



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## แบบสอบถามเรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสด  
ในจังหวัดเชียงใหม่

## คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต ความคิดเห็นและข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบถือว่าเป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้  
เท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแสดง  
ความคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

วันที่..... สถานที่เก็บข้อมูล.....

## ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

โปรดทำเครื่องหมายถูก ( ✓ ) ในวงเล็บหน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกหรือเติมข้อความ  
ข้อความในช่องว่างที่ถูกต้องหรือตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

## 1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

## 2. อายุ (ปี)

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 20 – 29 ปี ( ) 3. 30-39 ปี  
( ) 4. 40 – 49 ปี ( ) 5. 50-59 ปี ( ) 6. 60 ปี ขึ้นไป

## 3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ( ) 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
( ) 5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ( ) 6. สูงกว่าปริญญาตรี

## 4. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสด (ปี)

- ( ) 1. 1 - 2 ปี ( ) 2. 3 - 4 ปี  
 ( ) 3. 5 - 6 ปี ( ) 4. 7 - 8 ปี  
 ( ) 5. 9-10 ปี ( ) 6. มากกว่า 10 ปี

## 5. รายได้จากการจำหน่ายปลาสดต่อเดือน (บาท)

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 2. 20,001 – 40,000 บาท  
 ( ) 3. 40,001 – 60,000 บาท ( ) 4. 60,001 – 80,000 บาท  
 ( ) 5. มากกว่า 80,000

## 6. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของร้าน

- ( ) 1. ร้านค้าปลีก ( ) 2. ร้านค้าทั้งส่งทั้งปลีก  
 ( ) 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 7. ตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อ

- ( ) 1. เจ้าของ ( ) 2. ผู้จัดการ  
 ( ) 3. ฝ่ายจัดซื้อ ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 8. ท่านซื้อปลาสดจากผู้เพาะเลี้ยงกี่ราย

- ( ) 1. 1-2 ราย ( ) 2. 3-4 ราย ( ) 3. 5-6 ราย  
 ( ) 4. 7-8 ราย ( ) 5. 9-10 ราย ( ) 6. มากกว่า 10 ราย

## 9. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ท่านรู้จักกับผู้เพาะเลี้ยงปลาสด

- ( ) 1. ป้ายโฆษณา ( ) 2. ใบปลิว  
 ( ) 3. แผ่นพับ ( ) 4. ลูกค้านำ  
 ( ) 5. เพื่อนแนะนำ ( ) 6. ผู้เพาะเลี้ยงเข้ามาติดต่อโดยตรง  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. เหตุผลที่ท่านซื้อปลาสวยงามจากแหล่งที่ท่านซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ราคายุติธรรม ( ) 2. ระยะทางใกล้ ( ) 3. ความสะดวกในการสั่งซื้อ  
 ( ) 4. คุณภาพ/ลักษณะทั่วไปของปลาสวยงาม ( ) 5. มีการให้สินเชื่  
 ( ) 6. มีความน่าเชื่อถือ ( ) 7. มีบริการส่งถึงที่ ( ) 8. สามารถเลือกสินค้าได้  
 ( ) 9. รู้จักกับผู้ชาย ( ) 10. อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ร้านของท่านจำหน่ายปลาสวยงามกี่ชนิด

- ( ) 1. 1-5 ชนิด ( ) 2. 6-10 ชนิด ( ) 3. 11-15 ชนิด  
 ( ) 4. 16-20 ชนิด ( ) 5. 21-25 ชนิด ( ) 6. 26-30 ชนิด  
 ( ) 7. มากกว่า 30 ชนิด

12. ชนิดและจำนวนของปลาสวยงามที่ทางร้านท่านจัดซื้อจากผู้เพาะเลี้ยงต่อเดือน

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ปลากัด.....ตัว ( ) 2. ปลาหางนกยูง.....ตัว  
 ( ) 3. ปลามังกร.....ตัว ( ) 4. ปลาสอด.....ตัว  
 ( ) 5. ปลาแรด.....ตัว ( ) 6. ปลาเทวดา.....ตัว  
 ( ) 7. ปลาทอง ออรรันดา.....ตัว ( ) 8. ปลาทองสิงห์.....ตัว  
 ( ) 9. ปลาทองลักเล่ห์.....ตัว ( ) 10. ปลาทองตันโจ.....ตัว  
 ( ) 11. ปลาทองชูบันกิ้น.....ตัว ( ) 12. ปลาแฟนซีคาร์ฟ.....ตัว  
 ( ) 13. ปลาทองเกล็ดแก้ว.....ตัว ( ) 14. ปลาจูบ.....ตัว  
 ( ) 15. ปลาแสงนีออน.....ตัว ( ) 16. ปลาการ์ตูน.....ตัว  
 ( ) 17. ปลาก้างพระร่วง.....ตัว ( ) 18. ปลาชีวาข้างขวาน.....ตัว  
 ( ) 19. ปลาฆ่าลาช.....ตัว ( ) 20. ปลาทรงเครื่อง.....ตัว  
 ( ) 21. ปลาปอมปาดัวร์.....ตัว ( ) 22. ปลาหมูแฟนซี.....ตัว  
 ( ) 23. ปลาซัคเกอร์.....ตัว ( ) 24. ปลากระดี่ยักษ์.....ตัว  
 ( ) 25. ปลากระดี่แคระ.....ตัว ( ) 26. ปลากระดี่มุก.....ตัว  
 ( ) 27. ปลาหมอสี.....ตัว ( ) 28. ปลาเซลฟิน.....ตัว  
 ( ) 29. ปลาบอลูน.....ตัว ( ) 30. ปลามิดไนท์.....ตัว  
 ( ) 31. ปลาออสการ์.....ตัว ( ) 32. ปลาคุกกี้.....ตัว  
 ( ) 33. ปลาตะเพียน.....ตัว ( ) 34. ปลาทราย.....ตัว  
 ( ) 35. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านมีนโยบายในการจัดซื้อปลาสวยงามชนิดต่างๆอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. ซื้อตามคู่แข่ง ( ) 2. ตามกระแสความนิยม  
 ( ) 3. ลูกค้านำแนะนำ ( ) 4. กำไรต่อหน่วยสูง  
 ( ) 5. ราคาต่อหน่วยไม่สูง ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อปลาสวยงามมาจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า ( ) 2. สภาวะเศรษฐกิจ  
 ( ) 3. อัตราดอกเบี้ย ( ) 4. เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง  
 ( ) 5. มีการพัฒนาสายพันธุ์ปลาดีขึ้น ( ) 6. ไม่มีการทำหมันปลาจากผู้เพาะเลี้ยง  
 ( ) 7. มีการป้องกันโรคและพยาธิที่ติดมากับปลาก่อนส่ง ( ) 8. การแข่งขันในธุรกิจปลาสวยงาม  
 ( ) 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15. ปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อปลาสวยงามมาจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. วัตถุประสงค์ของทางร้าน ( ) 2. นโยบายของร้าน  
 ( ) 3. กระบวนการทำงาน ( ) 4. ขั้นตอนการจัดซื้อ  
 ( ) 5. ระบบการจัดการของร้าน ( ) 6. อื่นๆโปรดระบุ.....
16. วิธีการชำระเงิน
- ( ) 1. วางเงินสดค่าประกัน ( ) 2. จ่ายเงินสด ( ) 3. ชำระภายใน 1-2 วัน  
 ( ) 4. ชำระภายใน 3-5 วัน ( ) 5. ชำระภายใน 6-7 วัน ( ) 6. ชำระในเวลาหลัง 7 วัน  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
17. ความถี่ในการสั่งซื้อปลาสวยงาม
- ( ) 1. 1 ครั้งต่อ 2 เดือน ( ) 2. 1 ครั้งต่อเดือน  
 ( ) 3. 2 ครั้งต่อเดือน ( ) 4. 3 ครั้งต่อเดือน  
 ( ) 5. 4 ครั้งต่อเดือน ( ) 6. มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปลาสวยงามของผู้ค้าปลีกปลาสวยงาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ลักษณะของสี เช่น ความเข้ม อ่อน					
2. ลักษณะของลาย เช่น จุด กระ ลาย					
3. สุขภาพของปลา					
4. อายุของปลา					
5. สีของปลา					
6. เพศของปลา					
7. ขนาด					
8. มีปลาสวยงามให้เลือกหลายชนิด					
9. มีปลาที่ผู้บริโภครู้จัก และเป็นที่ยอมรับ					
10. มีบริการหลังการขาย เช่น การรับเปลี่ยนและคืน					
11. มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม					
12. มีบริการขายครบวงจร					
13. ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของผู้เพาะเลี้ยง					
14. อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาคงที่					
2. มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง					
3. การให้วงเงินสินเชื่อ					
4. ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า					
5. สามารถต่อรองราคาได้					
6. มีป้ายราคาชัดเจน					
7. มีราคาถูกกว่าท้องตลาด					
8. ราคาที่ร้านค้าซื้อไม่แตกต่างกับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามรายอื่น					
9. ไม่คิดค่าขนส่งสินค้า					
10. มีส่วนลดเงินสด					
11. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. มีบริการส่งสินค้าถึงร้าน					
2. มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว					
3. สถานที่เพาะเลี้ยงหาง่าย					
4. มีที่จอดรถสะดวก					
5. ส่งตรงเวลานัดหมาย					
6. สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
7. มีการออกไปส่งสินค้า และไปเสิร์ฟรับเงินสดเงิน ถูกต้อง					
8. ส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง					
9. สั่งได้ทุกเวลา					
10. มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า					
11. กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก					
12. ขนาดของสถานที่เพาะเลี้ยง					
13. ร้านค้าสามารถติดต่อกับผู้เพาะเลี้ยงได้สะดวก					
14. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม					
2. สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้					
3. ผู้เพาะเลี้ยงมีความจริงใจ ซื่อสัตย์ต่อร้านค้า					
4. มีพนักงานขายให้บริการ					
5. ผู้เพาะเลี้ยงให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อประจำ					
6. การโฆษณา					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					



## ส่วนที่ 3. ปัญหาในการเลือกซื้อปลาสวยงามมาจำหน่ายและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ลักษณะของสีไม่ดี เช่น ความเข้ม อ่อน					
2. ลักษณะของลายไม่ดี เช่น จุด กระ ลาย					
3. สุขภาพของปลาอ่อนแอ					
4. อายุของปลาไม่เหมาะสม					
5. สีของปลาไม่ถูกต้อง					
6. เพศของปลาไม่ชัดเจน					
7. ไม่ได้ขนาด					
8. มีชนิดปลาสวยงามให้เลือกน้อย					
9. ไม่มีปลาที่ผู้บริโภครู้จัก และเป็นที่น่าสนใจ					
10. ไม่มีบริการหลังการขายเช่น การรับเปลี่ยนและคืน					
11. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม					
12. ไม่มีบริการขายที่ครบวงจร					
13. ภาพ ลักษณะและความไม่น่าเชื่อถือของผู้เพาะเลี้ยง					
14. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาไม่คงที่					
2. ไม่มีการแข่งขันราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง					
3. ไม่มีการให้วงเงินสินเชื่อ					
4. ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น					
5. ไม่สามารถต่อรองราคาได้					
6. ไม่มีป้ายราคาและ/หรือมีไม่ชัดเจน					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
7. มีราคาแพงกว่าท้องตลาด					
8. ราคาที่ร้านค้าซื้อแตกต่างกับผู้เพาะเลี้ยงปลา สวยงามรายอื่น					
9. คิดค่าขนส่งสินค้า					
10. ไม่มีส่วนลดเงินสด					
11. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงร้าน					
2. มีบริการขนส่งที่ล่าช้า					
3. สถานที่เพาะเลี้ยงหายาก					
4. ไม่มีที่จอดรถและ/หรือที่จอดรถไม่สะดวก					
5. ส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย					
6. ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต					
7. ไม่มีการออกใบส่งสินค้า และ ใบเสร็จรับเงินที่ ชัดเจน ถูกต้อง					
8. ส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง					
9. ไม่สามารถสั่งได้ทุกเวลา					
10. มีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ					
11. กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก					
12. ขนาดของสถานที่เพาะเลี้ยงไม่เหมาะสม					
13. ร้านค้าไม่สามารถติดต่อกับผู้เพาะเลี้ยงได้สะดวก					
14. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม					
2. ไม่สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้					
3. ผู้เพาะเลี้ยงไม่มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ต่อร้านค้า					
4. ไม่มีพนักงานขายให้บริการ					
5. ผู้เพาะเลี้ยงไม่ให้ความสำคัญพิเศษในกรณีที่ซื้อประจำ					
6. ไม่มีการโฆษณา					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ข้อเสนอแนะอื่น.....

.....

.....

.....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวพันแสง เรืองถิรเศรษฐ์
วัน เดือน ปี เกิด	26 ตุลาคม 2515
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสันป่าตอง วิทยาคม เชียงใหม่ 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพายัพ 2542
ประวัติการทำงาน 2542- ปัจจุบัน	บจ.บ้านบัว เดคคอเรชั่น เฮ้าส์ กรรมการผู้จัดการ
2540-2542	บจ. โกลด์เคนท์ โลคัส เอเชียน อาร์ท เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งออก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved