



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์ผลไม้ของผู้บริโภค
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระในระดับปริญญาโท สาขา การจัดการ
อุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจาก
ท่านในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากท่านจะนำไปวิเคราะห์ และเสนอในภาพรวม
โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบ
แบบสอบถาม และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นายกิตติสุข ดำรงศรี

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกตอบข้อละ 1 คำตอบ)

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง/หม้าย

3. อายุ

1. 20 – 30 ปี 2. 31 – 40 ปี 3. 41 – 50 ปี
4. มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป

4. อาชีพหลักของท่าน

1. นักศึกษา 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. รับจ้าง/ลูกจ้าง
5. ธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้ต่อเดือน/คน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,000-15,000 บาท
3. 15,001 – 25,000 บาท 4. 25,001 – 35,000 บาท
5. มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | 2. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น |
| 3. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย | 4. <input type="checkbox"/> ปวช.,ปวส., หรือเทียบเท่า |
| 5. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | 6. <input type="checkbox"/> ปริญญาโทหรือสูงกว่า |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการบริโภคไวน์ผลไม้

1. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านเลือกบริโภคไวน์ผลไม้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> รสชาติดี | 2. <input type="checkbox"/> เชื่อมั่นในคุณภาพ |
| 3. <input type="checkbox"/> ราคาไม่แพง | 4. <input type="checkbox"/> มีประโยชน์ต่อสุขภาพ |
| 5. <input type="checkbox"/> การโฆษณา | 6. <input type="checkbox"/> มีผู้อื่นแนะนำ |
| 7. <input type="checkbox"/> หาซื้อได้ง่าย | 8. <input type="checkbox"/> ออยากทดลอง |
| 9. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

2. ท่านชอบดื่มไวน์ผลไม้ประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ไวน์ลำไย | 2. <input type="checkbox"/> ไวน์สับปะรด |
| 3. <input type="checkbox"/> ไวน์ลิ้นจี่ | 4. <input type="checkbox"/> ไวน์มังคุด |
| 5. <input type="checkbox"/> ไวน์กระท้อน | 6. <input type="checkbox"/> ไวน์สตรอเบอรี่ |
| 7. <input type="checkbox"/> ไวน์มะขาม | 8. <input type="checkbox"/> ไวน์ลูกหม่อน |
| 9. <input type="checkbox"/> ไวน์มะเฟือง | 10. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

3. ท่านชอบดื่มไวน์ผลไม้ยี่ห้อใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ไวน์อุโมงค์ | 2. <input type="checkbox"/> ลาซองเต้ (เขียงรายไวน์เนอร์) |
| 3. <input type="checkbox"/> ไวน์ดีทะเลปูน | 4. <input type="checkbox"/> ไวน์แม่ปิง |
| 5. <input type="checkbox"/> ไม่สนใจยี่ห้อ | 6. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

4. ท่านดื่มไวน์ผลไม้มานานเท่าใด

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | 2. <input type="checkbox"/> 1-3 ปี |
| 3. <input checked="" type="checkbox"/> 4-6 ปี | 4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ปี |

5. ความถี่ในการบริโภคไวน์

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละครั้ง | 2. <input type="checkbox"/> เดือนละครั้ง |
| 3. <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 เดือน | 4. <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

6. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์ผลไม้ (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | 2. <input type="checkbox"/> คู่สมรส / บุคคลในครอบครัว |
| 3. <input type="checkbox"/> เพื่อน | 4. <input type="checkbox"/> พนักงานขาย |
| 5. <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง | 6. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

7. ท่านมีวิธีการเลือกซื้อไวน์ผลไม้อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ | 2. <input type="checkbox"/> พิจารณาจากประเภทของไวน์ผลไม้ |
| 3. <input type="checkbox"/> ดูจากขนาดของภาชนะบรรจุ | 4. <input type="checkbox"/> ประโยชน์ที่ได้รับแต่ละประเภทของไวน์ผลไม้ |
| 5. <input type="checkbox"/> เลือกยี่ห้อที่คุ้นเคย | 6. <input type="checkbox"/> พิจารณาจากฉลากและข้อมูลผลิตภัณฑ์ |
| 7. <input type="checkbox"/> ดูจากราคา | 8. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

8. ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจซื้อไวน์ผลไม้ ท่านทำการเปรียบเทียบราคาของไวน์แต่ละยี่ห้อหรือไม่

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> มีการเปรียบเทียบ | 2. <input type="checkbox"/> ไม่มีการเปรียบเทียบ |
|--|---|

9. ท่านคิดว่าขนาดต่อราคาของไวน์ผลไม้ลักษณะใดที่เหมาะสมที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> เล็ก / ต่ำกว่า30บาท | 2. <input type="checkbox"/> เล็ก / 30-35บาท |
| 3. <input type="checkbox"/> เล็ก / 36-40บาท | 4. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / ต่ำกว่า200บาท |
| 5. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / 201-250บาท | 6. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / 251-300บาท |
| 7. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / 301-350บาท | 8. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / 351- 400บาท |
| 9. <input type="checkbox"/> ใหญ่ / มากกว่า400บาท | 10. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

10. การซื้อไวน์ผลไม้ของท่านเป็นลักษณะใด

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> มีร้านประจำ | 2. <input type="checkbox"/> ไม่มีร้านประจำ |
|---|--|

11. ท่านซื้อไวน์ผลไม้จากสถานที่ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ร้านจำหน่ายไวน์และสุรา | 2. <input type="checkbox"/> ร้านจำหน่ายไวน์สนามบินเชียงใหม่ |
| 3. <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | 4. <input type="checkbox"/> ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี หรือโลตัส ฯลฯ |
| 5. <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร | 6. <input type="checkbox"/> ร้านขายของที่ระลึก |
| 7. <input type="checkbox"/> หน้าโรงงานผลิต | 8. <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

12. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับไวน์ผลไม้ได้อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แผ่นป้ายโฆษณา
2. การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก
3. โฆษณาจากสื่อวิทยุ
4. โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์
5. อินเทอร์เน็ต
6. สื่อหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารสุขภาพ
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์ผลไม้ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด) โดยให้ทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างทุกหัวข้อที่ท่านคิดว่ามีผลสำหรับการตัดสินใจซื้อ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|--|---|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ชนิดของผลไม้ที่ใช้ทำไวน์ | | | | | |
| 2. มีรสชาติดี | | | | | |
| 3. ความชุ่มชื้นของน้ำไวน์ | | | | | |
| 4. สีของน้ำไวน์ เช่น สีแดง สีขาว | | | | | |
| 5. กลิ่นของไวน์ | | | | | |
| 6. ความแรงของแอลกอฮอล์ | | | | | |
| 7. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ | | | | | |
| 8. ยี่ห้อเป็นที่คุ้นเคย | | | | | |
| 9. มีข้อมูลระบุแหล่งผลิต | | | | | |
| 10. มีเครื่องหมายประกันคุณภาพสินค้า เช่น มพช. มอก. | | | | | |
| 11. มีการระบุ วันเดือนปี ที่ผลิต และวันหมดอายุ | | | | | |
| 12. มีการติดอากรแสตมป์ถูกต้องตามกฎหมาย | | | | | |
| 13. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

2. ด้านราคา

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|----------------------------------|---|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 2. มีหลายราคาให้เลือก | | | | | |
| 3. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคามากนัก | | | | | |
| 4. มีป้ายราคาชัดเจน | | | | | |
| 5. มีการลดราคาตามเทศกาลต่างๆ | | | | | |
| 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

3. ด้านการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|--|---|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ร้านจัดจำหน่ายอยู่ใกล้ชุมชน | | | | | |
| 2. ป้ายร้านค้าโดดเด่น สังเกตได้ง่าย | | | | | |
| 3. ร้านจัดจำหน่ายดูสวยงาม สะอาด | | | | | |
| 4. ร้านจัดจำหน่ายมีพื้นที่กว้างขวาง | | | | | |
| 5. บริเวณร้านจัดจำหน่ายมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวก | | | | | |
| 6. มีการจัดวางไวน์เป็นระเบียบ หาได้ง่าย | | | | | |
| 7. มีไวน์จำหน่ายเพียงพอต่อความต้องการ | | | | | |
| 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | | | | |
|--|---|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ | | | | | |
| 2. มีผลิตภัณฑ์ไวน์ตัวอย่างให้ลองชิม | | | | | |
| 3. มีการแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลพิเศษ | | | | | |
| 4. มีการจัดทำแคตตาล็อกผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า | | | | | |
| 5. มีเอกสารให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แจกกับลูกค้า | | | | | |
| 6. มีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในร้านจำหน่าย | | | | | |
| 7. มีการออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ | | | | | |
| 8. พนักงานมีอัธยาศัยดี บุคลิกภาพดี สุภาพ | | | | | |
| 9. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | | | | |

ประวัติผู้เขียน

ชื่อนามสกุล

นายกิตติสุข ดำรงศรี

วัน เดือน ปี เกิด

30 ตุลาคม 2524

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสุโขทัยวิทยาคม
จังหวัดสุโขทัย ปีการศึกษา 2543

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเกษตรศาสตร์
สาขาสัตวศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved