ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง "ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร"

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จึงใคร่ขอความกรุณารบกวนท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หรือเติมข้อความในช่องว่าง

1. เพศ

   ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

   ☐ 1) ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2) 20-30 ปี ☐ 3) 31–40 ปี

   ☐ 4) 41-50 ปี ☐ 5) 51-60 ปี ☐ 6) มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

   ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

   ☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า

   ☐ 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ☐ 4) อนุปริญญา หรือเทียบเท่า

   ☐ 5) ปริญญาตรี ☐ 6) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพปัจจุบัน

   ☐ 1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 2) พนักงาน หรือลูกจ้างบริษัท

   ☐ 3) พ่อค้า / แม่ค้า ☐ 4) เจ้าของกิจการ

   ☐ 5) นักเรียน / นักศึกษา ☐ 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

6. รายได้ของท่านต่อเดือน

   ☐ 1) น้อยกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,000 – 10,000 บาท

   ☐ 3) 10,001 – 20,000 บาท ☐ 4) 20,001 – 30,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

☐ 5) 30,001 – 40,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 40,000 บาท

7. วัตถุประสงค์ในการซื้อลูกชิ้นปลา

☐ 1) บริโภคเอง

☐ 2) นำไปขายในสภาพเดิม

☐ 3) นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร

☐ 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

8. สถานที่ที่ท่านซื้อลูกชิ้นปลา

☐ 1) ตลาดสด ☐ 2) ร้านขายก๋วยเตี๋ยว ☐ 3) ซูเปอร์มาร์เก็ต

☐ 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

9. รูปแบบของลูกชิ้นปลาที่ท่านเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1) กลม ☐ 2) ปิงปอง ☐ 3) รักบี้

☐ 4) บัวลอย ☐ 5) แบน (บุ๋ม) ☐ 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

10. รสชาติของลูกชิ้นปลาที่ท่านชอบ

☐ 1) หวาน ☐ 2) เค็ม ☐ 3) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

11. เนื้อสัมผัสของลูกชิ้นปลาที่ท่านชอบ

☐ 1) เหนียวนุ่ม ☐ 2) แข็งกรอบ ☐ 3) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

12. ความถี่เฉลี่ยโดยประมาณในการซื้อลูกชิ้นปลาของท่าน

☐ 1) ทุกวัน ☐ 2) 2 – 3 วันต่อครั้ง ☐ 3) 4 - 5 วันต่อครั้ง

☐ 4) สัปดาห์ละครั้ง ☐ 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

13. ราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมของลูกชิ้นปลาที่ท่านซื้อบ่อยที่สุด

☐ 1) ไม่เกิน 20 บาท ☐ 2) 20 – 30 บาท ☐ 3) 31 – 50 บาท

☐ 4) 51 – 70 บาท ☐ 5) 71 - 100 บาท ☐ 6) 101 – 150 บาท

☐ 7) 151 – 200 บาท ☐ 8) 201 – 250 บาท ☐ 9) 251 – 300 บาท

☐ 10) มากกว่า 300 บาท

14. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของท่านมากที่สุด

☐ 1) ตัวท่านเอง ☐ 2) คู่สมรส ☐ 3) เพื่อน

☐ 4) ญาติ / พี่น้อง ☐ 5) พ่อค้า / แม่ค้า

☐ 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 2</u> ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุด

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	ความอร่อย / รสชาติ					
1.2	ความสดใหม่					
1.3	ความสะอาด					
1.4	คุณค่าทางโภชนาการ					
1.5	ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ					
1.6	คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ					
1.7	สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี					
1.8	การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย					
1.9	บรรจุภัณฑ์สวยงาม					
1.10	น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์					
1.11	ระบุวันที่หมดอายุ					
1.12	ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ					
1.13	มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)					
1.14	มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)					
1.15	สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP					
1.16	ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต					
1.17	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
2. ปัจจัยด้านราคา						
2.1	ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม					
2.2	มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์					
2.3	มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก					
2.4	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
3. ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย						

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1	สถานที่ตั้งของร้าน					
3. ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (ต่อ)						
3.2	ความสะอาดของร้าน					
3.3	การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ					
3.4	ความสะดวกในการซื้อสินค้า					
3.5	ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย					
3.6	เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง					
3.7	มีสถานที่จอดรถ					
3.8	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี					
4.2	มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด					
4.3	มีการแจกสินค้าตัวอย่าง					
4.4	มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้					
4.5	มีพนักงานแนะนำสินค้า					
4.6	มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า					
4.7	มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ					
4.8	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 3</u> ปัญหา, อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการซื้อลูกชิ้นปลา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุด

ข้อที่	ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลา	ระดับปัญหา				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่					
1.2	สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า					
1.3	วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแร็กซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า					
1.4	ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง					
1.5	สินค้าด้อยคุณภาพ					
1.6	คุณภาพสินค้าไม่คงที่					
1.7	สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล					
1.8	ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตรายี่ห้อ					
1.9	น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์					
1.10	ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป					
1.11	ไม่ระบุวันที่หมดอายุ					
1.12	ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ					
1.13	ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)					
1.14	สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต					
1.15	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
2. ปัญหาด้านราคา						

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1	ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์					
ข้อที่	ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลา	ระดับปัญหา				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ปัญหาด้านราคา (ต่อ)						
2.2	ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา					
2.3	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
3. ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย						
3.1	ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ					
3.2	การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ					
3.3	ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ					
3.4	ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก					
3.5	ไม่มีสถานที่จอดรถ					
3.6	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม					
4.2	ไม่มีส่วนลด					
4.3	ไม่มีสินค้าตัวอย่าง					
4.4	ไม่มีของแถม					
4.5	ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า					
4.6	ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า					
4.7	ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ					
4.8	อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นายเอกชัย สกาวรัตนากุล

วัน เดือน ปี เกิด 8 กุมภาพันธ์ 2519

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ปีการศึกษา 2536

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2541

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2541 – 2543	หัวหน้าฝ่ายผลิต บริษัท บู้ฮวดฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
พ.ศ. 2544 – 2547	ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัท บู้ฮวดฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
พ.ศ. 2548 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท บู้ฮวดฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved