

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิษฎา อญฺเฐนธรรม
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะจักร์ ล้อมชวการ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศรายี่ห้อของไทยของตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้จัดทำขอความร่วมมือจากท่านโปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้นมิได้นำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่นใด ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมืออย่างดี

แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของตัวแทนจำหน่าย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศรายี่ห้อของไทย (ชัยใจ เคนกิ , เซ็นทรัลแอร์ , อามีน่า)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่ายในด้านส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของตัวแทนจำหน่าย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1) ☐ ชาย

2) ☐ หญิง

2. อายุ.....ปีเต็ม (นับถึงวันเกิดที่ผ่านมา)

3. ระดับการศึกษา

1) ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ☐ ปริญญาตรี

3) ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4) ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

4. ตำแหน่งของท่านในสถานประกอบการนี้คือ

- 1) ☐ เจ้าของหรือผู้ประกอบการ 2) ☐ ตัวแทนเจ้าของ เช่น ผู้จัดการ ฯลฯ
 3) ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. กิจกรรมของท่านเป็นรูปแบบใด

- 1) ☐ เจ้าของคนเดียว 2) ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 3) ☐ บริษัทจำกัด 4) ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. สถานประกอบการของท่านเปิดกิจการมา.....ปี (เศษของปีปัดทิ้ง)

7. ระดับมูลค่าของการสั่งซื้อเครื่องปรับอากาศตราหมีของไทย (ชัยใจ เคนกิ, เซ็นทรัลแอร์, อามีน่า)
ต่อเดือน

- 1) ☐ ต่ำกว่า 50,000 บาท 2) ☐ 50,000 – 100,000 บาท
 3) ☐ 100,001 – 500,000 บาท 4) ☐ มากกว่า 500,000 บาท

8. สถานประกอบการของท่านมีส่วนจัดแสดงสินค้า (โชว์รูม) หรือไม่

- 1) ☐ มี 2) ☐ ไม่มี
 3) ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. โดยปกติท่านสั่งซื้อเครื่องปรับอากาศตราหมีของไทย (ชัยใจ เคนกิ, เซ็นทรัลแอร์, อามีน่า)
จากบริษัทผู้ผลิตโดยใช้ช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ☐ โทรศัพท์ 2) ☐ โทรสาร
 3) ☐ พนักงานขาย 4) ☐ อินเทอร์เน็ต

10. ท่านสั่งซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อของไทย (ชัยใจ เเดนกิ, เซ็นทรัลแอร์, อามีน่า) ด้วยเหตุผลใดดังต่อไปนี้ (โปรดเรียงลำดับเฉพาะเหตุผลที่ท่านสั่งซื้อจากมากไปน้อย โดยที่ มากที่สุด = 4, มาก = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

- ☐ สั่งซื้อตามพนักงานขายแนะนำ
- ☐ สั่งซื้อเพิ่มเมื่อเห็นสินค้าใกล้หมด
- ☐ ดูตามรายการส่งเสริมการขาย
- ☐ สั่งซื้อเมื่อลูกค้ามีความต้องการ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไทย
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. ผลึกภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.1 คุณภาพ ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศ					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
1.2 มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
1.3 ชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.4 ชนิดของหมายเลขที่แสดงถึงการประหยัดไฟ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
1.5 การพัฒนาและเทคโนโลยีของเครื่องปรับอากาศ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
1.6 ความทันสมัยในรูปลักษณ์ สวยงาม โดดเด่น					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
1.7 การรับประกันสินค้า					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

2. ราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 ราคาเครื่องปรับอากาศเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
2.2 การได้รับส่วนลดจากบริษัทผู้ผลิต					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
2.3 สามารถต่อรองราคาได้					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
2.4 ความเหมาะสมของเงื่อนไขการชำระเงิน					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
2.5 ความเหมาะสมของการให้สินเชื่อ					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

3. การจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 วิธีการและความสะดวกในการดำเนินการสั่งซื้อ					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
3.2 ความรวดเร็วของการส่งมอบสินค้านับจากวันที่มีการสั่งซื้อ					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
3.3 ความถูกต้องของจำนวนและรุ่นของสินค้าที่จัดส่ง					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
3.4 ความบกพร่องของสินค้า การชำรุดของสินค้าที่เกิดจากการจัดส่ง					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
3.5 ความต่อเนื่องของสินค้า (มีสินค้าคงคลังเพียงพอ)					
ชัยใจ เเดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

4. การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์					
ชัยใจ เดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.2 มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง					
ชัยใจ เดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.3 เนื้อหา โฆษณามีความน่าสนใจทำให้มีผู้สอบถามถึงรายละเอียดผลิตภัณฑ์					
ชัยใจ เดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.4 ได้รับข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ					
ชัยใจ เดนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.5 จัดโครงการอบรมและพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.6 มีส่วนร่วมในการรณรงค์ใช้เครื่องปรับอากาศประหยัดไฟ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.7 การจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.8 ความเหมาะสมของการกำหนดโควตาซื้อขาย					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.9 การให้รางวัลสำหรับยอดขายที่ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.10 สนับสนุนการจัดแสดงสินค้า เช่นการตกแต่งหน้าร้าน การออกบูธ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.11 ความเหมาะสมของการลด แลก แจก แถมที่มุ่งสู่ผู้ใช้เครื่องปรับอากาศ					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.12 ความเหมาะสมของช่วงเวลาและการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาด					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.13 ความถี่ของการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาด					
ชัยใจ เคนกิ					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่มีต่อผลตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.14 การเข้าเยี่ยม แนะนำและให้ข้อมูลสินค้าของพนักงานขาย					
ชัยใจ เตนิก					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.15 ระยะเวลาการเปิด - ปิด การให้บริการขายสินค้า					
ชัยใจ เตนิก					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.16 การแต่งกายของพนักงานส่งสินค้า					
ชัยใจ เตนิก					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					
4.17 การบริการ อัธยาศัยของพนักงานส่งสินค้า					
ชัยใจ เตนิก					
เซ็นทรัลแอร์					
อามีน่า					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่ายในด้านส่วนประสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ

ชัยใจ เคนกิ.....

.....

เซ็นทรัลแอร์.....

.....

อามีน่า.....

.....

2. ราคาเครื่องปรับอากาศ

ชัยใจ เคนกิ.....

.....

เซ็นทรัลแอร์.....

.....

อามีน่า.....

.....

3. การจัดจำหน่าย

ชัยใจ เคนกิ.....

.....

เซ็นทรัลแอร์.....

.....

อามีน่า.....

.....

4. การส่งเสริมการตลาด

ชัยใจ เคนกิ.....

.....

เซ็นทรัลแอร์.....

.....

อามีน่า.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้