

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

**ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง**

**การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูล ไปใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ จะนำไปวิเคราะห์และสรุปเสนอในลักษณะภาพรวม และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้ดำเนินการศึกษา นางสาวสุจิตรา มนตรีกุศล
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือเติมค่าลงในช่องว่าง

1. เพศ

1 () ชาย

2 () หญิง

2. อายุ

1 () ต่ำกว่า 20 ปี

2 () 20 – 29 ปี

3 () 30 – 39 ปี

4 () 40 – 49 ปี

5 () 50 – 59 ปี

6 () 60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1 () ประถมศึกษา

2 () มัธยมศึกษาตอนต้น

3 () มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

4 () ปวส. ปวท. หรือเทียบเท่า

5 () ปริญญาตรี

6 () สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

1 () โสด

2 () สมรส

3 () ม้าย/หย่าร้าง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1 () ไม่เกิน 10,000 บาท

2 () 10,001 – 20,000 บาท

3 () 20,001 – 30,000 บาท

4 () 30,001 – 40,000 บาท

5 () สูงกว่า 40,000 บาท

6. อาชีพปัจจุบัน

1 () พนักงานบริษัท/รับจ้าง

2 () รับราชการ

3 () พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4 () เจ้าของกิจการส่วนตัว

5 () เกษตรกร

6 () พนักงานสถาบันการเงิน

7 () นักเรียน/นักศึกษา

8 () อื่น ๆ (ระบุ)

7. เขตที่พักอาศัย

1 () เขตอำเภอเมือง

2 () เขตอำเภอ

3 () อาศัยอยู่ต่างจังหวัด จังหวัด.....

4 () อื่น ๆ (ระบุ)

15. รูปแบบของทองรูปพรรณในลักษณะใดที่ท่านเลือกซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1 () สร้อยคอ 2 () สร้อยข้อมือ 3 () กำไล
 4 () กรอบพระ 5 () จี้ประดับ 6 () ต่างหู
 7 () แหวน 8 () อื่น ๆ (ระบุ)
16. ค่าใช้จ่ายในการซื้อทองรูปพรรณเฉลี่ยต่อครั้ง
- 1 () ต่ำกว่า 3,000 บาท 2 () 3,000 – 5,000 บาท 3 () 5,001 – 10,000 บาท
 4 () 10,001 – 20,000 บาท 5 () 20,001 – 30,000 บาท 6 () สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป
17. ความถี่ในการเปลี่ยนแปลงลวดลายของทองรูปพรรณที่ใช้
- 1 () ต่ำกว่า 3 เดือนต่อครั้ง 2 () 3 – 6 เดือนต่อครั้ง 3 () 7 – 12 เดือนต่อครั้ง
 4 () 3 – 3 ปีต่อครั้ง 5 () อื่น ๆ (ระบุ)
18. เกณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1 () เป็นร้านค้าที่อยู่ใกล้บ้าน
 2 () เป็นร้านค้าที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน
 3 () เป็นร้านค้าที่คุ้นเคยและรู้จักเจ้าของร้าน
 4 () เป็นร้านค้าที่อยู่ในศูนย์การค้า
 5 () เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงมานาน
 6 () เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ในตลาดสด
 7 () เป็นร้านค้าที่มีการรักษาความปลอดภัยสูง
 8 () เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบของทองรูปพรรณให้เลือกหลายประเภท
 9 () เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบหรือยี่ห้อเฉพาะของทองคำ เช่น ทองศรีสังฆาลย์
 10 () เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบลวดลายแปลกใหม่ทันสมัยไม่ซ้ำกับร้านอื่น
 11 () เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบการคิดป้ายราคาที่แน่นอน
 12 () เป็นร้านค้าที่มีราคาต่อรองได้
 13 () เป็นร้านค้าที่มีพนักงานขายมากให้บริการที่ดี
 14 () เป็นร้านค้าที่ที่ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น
 15 () เป็นร้านค้าซึ่งเห็นจากโฆษณาของร้าน
 16 () เป็นร้านค้าซึ่งมีการลด แลก แจก แถม
 17 () อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือเติมคำลงในช่องว่าง

19. การเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ ท่านพิจารณาเลือกจากปัจจัยใดต่อไปนี้
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... รูปแบบ ราคา
..... สถานที่ตั้ง ลด/แลก/แจก/แถม
..... การโฆษณา บริการของพนักงาน
..... การจัดเรียงสินค้า การตกแต่ง/บรรยากาศของร้าน

20. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับการมีผลต่อการเลือกใช้บริการของท่าน

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีรูปแบบของทองคำรูปพรรณที่ทันสมัย					
2. มีรูปแบบให้เลือกหลายแบบหลายประเภท					
3. มีการบริการรับซ่อมแซม ล้างและขัดเงาทองคำรูปพรรณ					
4. มีบริการรับสั่งทำทองคำรูปพรรณ					
5. มีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์และน้ำหนักทองคำรูปพรรณ					
6. มีสินค้าที่เป็นชื่อตรายี่ห้อทองคำรูปพรรณของตนเอง					
7. มีชื่อตรายี่ห้อทองคำรูปพรรณเป็นที่รู้จัก					
8. มีกล่องพลาสติกหรือถุงบรรจุทองคำรูปพรรณที่สวยงาม					
9. มีเครื่องหมายหรือตรายี่ห้อของทองคำรูปพรรณเป็นที่น่าเชื่อถือ					
10. อื่น ๆ (ระบุ)					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ด้านราคา					
1. มีราคาค่ากำหนดหรือค่ารูปแบบลวดลายที่ต่ำ					
2. มีการกำหนดราคาปรับซื้อคืนทองคำรูปพรรณที่สูง					
3. มีการบริการผ่อนชำระการซื้อทองคำรูปพรรณเป็นงวด ๆ					
4. มีราคาที่สามารถต่อรองกันได้					
5. อื่น ๆ (ระบุ)					
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
1. มีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่ไป-มาสะดวก					
2. มีเวลาเปิด-ปิด ของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ					
3. มีสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า					
4. มีร้านค้าที่มีทางเข้า-ออกสะดวก และมีที่จอดรถ					
5. ร้านที่มีสาขามาก					
6. มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
7. อื่น ๆ (ระบุ)					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาร้านค้าทองคำรูปพรรณผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สถานีวิทยุอย่างสม่ำเสมอ					
2. มีการรับประกันการซื้อคืนทองคำรูปพรรณในราคายุติธรรม					
3. มีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยรับจํานำทองคำรูปพรรณที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด					
4. มีการลดค่ากำหนดทองคำในบางโอกาส เช่น วันวาเลนไทน์					
5. มีการจัดชิงโชคหรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ					
6. อื่น ๆ (ระบุ)					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า					
1. มีร้านที่สวยงามและ โดดเด่น					
2. มีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขายทองคำรูปพรรณที่ชัดเจน					
3. มีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน					
4. มีอากาศที่เย็นสบายภายในร้าน					
5. ร้านมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง					
6. มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก					
7. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย					
8. มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก					
9. มีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน					
10. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัยสวยงาม					
11. อื่น ๆ (ระบุ)					
ด้านการบริการ					
1. มีบริการรับทำทองคำรูปพรรณตามสั่งตามความต้องการของลูกค้า					
2. มีการบริการรับซ่อมแซม ชักเงา และชุบล้างทองคำรูปพรรณ					
3. มีบริการรับจำหน่ายทองคำรูปพรรณ					
4. มีการออกไปรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองคำรูปพรรณ					
5. มีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา					
6. มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี					
7. มีบริการ รับชำระค่าทองคำรูปพรรณผ่านบัตรเครดิต					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลต่อการเลือกใช้บริการ				
	มีผล มากที่สุด	มีผล มาก	มีผล ปานกลาง	มีผล น้อย	มีผล น้อยที่สุด
8. มีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี					
9. มีบริการติดต่อสอบถามราคาทองคำรูปพรรณ ผ่านทางโทรศัพท์					
10. มีการจัดทำเอกสารให้คำแนะนำและปรึกษา โดยให้ความรู้ด้านทองคำรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้สนใจ					
10. อื่น ๆ (ระบุ)					
ด้านพนักงานขาย					
1. มีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอภัยภัยไมตรีที่ดี					
2. มีพนักงานขายจำนวนมาก และมีความรู้ให้คำ แนะนำเรื่องทองคำรูปพรรณเป็นอย่างดี					
3. มีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ ในการ ให้คำแนะนำ					
4. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย					
5. มีจำนวนพนักงานขายที่เหมาะสมในการให้ บริการ					
6. อื่น ๆ (ระบุ)					

ส่วนที่ 4 สภาพปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาในการเลือกใช้บริการของท่าน

สภาพปัญหา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีน้ำหนักของทองคำรูปพรรณไม่เต็ม					
2. มีเปอร์เซ็นต์ของทองคำรูปพรรณต่ำ					
3. มีหลายรูปแบบให้เลือกน้อย					
4. มีอัตราดอกเบี้ยในการรับจำนำสูง					
5. มีการให้ราคารับจำนำทองคำรูปพรรณต่ำ					
6. มีการรับซื้อคืนโดยให้ราคาต่ำ					
7. มีการหักค่าเสื่อมของทองคำรูปพรรณในราคาสูง					
8. งานที่ลูกค้าสั่งทำบางครั้งไม่ตรงกับความต้องการ					
9. มีราคาค่ากำหนัดสูง					
10. มีสถานที่คับแคบ และไม่มีบริเวณที่จอดรถ					
11. มีเวลาปิด-เปิดร้านค้าที่ไม่สะดวกต่อการใช้บริการ					
12. ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์					
13. ไม่มีการลด แลก แจก แถม					
14. ไม่มีบริการซ่อมแซม ชัดเงา					
15. ไม่มีใบรับประกันเปอร์เซ็นต์และน้ำหนักทองคำ					
16. การให้บริการที่ล่าช้า					
17. พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
18. พนักงานไม่มีความรู้ในการให้คำแนะนำผู้ซื้อ					
19. อื่น ๆ (ระบุ)					

-ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา-

ภาคผนวก ข

รายชื่อร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

จำแนกตามสถานที่ตั้ง

รายชื่อร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
จำแนกตามสถานที่ตั้ง

แหล่งที่ตั้ง	ชื่อร้านค้าทองรูปพรรณ
ถนนประสานไมตรี	1. ร้านทองมณีเพชร
ถนนท่าคราวน้อย	2. ร้านทองมังกร
	3. ห้างทองแสงเพชร
ถนนบุญวาทย์	4. ห้างทองอัศวิน
	5. ร้านทองสุขสวัสดิ์
	6. ดิ็กทองแม่สมจิตต์
	7. ห้างทองสุขสมบูรณ์
	8. ห้างทองตรากิเลน
	9. ห้างทองเพชรทวีชัย
	10. ห้างทองไทยสวัสดิ์
	11. ร้านค้าทองลำปางบริบูรณ์
	12. ห้างทองตราช้างคู่
	13. ห้างทองสุวรรณกิจ
	14. ห้างทองอินทรา
	15. ห้างทองทองศิลป์
	16. ห้างทองจารุชัย
	17. ห้างทองสวัสดิ์
	18. ห้างทองเลิศสุวรรณ
	19. ห้างทองแม่กิมเย็น
	20. ห้างทองเพชรทอมสัน
21. ห้างทองเพชรทองใบ	
ถนนราชวงศ์	22. ร้านทองเอกราชวงศ์
ถนนทิพย์ช้าง	23. ห้างทองเพชรสุวรรณ
	24. ห้างทองสุขสวัสดิ์
ถนนรอบเวียง	25. ห้างทองทองยุค
	26. ห้างทองเยาวราช
	27. ห้างทองตั้งโต๊ะกั้ง

รายชื่อร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
 จำแนกตามสถานที่ตั้ง

แหล่งที่ตั้ง	ชื่อร้านค้าทองรูปพรรณ
ถนนประสานมิตร	28. ห้างทองอรวิ 29. ห้างทองแม่ทองดี
ถนนลำปาง-งาว	30. ห้างทองกรุงเทพ 31. ห้างทองเขาวราชกรุงเทพ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสุจิตรา มนตรีกุล
วัน เดือน ปี เกิด	7 กันยายน 2510
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประชาวิทย์ จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2522 - สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนมัธยมวิทยา จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2525 - สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2528 - สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สถาบันราชภัฏลำปาง จังหวัดลำปาง พ.ศ. 25236
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2536 – ปัจจุบัน ห้างทองแสงเพชรลำปาง จังหวัดลำปาง