

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง : ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อ
เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจงทั่วไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี
2. พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ การใช้ และการจับจ่ายสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นตัวนำและตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว
3. แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
 - ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
4. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิจัยโครงการศึกษาค้นคว้าของนักศึกษาปริญญาโทการจัดการบริหารธุรกิจ ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ทางผู้จัดทำจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านผู้ที่ตอบแบบสอบถามนี้ทำการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงของท่าน ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณ

(ว่าที่ร้อยตรีพิสิษฐ์ เจริญกุล)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () และเติมข้อความในช่องว่าง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 20 ปี () 20 - 30 ปี
() 31 - 40 ปี () มากกว่า 40 ปี
3. การศึกษา () ต่ำกว่าปวส./ต่ำกว่าอนุปริญญา
() ปวส./อนุปริญญา
() ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ () รัฐบาลการครู , ทหาร , แพทย์
() รัฐวิสาหกิจ
() พ่อค้า , ธนาคาร
() นิสิต นักศึกษา
() อื่น ๆ ระบุ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
() น้อยกว่า 10,000 บาท
() 10,000 - 20,000 บาท
() 20,000 - 30,000 บาท
() มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 : สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

6. ท่านมีความต้องการหน่วยประมวลผลประเภทใด
- () เพนเทียม (PENTIUM)
- () เอ เอ็ม ดี (AMD)
- () เซเวลอน (CELERON)
- () ไซริกซ์ (Cyrix)
7. การซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ ท่านชำระเงินแบบใด
- () เงินสด
- () เงินผ่อน
- () มีผู้มอบให้
8. ท่านมีความต้องการเลือกใช้บริการเงินผ่อนกับบริษัทใด
- () บริษัทที่ท่านซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์
- () อีออน
- () อีซีบาย
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. สถานที่ใดที่ท่านสะดวกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด
- () ร้านตัวแทนจำหน่ายใกล้บ้าน
- () ห้างสรรพสินค้าคอมพิวเตอร์ทั่วไป
- () ดิสเคาท์สโตร์ เช่น แมคโคร โลดส์ บิ๊กซี (Big C)
- () การจัดร้านแสดงสินค้า (บูธ)
10. ท่านมีความสนใจในการส่งเสริมการขายลักษณะใดมากที่สุด
- () การให้ของแถม
- () การลดราคา
- () การมีคูปองใช้แทนเงินสด
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านได้รับข่าวสารเรื่องเครื่องคอมพิวเตอร์จากที่ใดมากที่สุด

- () หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร
- () โฆษณาจากวิทยุและโทรทัศน์
- () ใบปลิว / โบรชัวร์
- () คำแนะนำจากตัวแทนจำหน่าย
- () คำแนะนำจากเพื่อน
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ผู้ใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของท่าน

- () ตนเอง
- () เพื่อน
- () ครอบครัว
- () พนักงานขาย

13. ท่านคิดว่าของแถมชนิดใดสำหรับการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ท่านชอบมากที่สุด

- () เครื่องปริ้นเตอร์
- () นาฬิกา
- () กระดาษปรินท์
- () แผ่นโปรแกรม
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านคิดว่าส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมากน้อยเพียงใด

- 5 หมายถึง เท่ากับ มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด
 4 หมายถึง เท่ากับ มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก
 3 หมายถึง เท่ากับ มีผลต่อระดับการตัดสินใจปานกลาง
 2 หมายถึง เท่ากับ มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
 1 หมายถึง เท่ากับ มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	มีผลต่อระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. การให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต					
2. การเน้นลดสายบนผลิตภัณฑ์					
3. การให้สีสันทที่สวยงามบนหีบห่อผลิตภัณฑ์					
4. ขนาดของผลิตภัณฑ์					
5. ความประณีตงดงามของผลิตภัณฑ์					
6. รูปแบบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
7. ความคงทนของผลิตภัณฑ์					
8. ความเหมาะสมของความเร็วซีพียูที่ใช้งาน					
9. ความเหมาะสมของการ์ดแสดงผลที่ใช้งาน					
10.ขนาดความกว้างของหน้าจอ 모니터					
11.ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์					
12. ความมีเสถียรภาพของซีพียูที่ใช้งาน					

ส่วนประสมทางการตลาด	มีผลต่อระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
13. ความจำเป็นในการแสดงผลอย่างละเอียด					
14. แกมหมึก และปริ้นเตอร์					
ด้านราคา					
15. ไปรโมชั่นทางด้านราคาจากทางร้านค้า					
16. ความชัดเจนในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา					
17. ความชัดเจนในรายละเอียดของการบริการหลังการขายจากทางร้านค้า					
18. มีการตั้งราคาที่จูงใจให้ใช้ผลิตภัณฑ์ทางร้านค้า					
19. มีการตั้งราคาที่จูงใจให้ใช้บริการหลังการขายของร้านค้า					
20. ความเหมาะสมของราคากับผลิตภัณฑ์					
21. ความเหมาะสมของราคาค่าบริการหลังการขาย					
22. มีราคาผลิตภัณฑ์ที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน					
23. มีการบริการหลังการขายที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน					
24. ราคาอะไหล่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน					
25. ราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของงาน					

ส่วนประสมทางการตลาด	มีผลต่อระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
26. สามารถติดต่อเพื่อทราบข้อมูล / ราคาการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรืออะไหล่กับร้านค้าได้ตลอดเวลาที่เปิดบริการ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
27. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าสามารถติดต่อได้โดยสะดวก					
28. มีการจำหน่ายโดยทั่วไปในท้องตลาด					
29. ผู้จำหน่ายสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ซื้อว่าสินค้ามีคุณภาพในการใช้งาน					
30. การจัดแสดงสินค้า ทำให้น่าสนใจที่จะเข้าชมหรือทดลองใช้					
31. ผู้จัดจำหน่ายไม่ได้มุ่งที่จะขายสินค้ามากกว่าให้ตัดสินใจจากคุณภาพสินค้ามากกว่า					
32. ผู้จัดจำหน่ายรับประกันสินค้า ถ้าไม่ถูกใจเมื่อซื้อสามารถนำมาเปลี่ยนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด					
33. อธิบายถึงการให้บริการหลังการขายแก่ผู้ที่จะซื้ออย่างเหมาะสม					
34. ผู้จำหน่ายมีอัธยาศัยในการต้อนรับ					
35. ผู้จำหน่าย / ตัวแทน ตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
36. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ					
37. การให้ส่วนลดการขาย					

ส่วนประสมทางการตลาด	มีผลต่อระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
38. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีความถูกต้อง ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
39. มีการจัดทำแผ่นพับหรือใบปลิวมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด					
40. การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์แสดงสินค้าต่าง ๆ					
41. การให้ความรู้แก่บุคคลเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง					
42. การประกันคุณภาพหลังการขาย					
43. จัดการอบรมให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือด้วยดี