



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

## คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความคิดเห็นและข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบถือเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บหน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1. เพศ

1. ( ) ชาย

2. ( ) หญิง

## 2. อายุ

1. ( ) ไม่เกิน 20 ปี

2. ( ) 21 - 30 ปี

4. ( ) 31 - 40 ปี

5. ( ) 41 - 50 ปี

6. ( ) 51 ปีขึ้นไป

## 3. อาชีพ

1. ( ) นักเรียน/นักศึกษา

2. ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3. ( ) ธุรกิจส่วนตัว

4. ( ) พนักงานบริษัทเอกชน

5. ( ) รับจ้างทั่วไป

6. ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## 4. สถานภาพ

1. ( ) โสด  
2. ( ) สมรส  
3. ( ) ม่าย/หย่าร้าง

## 5. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน

1. ( ) 1-3 คน  
2. ( ) 4-6 คน  
3. ( ) 7-9 คน  
4. ( ) 10 คนขึ้นไป

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ( ) ไม่เกิน 5,000 บาท  
2. ( ) 5,001 - 10,000 บาท  
3. ( ) 10,001 - 20,000 บาท  
4. ( ) 20,001 - 30,000 บาท  
5. ( ) 30,001 บาทขึ้นไป

## 7. ระดับการศึกษา

1. ( ) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า  
2. ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น  
3. ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / เทียบเท่า  
4. ( ) อนุปริญญา / เทียบเท่า  
5. ( ) ปริญญาตรี / เทียบเท่า  
6. ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

## 8. ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ท่านเลือกซื้ออย่างไร (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) ซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์  
2. ( ) ซื้อจากร้านขายเฟอร์นิเจอร์ในศูนย์การค้า  
3. ( ) ซื้อจากโชว์รูมจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ตั้งอยู่ตามย่านชุมชน  
4. ( ) ซื้อจากผู้ขายอิสระตามตลาดนัด  
5. ( ) ซื้อจากร้านค้าสมัยใหม่ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์เซ็นเตอร์  
6. ( ) ซื้อตามบู๊ทที่จัดงานเฟอร์นิเจอร์แฟร์ตามสถานที่ต่างๆ  
7. ( ) ซื้อจากโฮมแคตตาล็อก  
8. ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                       |                        |
|---------------------------------------|------------------------|
| 1. ( ) มีความทนทาน                    | 2. ( ) มักมีราคาถูก    |
| 3. ( ) มีการออกแบบสวยงาม              | 4. ( ) คุณเป็นธรรมชาติ |
| 5. ( ) คุณมีรสนิยม                    | 6. ( ) มีแบบที่ทันสมัย |
| 7. ( ) สินค้ามีรูปแบบหลากหลายให้เลือก | 8. ( ) อื่นๆ.....      |

10. โอกาสที่ท่านเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) แต่งบ้านใหม่
2. ( ) ต้องการเฟอร์นิเจอร์ใหม่มาเปลี่ยนแทนของเดิม
3. ( ) ต่อเติมบ้านจึงต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติม
4. ( ) เมื่อมีงบประมาณที่จะซื้อได้
5. ( ) แล้วแต่โอกาส
6. ( ) ซื้อตามความจำเป็นต้องใช้ เช่นซื้อคอมพิวเตอร์จึงต้องการโต๊ะคอมพิวเตอร์
7. ( ) อื่นๆ

11. ท่านมักจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ราคาประมาณเท่าใด

1. ( ) ไม่เกิน 1,000 บาทต่อชิ้น
2. ( ) 1,001 – 5,000 บาทต่อชิ้น
3. ( ) 5,001 – 10,000 บาทต่อชิ้น
4. ( ) 10,001 – 15,000 บาทต่อชิ้น
5. ( ) 15,001 – 20,000 บาทต่อชิ้น
6. ( ) 20,001 บาท ขึ้นไป

12. ส่วนใหญ่ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้โดย

1. ( ) จ่ายเงินสด
2. ( ) ผ่อนชำระ
3. ( ) ทั้งสองวิธี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

13. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ท่านชอบซื้อ**มากที่สุด**คือเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ประเภทใด

- 1.( ) ไม้ยางพารา
- 2.( ) ไม้สัก
- 3.( ) ไม้เต็ง
- 4.( ) ไม้แดง
- 5.( ) ไม้โอ๊ก
- 6.( ) ไม้เนื้อแข็งชนิดใดก็ได้
- 7.( ) ไม้ชนิดใดก็ได้ที่มีลายสวยงาม
- 8.( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

14. ท่านคิดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดใด**ทนทานที่สุด**

- 1.( ) ไม้ยางพารา
- 2.( ) ไม้สัก
- 3.( ) ไม้เต็ง
- 4.( ) ไม้แดง
- 5.( ) ไม้โอ๊ก
- 6.( ) ไม้เนื้อแข็งชนิดใดก็ได้
- 7.( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

15. ท่านคิดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดใด**สวยที่สุด**

- 1.( ) ไม้ยางพารา
- 2.( ) ไม้สัก
- 3.( ) ไม้เต็ง
- 4.( ) ไม้แดง
- 5.( ) ไม้โอ๊ก
- 6.( ) ไม้เนื้อแข็งชนิดใดก็ได้
- 7.( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านคิดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดใดแพงที่สุด

1. ( ) ไม้ยางพารา
2. ( ) ไม้สัก
3. ( ) ไม้เต็ง
4. ( ) ไม้แดง
5. ( ) ไม้โอ๊ก
6. ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

17. ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ในห้องใดบ่อยที่สุด

1. ( ) ห้องอาหาร
2. ( ) ห้องครัว
3. ( ) ห้องนอน
4. ( ) ห้องรับแขก
5. ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

18. ท่านเคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ชิ้นใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) โต๊ะเก้าอี้ ชุดทานอาหาร
2. ( ) เตียง ตู้เสื้อผ้า
3. ( ) ชุดรับแขก
4. ( ) โต๊ะ เก้าอี้ทำงาน
5. ( ) โต๊ะ เก้าอี้ของเด็ก
6. ( ) ตู้ติดผนัง ชั้นวางของห้องครัว
7. ( ) ตู้โชว์
8. ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้  
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ใกล้เคียงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ยี่ห้อของผู้ผลิต					
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
3. ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร					
4. สีที่สวยงาม					
5. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก					
6. ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก					
7. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างไม่ซ้ำแบบใคร					
8. ผลิตภัณฑ์ดูไม่ล้าสมัย					
9. สะดวกในการใช้สอย					
10. สะดวกในการจัดเก็บ					
11. ประโยชน์ใช้สอยมีมาก					
12. น้ำหนักของตัวผลิตภัณฑ์					
13. ใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สีสวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่ผุ หรือไม่จืดง่าย					
14. มีบริการขนส่ง					
15. สามารถสั่งผลิตสินค้าตามความต้องการได้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
<b>ด้านราคา</b>					
1. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายที่เท่ากันในทุกแหล่งที่มีขาย					
4. สามารถต่อรองราคาได้					
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
6. สามารถผ่อนชำระได้/ซื้อด้วยบัตรเครดิต					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกัน หลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการ เลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์					
4. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ					
5. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถ มองเห็นได้ชัดเจน					
6. การจัดสถานที่จำหน่ายสวยงาม					
7. สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
8. สามารถที่จำหน่ายอยู่ในร้านค้า สมัยใหม่ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์					
9. เวลาเปิด – ปิดร้านจำหน่าย					



ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง					
2. มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย การลดแลกแจกแถม					
3. การออกงานแสดงสินค้า และนิทรรศการ					
4. การให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย					
5. พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี					
6. พนักงาน/ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ					
7. พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว					
8. การลดราคาหรือแถมสินค้า					
9. การแถมอุปกรณ์ตกแต่ง เช่น ช้อนโต๊ะ อาหาร แคมป์ปูโต๊ะ					
10. มีเว็บไซต์ของกิจการ					
11. ผู้ผลิตจ้างแรงงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน					
12. มีบัตรสมาชิกให้ และสามารถนำบัตรสมาชิกไปซื้อสินค้าโดยให้ส่วนลด					
13. มีการออกไปรับประกันสินค้าให้					
14. มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการตอบ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีปัญหา (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ยี่ห้อของผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง					
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ดี					
3. ผลิตภัณฑ์เก่าเร็ว					
4. สีของผลิตภัณฑ์ ถลอก หรือซีดเร็ว					
5. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบให้เลือกน้อย/ไม่มี					
6. ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกน้อย/ไม่มี					
7. ผลิตภัณฑ์มีแมลง มอด ปลวก กัดกิน					
8. ผลิตภัณฑ์แตกหักง่าย					
9. ผลิตภัณฑ์ฟู หรือ ขึ้นราง่าย					
10. ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักรวม ทำให้เคลื่อนย้ายลำบาก					
11. ไม่มีบริการขนส่งสินค้า					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายไม่เท่ากันในแต่ละขายต่าง ๆ					
4. ไม่สามารถต่อรองราคาได้					
5. ไม่มีระบบขายแบบผ่อนชำระ/ซื้อด้วยบัตรเครดิต					
6. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
7. เฟอ์รนี่เจอร์ไม่มีราคาแพง					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีปัญหา (1)
ด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลบ้าน / ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายไม่มีที่จอดรถ					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลแหล่งธุรกิจ					
4. ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายมองเห็นไม่ชัดเจน					
5. การจัดสถานที่ไม่สวยงาม					
6. สถานที่ที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม่มีจำนวนน้อย หาที่ซื้อยาก					
7. ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
8. เวลาเปิด-ปิด					



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวมิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์
วัน เดือน ปี เกิด	18 กรกฎาคม 2516
ประวัติการศึกษา	มนุษยศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2538
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2538 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด บริษัท เชียงใหม่ดำรงอุตสาหกรรม จำกัด พ.ศ. 2540 ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป บริษัท เชียงใหม่ดำรงอุตสาหกรรม จำกัด พ.ศ. 2541 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ซีเอ็มดี วู้ดเด็นท์โปรดักส์ จำกัด พ.ศ. 2546 กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีเอ็มดี วู้ดเด็นท์ โปรดักส์ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved