



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถามเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทองรูปพรรณของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

คำชี้แจง : เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทองรูปพรรณของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งคำตอบที่ได้รับครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำไปใช้เพื่อการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของการค้นคว้า วิจัย จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลมา ณ ที่นี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง []

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. สถานภาพสมรส

[] 1. โสด

[] 2. สมรส

[] 3. ม่าย (หย่าร้าง)

3. อายุ

[] 1. 18-25 ปี

[] 2. 26-35 ปี

[] 3. 36-45 ปี

[] 4. 46-55 ปี

[] 4. มากกว่า 55 ปี ขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

[] 1. ประถมศึกษา

[] 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

[] 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

[] 4. อนุปริญญา / ปวส. / ปวท.

[] 5. ปริญญาตรี

[] 6. สูงกว่าปริญญาตรี

5. บริษัทของท่านจัดอยู่ในประเภทอุตสาหกรรม

[] 1. อิเล็กทรอนิกส์

[] 2. การเกษตร

[] 3. อาหารและ

เครื่องดื่ม

[] 4. การก่อสร้าง

[] 5. ชิ้นส่วนและอุปกรณ์

[] 6. แปรรูปไม้

[] 7. อัญมณีและเครื่องประดับ

[] 8. เครื่องหนัง

[] 9. อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. ลักษณะหน้าที่ของท่านในบริษัท

[] 1. แม่บ้าน / คนสวน / คนขับรถ / พนักงานรักษาความปลอดภัย

[] 2. งานปฏิบัติการทางการผลิต

[] 3. งานช่างเทคนิค

[] 4. งานปฏิบัติการทางสำนักงาน เอกสาร เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

[] 5. งานใช้ความรู้เฉพาะทาง เช่น วิศวกร นักออกแบบ นักเคมี

- [] 6. หัวหน้างาน / หัวหน้าแผนก
- [] 7. ผู้จัดการ / ผู้บริหาร
- [] 8. อื่นๆ (โปรดระบุ)
7. ลักษณะรายได้ที่ได้รับ
- [] 1. รายวัน
- [] 2. รายเดือน
- [] 3. อื่นๆ (โปรดระบุ)
8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- [] 1. ต่ำกว่า 4,800 บาท
- [] 2. 4,800 - 7,000 บาท
- [] 3. 7,001 - 10,000 บาท
- [] 4. 10,001 - 15,000 บาท
- [] 5. 15,001 - 20,000 บาท
- [] 6. 20,001 - 30,000 บาท
- [] 6. สูงกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทองรูปพรรณ

2.1 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อทองรูปพรรณ

9. ประเภทของทองรูปพรรณที่ท่านสนใจซื้อมากที่สุด
- [] 1. สร้อยคอ
- [] 2. แหวน
- [] 3. ต่างหู
- [] 4. กำไล / สร้อยข้อมือ
- [] 5. จี้
- [] 6. กรอบพระเครื่อง
- [] 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)
10. ท่านมักซื้อทองรูปพรรณจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [] 1. ซื้อจากร้านขายทองรูปพรรณที่อยู่ใกล้ถนนอุตสาหกรรม (เช่น ตลาดสันป่าฝ้าย ตลาดศรีบุญยืน เป็นต้น)
- [] 2. ซื้อจากร้านขายทองรูปพรรณที่อยู่ใกล้ตลาด หรือตั้งขายทั่วไปตามแนวถนน (ยกเว้นข้อ 1)
- [] 3. ซื้อจากร้านทองรูปพรรณที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า
- [] 4. ซื้อจากร้านรับสั่งทำทองรูปพรรณโดยเฉพาะ
- [] 5. ซื้อจากคนกลางที่นำมาขายปลีกในโรงงาน โดยการผ่อนชำระ หรือการให้เครดิตการชำระ
- [] 6. ซื้อจากเจ้ามือหอยโดยวิธีการเล่นหอย ภายในโรงงานอุตสาหกรรม
- [] 7. ซื้อจากท้าวแชร์โดยวิธีการเล่นแชร์ ภายในโรงงานอุตสาหกรรม
- [] 8. ซื้อจากเพื่อนร่วมงานที่ขายทองรูปพรรณมือสอง หรือหลุดจํานําในราคาต่ำ ภายในโรงงานอุตสาหกรรม
- [] 9. อื่นๆ (โปรดระบุ)
11. ช่วงเวลาที่ซื้อทองรูปพรรณของท่าน
- [] 1. ช่วงสิ้นเดือน หรือช่วงรับเงินค่าจ้าง
- [] 2. ช่วงสิ้นปี หรือช่วงโบนัสออก
- [] 3. โอกาสพิเศษ
- [] 4. วันหยุด หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์
- [] 5. วันทำงานปกติในช่วงพัก หรือเลิกงาน
- [] 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

12. ลักษณะการซื้อทองรูปพรรณของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] 1. เปลี่ยนรูปแบบ หรือสวดลายใหม่โดยเอาของเก่าไปเปลี่ยน และไม่เพิ่มน้ำหนักทองรูปพรรณ
 [] 2. เปลี่ยนรูปแบบ หรือสวดลายใหม่โดยเอาของเก่าไปเปลี่ยน และเพิ่มน้ำหนักทองรูปพรรณ
 [] 3. ซื้อทองรูปพรรณมาใหม่โดยไม่ขายของเดิม
 [] 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

13. ปริมาณการซื้อทองรูปพรรณของท่านแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย

- [] 1. น้ำหนักต่ำกว่า และไม่เกิน 50 สตางค์ [] 2.หนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท
 [] 3.หนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท [] 4.หนักมากกว่า 5 บาทขึ้นไป

14. จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อทองรูปพรรณของท่าน

- [] 1. น้อยกว่า 3 เดือนต่อครั้ง [] 2. 3 – 6 เดือนต่อครั้ง
 [] 3. 7 – 12 เดือนต่อครั้ง [] 4. 2 – 3 ปีต่อครั้ง
 [] 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

15. ท่านมักซื้อทองรูปพรรณโดยชำระเงินแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] 1. ชำระเงินสด [] 2. ชำระบัตรเครดิต อีออน เฟริสช้อยส์
 [] 3. การผ่อนชำระเป็นงวดๆ โดยอาศัยเครดิตจากรู้จัก หรือความไว้วางใจระหว่างผู้ผ่อนกับผู้ให้ผ่อน
 [] 4. ชำระโดยการเล่นหวยกับพนักงานภายในบริษัท
 [] 5. ชำระโดยการเล่นแชร์กับพนักงานภายในบริษัท [] 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของรูปพรรณ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ของระดับอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการซื้อของรูปพรรณ

2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางด้านตลาด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของรูปพรรณ	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ที่ท่านพิจารณา คือ					
16. รูปแบบของรูปพรรณที่ทันสมัย					
17. รูปแบบของรูปพรรณที่ได้รับความนิยม					
18. การบริการ เช่น การสั่งซื้อ การจัดส่ง การรับประกัน					
19. ชื่อเสียงของคนกลาง เจ้ามือหอย ท้าวแซร์ หรือครา ร้านทอง					
20. อื่นๆ (โปรดระบุ)					
ด้านราคาที่ท่านพิจารณา คือ					
21. ราคามาตรฐาน ที่ขึ้นลงตามตลาด					
22. ราคาสูงกว่ามาตรฐานแต่สามารถชำระ โดยการผ่อนชำระ การเล่นแซร์ เล่น หอย หรือใช้บัตรเครดิตได้					
23. อัตราดอกเบี้ยจากการผ่อนชำระ					
24. ราคาหอยที่ซื้อต่อเลขแต่ละตัว					
25. จำนวนเงินที่ต้องจ่ายแต่ละงวดจากการผ่อนชำระ หรือเล่นแซร์					
26. ระยะเวลาการชำระเงิน					
27. ความสามารถในการต่อรอง					
28. การวางเงินคาวน หรือค้ำประกัน					
29. อื่นๆ (โปรดระบุ)					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ ร้านขาย/ คนกลาง/ เจ้ามือหอย/ ท้าวแซร์ ที่ท่านพิจารณา คือ					
30. สามารถติดต่อสื่อสารกับร้าน/ คนกลาง/ เจ้ามือหอย/ ท้าวแซร์ ได้สะดวก					
31. อยู่บริเวณนิคมอุตสาหกรรมเพื่อสะดวกในการซื้อในเวลาพัก หรือเลิกงาน					
32. สามารถซื้อได้ในที่ทำงาน โดยไม่ต้องออกไปซื้อข้างนอก หรือจากร้าน					
33. อื่นๆ (โปรดระบุ)					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทองรูปพรรณ	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
34. รูปแบบการชำระเงินที่หลากหลายนอกจากการชำระด้วยเงินสดอย่างเดียว เช่น การผ่อนชำระ การเล่นแชร์ เล่นหวย หรือซื้อมือสอง เป็นต้น					
35. การให้ของแถม เช่น กระเป๋าร่ม แก้วน้ำ หรือแสตมป์สะสม เป็นต้น					
36. มีการโฆษณาในที่ทำงาน โดยวิธีการบอกต่อกัน					
37. อื่นๆ (โปรดระบุ)					

2.2.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทองรูปพรรณ	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านวัฒนธรรม ที่ท่านพิจารณา คือ					
38. การนิยมสวมใส่ทองรูปพรรณของคนไทย					
39. การนิยมให้เป็นของขวัญ ของกำนัล ของหมั้นตามประเพณีไทย					
40. ความเชื่อว่าสวมใส่เพื่อสิริมงคล มีโชคลาภ					
41. รสนิยมการสวมใส่เครื่องประดับทองรูปพรรณที่เพิ่มขึ้นตามอายุ					
42. วัฒนธรรมต่างชาติ ที่มีผลต่อการสวมใส่ทองรูปพรรณ					
43. อื่นๆ (โปรดระบุ)					
ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ที่ท่านพิจารณา คือ					
44. ชื่อทองรูปพรรณเพื่อการประดับและตกแต่งร่างกาย					
45. ชื่อทองรูปพรรณเพื่อการออมทรัพย์ และเก็งกำไรจากราคาที่ปรับเพิ่มขึ้น					
46. ชื่อทองรูปพรรณเนื่องจากเปลี่ยนเป็นเงินสดได้รวดเร็ว (ขาย/จำนำ)					
47. ชื่อทองรูปพรรณเนื่องจากการชื่นชอบส่วนบุคคล					
48. ชื่อทองรูปพรรณเพิ่มขึ้นตามฐานะด้านการเงินที่สูงขึ้น					
49. ชื่อทองรูปพรรณเพิ่มขึ้นตามบทบาท หน้าที่การงานที่สูงขึ้น					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของรูปพรรณ	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
50. อื่นๆ (โปรดระบุ)					
ด้านสังคม และจิตวิทยา ที่ท่านพิจารณา คือ					
51. ชื่อของรูปพรรณเพื่อสร้างภาพพจน์ด้านฐานะการเงิน					
52. ชื่อของรูปพรรณเพื่อสร้างภาพพจน์ด้านบทบาทหน้าที่การทำงาน					
53. ชื่อของรูปพรรณตามแบบอย่าง สังคม					
54. การถูกชักชวนให้ซื้อและสวมใส่ทองรูปพรรณจากพ่อแม่ เพื่อน แฟน					
55. อื่นๆ (โปรดระบุ)					

จำนวนพนักงานของบริษัทที่เปิดดำเนินการ 64 โรงงาน โดยจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

1. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	23,547 คน
2. อุตสาหกรรมกระดาษ	169 คน
3. อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม	882 คน
4. อุตสาหกรรมก่อสร้าง	156 คน
5. อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	2,594 คน
6. อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	518 คน
7. อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ	2,185 คน
8. อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	337 คน
9. อุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ ถุงมือกอล์ฟ เครื่องสำอาง ฯลฯ	<u>289</u> คน
	<u>37,312</u> คน

ที่มา: สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

30 มิถุนายน 2546

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวเสาวลักษณ์ ผัดคำมูล
วัน เดือน ปี เกิด	22 พฤศจิกายน 2521
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสันป่าตองวิทยาคม เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาอัญมณีวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2544
ประสบการณ์	2544 Jewelry Designer, บริษัท เอส. เอ็ม. วี (ไทยแลนด์) จำกัด 2544-2547 Operating Officer, บริษัท เอส. เอ็ม. วี (ไทยแลนด์) จำกัด 2547-ปัจจุบัน ค้าขายสินค้าเกษตร พาณิชยกรรมสินค้าพืชผล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved