



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดเชียงใหม่
Retailing Marketing Mixed Factors Affecting the Decision on Purchasing Teak
Wood Furniture of Thai Tourists in Chiang Mai Province

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงในช่อง () หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริง

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () ไม่เกิน 20 ปี

2. () 21-30 ปี

3. () 31-40 ปี

4. () 41-50 ปี

5. () 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1. () นักเรียน/นักศึกษา

2. () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3. () ธุรกิจส่วนตัว

4. () พนักงานบริษัทเอกชน

5. () รับจ้างทั่วไป

6. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. สถานภาพ

1. () โสด

2. () สมรส

3. () ม่าย/หย่าร้าง

5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

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. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () มีความทนทาน
 2. () มีการออกแบบสวยงาม
 3. () คุณมีรสนิยม
 4. () สินค้ามีรูปแบบหลากหลายให้เลือก
 5. () มักมีราคาถูก
 6. () คุณเป็นธรรมชาติ
 7. () มีแบบที่ทันสมัย
 8. () อื่น ๆ

9. ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ท่านเลือกซื้ออย่างไร (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ซื้อ โดยตรงจากผู้ผลิต โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์
 2. () ซื้อจากร้านขายเฟอร์นิเจอร์ในศูนย์การค้า
 3. () ซื้อจากโชว์รูมจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ตั้งอยู่ตามย่านชุมชน
 4. () ซื้อจากผู้ขายอิสระตามตลาดนัด
 5. () ซื้อจากร้านค้าสมัยใหม่ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์เซ็นเตอร์
 6. () ซื้อตามบู๊ทที่จัดงานเฟอร์นิเจอร์แฟร์ตามสถานที่ต่าง ๆ
 7. () ซื้อจากโฮมแคตตาล็อก
 8. () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. โอกาสที่ท่านเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () แต่งบ้านใหม่
2. () ต้องการเฟอร์นิเจอร์ใหม่มาเปลี่ยนแทนของเดิม
3. () ต่อเติมบ้านจึงต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติม
4. () เมื่อมีงบประมาณที่จะซื้อได้
5. () แล้วแต่โอกาส
6. () ตามความจำเป็นต้องใช้ เช่น ซื้อคอมพิวเตอร์จึงต้องการ โต๊ะคอมพิวเตอร์
7. () อื่น ๆ

11. ท่านมักจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักราคาประมาณเท่าใด

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. () 20,000 บาทขึ้นไป

12. ส่วนใหญ่ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโดย

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

13. ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักที่ใช้ในห้องใดบ่อยที่สุด

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

14. ท่านเคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ชิ้นใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () โต๊ะเก้าอี้ ชุดอาหาร
2. () เตียง ตู้เสื้อผ้า
3. () ชุดรับแขก
4. () โต๊ะ เก้าอี้ทำงาน
5. () โต๊ะ เก้าอี้ของเด็ก
6. () ตู้คิดผนัง ชั้นวางของห้องครัว
7. () ตู้โชว์
8. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ใกล้เคียงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ยี่ห้อผู้ผลิต					
2. คุณภาพผลิตภัณฑ์					
3. ผลิตภัณฑ์มีความคงทนถาวร					
4. สี สันสวยงาม					
5. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก					
6. ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก					
7. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างไม่ซ้ำแบบใคร					
8. ผลิตภัณฑ์ดูไม่ล้าสมัย					
9. สะดวกในการใช้สอย					
10. สะดวกในการจัดเก็บ					
11. ประโยชน์ใช้สอยมีมาก					
12. นำหนักของตัวผลิตภัณฑ์					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
13. ใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สี่สวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่คู่ หรือไม่ขึ้นง่าย					
14. มีบริการขนส่ง					
15. สามารถตั้งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการได้					
ด้านราคา					
1. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายที่เท่ากันในทุกแห่งที่มีขาย					
4. สามารถต่อรองราคาได้					
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
6. สามารถผ่อนชำระได้/ซื้อด้วยบัตรเครดิต					
ด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลาย ๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์					
4. สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ					
5. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน					
6. การจัดสถานที่จำหน่ายสวยงาม					
7. สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
8. สามารถจำหน่ายอยู่ในร้านค้าสมัยใหม่ ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์					
9. เวลาเปิด-ปิดร้านจำหน่าย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง					
2. มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย การลดแลกแจกแถม					
3. การออกงานแสดงสินค้า และนิทรรศการ					
4. การลดราคาหรือแถมสินค้า					
5. การแถมอุปกรณ์ตกแต่ง เช่น ช้อน ไม้เท้า อาหาร แอมป์ ไม้เท้า					
6. มีเว็บไซต์ของกิจการ					
7. ผู้ผลิตจ้างแรงงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน					
8. มีบัตรสมาชิกให้ และสามารถนำบัตรสมาชิกไปซื้อสินค้าโดยให้ส่วนลด					
9. มีการออกใบรับประกันสินค้าให้					
10. มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย					
ด้านบุคลากร					
1. การให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย					
2. พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยดี					
3. พนักงาน/ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ					
4. พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว					
ด้านการนำเสนอสินค้า					
1. มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่สะดุดตา					
2. มีการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า					
3. มีการจัดโชว์เฟอร์นิเจอร์ผสมผสานกับบรรยากาศภายในร้าน					
4. มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์หน้าร้าน					
5. การจัดวางเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการตอบ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ยี่ห้อของผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง					
2. คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ดี					
3. ผลิตภัณฑ์เก่าเร็ว					
4. สีของผลิตภัณฑ์ ถลอก หรือซีดเร็ว					
5. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบให้เลือกน้อย/ไม่มี					
6. ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกน้อย/ไม่มี					
7. ผลิตภัณฑ์มีแมลง มอด ปลวก กัดกิน					
8. ผลิตภัณฑ์แตกหักง่าย					
9. ผลิตภัณฑ์ผุ หรือ ขึ้นราง่าย					
10. ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักมาก ทำให้เคลื่อนย้ายลำบาก					
ด้านราคา					
1. ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
2. ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ราคาขายไม่เท่ากันในแหล่งขายต่าง ๆ					
4. ไม่สามารถต่อรองราคาได้					
5. ไม่มีระบบขายแบบผ่อนชำระได้/ซื้อด้วยบัตรเครดิต					
6. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
7. เฟอ์รีเจอร์ไม่สักมีราคาแพง					
ด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลบ้าน/ที่ทำงาน					
2. สถานที่จำหน่ายไม่มีที่จอดรถ					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลแหล่งธุรกิจ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
4. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายมองเห็นไม่ชัดเจน					
5. การจัดสถานที่จำหน่ายไม่สวยงาม					
6. ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์					
7. สถานที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สักมีจำนวนน้อย หาที่ซื้อยาก					
8. เวลาเปิด-ปิด					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการโฆษณาให้รู้จักร้านค้า					
2. ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย การลดแลกแจกแถม					
3. ไม่มีการออกงานแสดงสินค้า และนิทรรศการ					
4. ไม่มีการแถมอุปกรณ์ตกแต่ง					
5. ไม่มีการลดราคาหรือแถมสินค้า					
ด้านการบุคลากร					
1. ไม่มีการให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย					
2. พนักงาน/ผู้ขาย ไม่มีอริยาศัย					
3. พนักงาน/ผู้ขาย ไม่มีความน่าเชื่อถือ					
4. พนักงานให้บริการที่ช้า					
ด้านการนำเสนอสินค้า					
1. การนำเสนอสินค้าไม่ค่อยสะดุดตา					
2. การจัดโชว์สินค้าไม่ค่อยผสมผสานกับบรรยากาศภายในร้าน					
3. ไม่ค่อยทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หน้าร้าน					
4. ไม่มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่					

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

.....

.....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ		นางสาว สุภนารี สุธารส
วัน เดือน ปีเกิด		11 มิถุนายน 2522
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2538	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ภาษาฝรั่งเศส) โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย
	พ.ศ. 2541	ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (การโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยพายัพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2542	ผู้ช่วยผู้จัดการ ร้านมงคลศิลป์แกะสลัก บ่อสร้าง
	พ.ศ. 2545	เจ้าของกิจการ ร้านทองแม่สมนึก สาขาบ่อสร้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved