



ภาคผนวก

แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค

แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยชุมชนมีส่วนร่วม
ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพร ในเขตอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 20 – 29 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 30 – 39 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 40 – 49 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 50 – 59 ปี	<input type="checkbox"/> 6. 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 3. ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> 3. รับราชการ
<input type="checkbox"/> 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 5. พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	<input type="checkbox"/> 6. แม่บ้าน
<input type="checkbox"/> 7. นักรูรกี	<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
5. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 10,000 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 30,001 – 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 40,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพร

1. ท่านเคยใช้หรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรหรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

2. ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรตราใดบ้าง

2.1 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

2.2 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

2.3 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

2.4 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

2.5 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

2.6 ตราใดชื่อ.....

เหตุผล.....

3. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรมากี่ปี

1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 – 2 ปี
 3. 3 – 4 ปี 4. 5 ปีขึ้นไป

4. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรเพื่อวัตถุประสงค์ใด

1. ซื้อเพื่อใช้เอง 2. ซื้อเพื่อเป็นของฝาก
 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรของท่าน

1. ตัดสินใจเอง 2.ญาติพี่น้อง
 3. เพื่อน 4. พนักงานขาย
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพร จากสถานที่ใดเป็นส่วนใหญ่

1. ร้านค้าทั่วไป 2. ร้านเสริมสวย / สปา
3. ร้านสหกรณ์ 4. บู๊ตตามห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายสมุนไพรไทย
5. ตามงานออกร้านในจังหวัด
6. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษและสินค้าธรรมชาติ เช่น ราชธานีโอโซน
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรต่อครั้งเท่าไร

1. น้อยกว่า 500 บาท 2. 501 – 1,000 บาท
3. 1,001 – 2,000 บาท 4. มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรบ่อยแค่ไหน

1. 1 เดือน / ครั้ง 2. 2 เดือน / ครั้ง
3. 3 เดือน / ครั้ง 4. 4 เดือน / ครั้ง
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านได้รับข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรจากแหล่งใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เพื่อน 2. ญาติพี่น้อง
3. พนักงานขาย 4. โทรทัศน์
5. นิตยสาร/วารสาร 6. แผ่นพับ
7. อินเทอร์เน็ต 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ปัญหาที่ท่านพบจากการซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สินค้าคุณภาพไม่ดี 2. ราคาแพง 3. หาซื้อยาก
4. สถานที่ตั้งร้านไม่สะดวก 5. พนักงานขายบริการไม่ดี
6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรอยู่ในระดับใด

1. มากที่สุด 2. มาก 3. ปานกลาง
4. น้อย 5. น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายประเภท					
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ในฉลาก					
3. ผลิตภัณฑ์ต้องมี วัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ					
4. ผลิตภัณฑ์ต้องมีวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของสินค้าอย่างชัดเจน					
5. รู้สึกปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์					
6. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์					
7. รูปแบบบรรจุภัณฑ์และหีบห่อของผลิตภัณฑ์					
8. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีขนาดพอเหมาะกับความต้องการใช้					
9. การรับรองคุณภาพจากสถาบันหรือหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ					
ด้านราคา					
1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ					
2. มีหลายราคาให้เลือกซื้อ					
3. มีการให้ส่วนลดเมื่อต้องการซื้อ					
4. ราคาสามารถต่อรองได้เมื่อต้องการซื้อ					
5. มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อจำนวนมาก					
6. ราคาสินค้าไม่แตกต่างจากร้านอื่น					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.สถานที่ตั้งร้านค้ามีความสะดวกสบายในการเดินทางไปซื้อ					
2.สถานที่ตั้งร้านค้ามีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ					
3.ร้านค้าที่จำหน่ายมีสินค้าให้เลือกจำนวนมาก					
4.ร้านค้าที่จำหน่ายมีสินค้าให้ครบตามความต้องการ					
5.มีการจัดตกแต่งร้านสวยงาม					
6.มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ สะดวกต่อการเลือกซื้อ					
7.ร้านค้ามีวิธีการเลือกซื้อได้หลายทาง เช่น ทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1.มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ					
2.มีการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ					
3.มีสินค้าให้ชมในเว็บไซต์					
4.มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย					
5.มีการจัดแสดงสินค้าหรือประชาสัมพันธ์ตามงานออกร้านของทางจังหวัด					
6.มีส่วนลดพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆเพื่อส่งเสริมการขาย					
7.มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้าประจำ					
8.มีของแถมหรือของชำร่วยให้ลูกค้า					
9.มีการรับประกันสินค้าหรือรับเปลี่ยนสินค้า					
10.พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี					
11.พนักงานขายมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรในด้านต่างๆ เช่น
ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างสูง



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาว กิตติยาภรณ์ อินธิปัก

Name Miss Kitiyaporn Intipeek

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน 1-4799-00122-89-0

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

หน่วยงานและสถานที่อยู่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
เลขที่ 202 ถ.โชตนา ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300
053-885-800/053-885-809 มือถือ 084-788-8298
e-mail: kitiyaporn.in@gmail.com

ประวัติการศึกษา บัณฑิตศึกษิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมป์ฟอร์ด

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, การบัญชี
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

1) งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

(1) ชื่อ “ FACTORS AFFECTING READINESS OF ACCOUNTING PROFESSIONAL IN THAILAND FOR ASEAN ECONOMIC COMMUNITY”

ปีที่พิมพ์ 2017

การเผยแพร่ Journal of The Research Promotion Association
Vol.8 No.1 January – April 2017

แหล่งทุน ทุนส่วนตัว

(2) ชื่อ “ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติในการเปิดรับข่าวสารและการเตรียมความพร้อมสู่ไทยแลนด์ 4.0 ของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่”

ปีที่พิมพ์ 2017

การเผยแพร่ รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการและการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4 “บูรณาการงานวิจัยสู่ไทยแลนด์ 4.0”
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
วันที่ 21 กรกฎาคม 2560

แหล่งทุน ทุนส่วนตัว