



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง บัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งใน
อำเภอไชยปราการ อำเภอฝาง และอำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ และ
ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะเก็บเป็นความลับ

นางจงคนา ทองจินดา ผู้ศึกษา

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. ต่ำกว่า 30 ปี 2. 31 – 40 ปี 3. 41 – 50 ปี 4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

 1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง / หม้าย 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
3. อนุปริญญา หรือ ปวส.
4. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 10,000 บาท
2. 10,000 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท
4. มากกว่า 30,000 บาท

6. ที่ตั้งกิจการ

1. อำเภอไชยปราการ
2. อำเภอฝาง
2. อำเภอแม่อาย
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

7. ในการซื้อส้มแต่ละครั้งท่านมีวิธีการซื้ออย่างไร

1. ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ
2. ซื้อโดยไม่สนใจยี่ห้อ

8. ท่านเคยซื้อส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อใดบ้าง (ตอบ ได้มากกว่า 1 ชื่อ)

1. ธนาธร
2. สันนี ควิน
3. ปูหมื่น
4. ช.เจริญ
5. สุจินต์
6. จงรักษ์
7. เอ็มเค
8. แท็บ
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อดังกล่าวเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. เชื่อมั่นในยี่ห้อของผู้ผลิต
- 2. ชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือยี่ห้อ
- 3. สัมคุณภาพดี ไม่มีลูกเน่าเสียปะปน
- 4. สัมสามารถเก็บไว้ได้นาน
- 5. สัมรสชาติดี (หวานอมเปรี้ยวตามลักษณะประจำพันธุ์ของส้มสายน้ำผึ้ง)
- 6. มีการรับรองความปลอดภัยด้านสารเคมีตกค้างจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ในการซื้อส้มสายน้ำผึ้งแต่ละครั้ง ท่านซื้อจำนวนเท่าใด

- 1. น้อยกว่า 50 กิโลกรัม
- 2. 50 – 100 กิโลกรัม
- 3. 101 – 1,000 กิโลกรัม
- 4. มากกว่า 1,000 กิโลกรัม

11. ความถี่ในการซื้อส้มสายน้ำผึ้งในแต่ละครั้ง

- 1. ทุกวัน
- 2. สองถึงสามวันต่อครั้ง
- 3. สัปดาห์ละครั้ง
- 4. นาน ๆ ครั้ง
- 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. โดยปกติท่านซื้อส้มสายน้ำผึ้งในลักษณะใด

- 1. ซื้อด้วยเงินสด
- 2. ซื้อโดยการให้เครดิต
- 3. ซื้อด้วยเงินสดและให้เครดิต
- 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อส้มสายน้ำผึ้งจากแหล่งใด

- 1. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์
- 2. การโฆษณาทางวิทยุ
- 3. ป้ายโฆษณา
- 4. การโฆษณาทางใบปลิว / แผ่นพับ
- 5. ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อน
- 6. ข้อมูลจากผู้ผลิตโดยตรง
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งมากน้อยเพียงใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในแต่ละปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป					
2. บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง					
3. ปราศจากสารพิษตกค้าง					
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี					
5. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง					
6. สามารถเก็บรักษาได้นาน โดยไม่เสียหาย					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านราคา					
11. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
12. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
13. ราคามีความแน่นอน เป็นไปตามกลไกตลาด					
14. ราคาถูกเมื่อเทียบกับผู้ผลิตอื่น					
15. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสัมผายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านการจัดจำหน่าย					
16. ระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง					
17. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ					
18. มีบริการจัดส่งถึงที่					
19. ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา					
20. สถานที่มีความสะอาด					
21. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
22. รับเปลี่ยนสินค้ากรณีมีปัญหา					
23. มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุ สินค้า					
24. มีระยะเวลาในการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง					
25. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์					
26. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง					
27. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม					
28. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านปัญหา / อุปสรรค ของผู้ค้าส่งที่มีต่อการซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

ท่านคิดว่าปัญหาต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งมากน้อยเพียงใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในแต่ละปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญ

1. ปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ตกเกรด
- 2. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน
- 3. ผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง
- 4. สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ค้าส่ง
- 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ปัญหาและอุปสรรคด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มีป้ายราคาระบุไว้อย่างชัดเจน
- 2. ต้องเสียค่าบริการอื่นนอกเหนือจากราคาของส้ม เช่น ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ
- 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มีการจัดความเป็นระเบียบในเรื่องการจัดเรียงสินค้า
- 2. ไม่ปรับเปลี่ยนสถานที่ให้บริการตามความต้องการของผู้ค้าส่ง
- 3. เส้นทางขนส่งไม่สะดวก
- 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มีความรวดเร็วในการให้บริการ
- 2. ไม่มีการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ เช่น วันหยุดพิเศษ
- 3. พนักงานผู้ให้บริการไม่มีความสุภาพ ต่อผู้ค้าส่ง
- 4. ไม่มีส่วนลด หรือส่วนลดที่ได้รับไม่ได้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการซื้อเพิ่ม
- 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางจกณา ทองจินดา
วัน เดือน ปีเกิด	12 พฤษภาคม พ.ศ. 2500
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย การศึกษานอกโรงเรียน อำเภอฝาง ปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะ บริหารธุรกิจ สาขาวิชา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2546
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2533 – ปัจจุบัน ห้างหุ้นส่วนจำกัดอ่างขางเซอร์วิส ตำแหน่ง หุ้นส่วนผู้จัดการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved