



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่.....

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา การวิจัยทางธุรกิจ หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยคำตอบที่ได้
จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามนี้ใช้สอบถามเฉพาะผู้ที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปเท่านั้น

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตาม
ข้อมูลและความเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 20 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51- 60 ปี

61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

อื่น ๆ (ระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

มัธยมศึกษา / ปวช., ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... |

6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001-25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001 บาทขึ้นไป |

7. ลักษณะที่อยู่อาศัยของท่าน

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว | <input type="checkbox"/> ทาวน์เฮ้าส์ |
| <input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม | <input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนท์ / แฟลต |
| <input type="checkbox"/> อาคารพาณิชย์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... |

8. ปัจจุบันท่านเลี้ยงสุนัขทั้งหมด.....ตัว

9. วัตถุประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อบ้าน | <input type="checkbox"/> เป็นเพื่อนเล่นกับบุตรหลาน |
| <input type="checkbox"/> เป็นเพื่อแก้เหงา | <input type="checkbox"/> สงสาร/เอ็นดู |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... | |

10. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกให้อาหารสุนัขสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> คุณค่าสารอาหารที่ได้รับมีความแตกต่างจากอาหารที่เหลือจากครัวเรือน |
| <input type="checkbox"/> เคยทดลองให้อาหารสุนัขสำเร็จรูป และสุนัขชอบกิน |
| <input type="checkbox"/> ราคาประหยัดกว่าการให้อาหารที่เหลือจากครัวเรือน |
| <input type="checkbox"/> สะดวกและง่ายกว่าการให้อาหารที่เหลือจากครัวเรือน |
| <input type="checkbox"/> ไม่มั่นใจในคุณภาพของอาหารที่เหลือจากครัวเรือน |
| <input type="checkbox"/> สุนัขทานแล้วได้รับผลรับที่ดีและมีประโยชน์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ					
2. คุณค่าทางสารอาหาร					
3. รสชาติของอาหาร					
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์					
5. มีหลายสูตรเหมาะกับสุนัขแต่ละวัย					
6. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
7. กลิ่นของอาหาร					
8. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์					
9. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์					
10. มีสูตรที่เหมาะสมกับสุนัขแต่ละพันธุ์ (สุนัขสายพันธุ์เล็ก, กลาง และใหญ่)					
11. อาหารมีให้เลือกหลายรูปแบบทั้งชนิดแห้ง และแบบชนิดเปียก(เนื้อก้อน)					
12. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์					
13. มีบริการหลังการขาย (รับประกันสินค้า)					
14. ราคามาตรฐาน					
15. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
16. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
17. ราคาต่ำเพราะเป็นของที่ผลิตในประเทศ					
18. ราคาสูงเพราะเป็นของที่ผลิตจาก ต่างประเทศ					
19. หาซื้อสินค้าได้สะดวก					
20. บริการสั่งซื้อทาง INTERNET					
21. ภายในร้านมีการจัดแสดงสินค้าให้น่าสนใจ					
22. สะดวกต่อการเดินทาง					
23. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์					
24. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ ส่วนลด มีของแถม หรือของขวัญ					

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25. มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์					
26. แผ่นพับที่มีสีสันสะดุดตา สวยงามเกี่ยวกับ คุณค่าที่ได้รับ					
27. มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้เกี่ยวกับ สัตว์เลี้ยง					
28. มีการจัดประกวดสุนัข					
29. มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้					
30. มีพนักงานให้คำแนะนำสินค้า					

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวรสสุคนธ์ ชมพันธุ์
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤษภาคม 2516
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2540
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่ประสานงานการตลาด บริษัท ซี อาร์ ซี สपोर्ट จำกัด (พ.ศ. 2541 – 2543) ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท โทเทิล แอนด์ซัน จำกัด (พ.ศ. 2543 – 2545) ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท ดันล้อปฟิลโล่ (ประเทศไทย) จำกัด (พ.ศ. 2545 – 2547) ผู้จัดการการตลาด แผนกสินค้ากอล์ฟ บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด (เซ็นทรัลมาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป) (พ.ศ.2548 – ปัจจุบัน)