณาของตรายี่ห้อผงซักฟอกที่ท่านใช้ในปัจจุบัน

- ไม่เคย
- เคยเห็น จากสื่อโฆษณาชนิดใดมากที่สุด
  - โทรทัศน์  วิทยู
  - หนังสือพิมพ์  นิตยสาร
  - สื่อโฆษณากลางแจ้ง
  - การโฆษณาด้วยการแจกสินค้าตัวอย่าง
  - อื่น ๆ โปรดระบุ.....

20. ผงซักฟอกตราฮีห้อที่ท่านใช้อยู่ในขณะนี้ ท่านทราบจาก

- ( ) การโฆษณา ( ) ของแจกเพื่อให้ทดลองใช้  
 ( ) ผู้ที่เคยใช้แนะนำให้ใช้ ( ) ทดลองซื้อใช้ด้วยตนเอง  
 ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

21. การส่งเสริมการขายประเภทที่ท่านชอบหรือสนใจมากที่สุด

- ( ) มีส่วนลดจากคูปอง ( ) มีรายการชิงโชค  
 ( ) มีของแถม ( ) สะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล  
 ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

22. สินค้าของแถมเมื่อซื้อผงซักฟอกที่ท่านชอบมากที่สุด

- ( ) น้ำยาปรับผ้านุ่ม ( ) กะละมัง, ถังน้ำ  
 ( ) กระติกน้ำ ( ) ตระกร้าใส่ผ้า  
 ( ) จานหรือชามแก้ว ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

23. ถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย ท่านจะซื้อผงซักฟอก.....

- ( ) มากขึ้น ( ) เท่าเดิม

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก

ข้อ	ปัจจัยทางด้านส่วนประสม ทางการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>		5	4	3	2	1
1.	ซักได้สะอาด					
2.	ชื่อหรือตรายี่ห้อที่จำง่าย					
3..	มีป้ายฉลากระบุถึงวิธีใช้					
4.	ขนาดบรรจุหลายขนาด					
5.	ลักษณะหีบห่อ					
6.	กลิ่น					
7.	ส่วนผสม					
8.	ปริมาณในการใช้					
9.	สีของผงซักฟอก					
10.	ซักผ้าสีสดใส ไม่หมอง					
11.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>						
12.	ราคาต่อหน่วย					
13	มีป้ายราคาระบุไว้ที่ภาชนะ					
14.	มีราคาต่อหน่วยถูกกว่ายี่ห้ออื่น					
15	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
16.	มีรายการพิเศษเช่น การลด แลก แจก หรือ แถม					
17.	โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือ พิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ					
18.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ข้อ	ปัจจัยทางด้านส่วนประสม ทางการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>		5	4	3	2	1
19.	การจัดร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ					
20.	สินค้ามีวางขายทั่วไป					
21.	หาซื้อได้ตลอดเวลา					
22.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

**ส่วนที่ 3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผงซักฟอก**

ข้อ	ปัจจัยทางด้านส่วนประสม ทางการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์</b>		5	4	3	2	1
1.	ซักไม่สะอาด					
2.	ชื่อหรือตราเครื่องหมายยาก					
3.	ไม่มีป้ายฉลากระบุถึงวิธีใช้					
4.	ขนาดบรรจุมีให้เลือกน้อย					
5.	ลักษณะหีบห่อ					
6.	กลิ่น					
7.	ส่วนผสม					
8.	ปริมาณในการใช้					
9.	สีของผงซักฟอก					
10.	ซักผ้าสีไม่สดใส หมองคล้ำ					
11.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					



ข้อ	ปัจจัยทางด้านส่วนประสม ทางการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจ				
		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ปัญหาด้านราคา</b>		5	4	3	2	1
12.	ราคาต่อหน่วย					
13.	ไม่มีป้ายราคาระบุไว้ที่ภาชนะ					
14.	มีราคาต่อหน่วยแพงกว่ายี่ห้ออื่น					
15.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
<b>ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>						
16.	ไม่มีรายการพิเศษอื่น ๆ เช่น การลด แลก แจก หรือ แคม					
17.	ไม่มีโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้าย โฆษณา ต่าง ๆ					
18.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
<b>ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>						
19.	หาสินค้ายาก (มีแต่หาไม่พบ)					
20.	สินค้ามีวางขายเฉพาะบางร้าน					
21.	หาซื้อได้เฉพาะบางเวลา					
22.	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี  
 ผู้ทำวิจัย

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	จันทร์พร จงไหมเจริญสกุล
วัน เดือน ปีเกิด	10 ตุลาคม 2512
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนยานนาวาศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยพณิชยการเซดุน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โรงเรียนสาธิตประคิษฐ์พณิชยการ ระดับอุดมศึกษา -สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการ
ประวัติการทำงาน	พนักงานบริษัท คาโอ คอมเมอร์เชียล (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานขาย รังสิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved