



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ ไปประกอบการศึกษาในกระบวนการวิชาการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปประมวล และวิเคราะห์ผล เพื่อเสนอแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต

ดังนั้นผู้ดำเนินการศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะนำเสนอโดยภาพรวม และไม่มีผลกระทบต่อท่าน ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้ ผู้ดำเนินการศึกษาขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ปราศาศน์ ศิริบรรเทิง - ผู้จัดทำ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

..... 1. หญิง

..... 2. ชาย

2. อายุ

..... 1. 18-28 ปี

..... 2. 29-39 ปี

..... 3. 40-50 ปี

..... 4. มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพสมรส

..... 1. โสด

..... 2. สมรส

..... 3. หย่าร้าง

..... 4. อื่นๆ (ระบุ)

4. ระดับการศึกษา

..... 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

..... 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

..... 3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

..... 4. อนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

..... 5. ปริญญาตรี

..... 6. ปริญญาโท

..... 7. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

..... 1. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

..... 2. พนักงานบริษัท

..... 3. ธุรกิจส่วนตัว

..... 4. เกษตรกร

..... 5. ค้าขาย

..... 6. อื่น ๆ ระบุ

6. รายได้ต่อเดือน

- 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,000 – 20,000 บาท
 3. 20,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 – 40,000 บาท
 5. มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป

7. ประเภทรถยนต์

- 1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง) 2. รถตู้
 3. รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถกระบะ) 4. อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมซื้อขายรถยนต์

1. ระยะเวลาในการเปลี่ยนยางรถยนต์ต่อครั้ง

- 1. 3 ปีขึ้นไป
 2. 2-3 ปีต่อครั้ง
 3. ต่ำกว่า 2 ปีต่อครั้ง

2. เหตุผลในการเปลี่ยนยางรถยนต์(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ถึงระยะที่ต้องเปลี่ยน
 2. เปลี่ยนตามคำแนะนำของศูนย์บริการรถยนต์
 3. เปลี่ยนตามคำแนะนำของร้านจำหน่ายยางรถยนต์
 4. ยางรถยนต์เก่าชำรุดเสียหาย
 5. ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อยางรถยนต์ตามกระแสนิยม
 6. ต้องการเปลี่ยนเพื่อการตกแต่งรถยนต์
 7. ต้องการทดลองยางรถยนต์รุ่นใหม่ que เริ่มวางตลาด
 8. อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. ยี่ห้อยางรถยนต์ที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน

- 1. มิชลิน 2. กู๊ดเยียร์
 3. บริดจสโตน 4. บีเอฟกู๊ดริช
 5. ไฟร์สโตน 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. จากข้อ 3 ท่านรู้จักยี่ห้อยางรถยนต์ยี่ห้อที่ท่านใช้จากแหล่งใด

- 1. ยี่ห้อที่ติดมากับรถยนต์ 2. ศูนย์บริการรถยนต์แนะนำ
 3. โฆษณาจากสื่อต่างๆ 4. คนรู้จักแนะนำ
 5. ร้านจำหน่ายยางรถยนต์แนะนำ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อยางรถยนต์เฉลี่ยต่อครั้ง(กรณีเปลี่ยนทั้ง 4 ล้อ)

- 1. น้อยกว่า 4,000 บาท 2. 4,000 – 6,000 บาท
 3. 6,001 – 8,000 บาท 4. 8,001 – 10,000 บาท
 5. มากกว่า 10,000 บาท

6. ใครเป็นผู้ที่มีส่วนตัดสินใจซื้อ และเลือกซื้อยางรถยนต์สำหรับรถยนต์ของท่านมากที่สุด
- 1.ตัวท่านเอง 2.เพื่อน 3.เจ้าของร้านขายยางรถยนต์/ช่าง
- 4.พี่น้อง 5.สามี/ภรรยา/คู่รัก 6.ลูก
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)
7. ท่านใช้บริการเกี่ยวกับยางรถยนต์ที่ใด
- 1.ร้านจำหน่ายยางรถยนต์ 2.ศูนย์บริการของผู้ผลิตรถยนต์
- 3.ศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร(Modern Trade) 4.คาร์แคร์
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)
8. ในการเปลี่ยนยางรถยนต์แต่ละครั้งท่านเปลี่ยนครั้งละกี่เส้น
- 1. ครั้ง 1 เส้น 2. ครั้ง 2 เส้น
- 3. ครั้งละ 4 เส้น 4. ครั้งละ 5 เส้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์
กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องซึ่งแสดงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการพิจารณาการซื้อยางรถยนต์

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.รูปลักษณ์ของยางรถยนต์(เช่น ดอกยางสวย)					
2.คุณภาพของยางรถยนต์(เช่น เกาะถนน รีดน้ำ นุ่มนวล ทนทาน)					
3.ความแตกต่างด้านนวัตกรรมของยางรถยนต์					
4.มียางรถยนต์ให้เลือกหลากหลาย					
5.เป็นยางรถยนต์ที่สดใหม่ไม่เก่าเก็บ					
6.ความมีชื่อเสียงของยี่ห้อผลิตภัณฑ์					
7.มีการบริการที่ได้มาตรฐาน					
8.เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย					
9.มีช่างที่มีฝีมือ					
10.มีบริการที่รวดเร็ว					
11.มีบริการแบบครบวงจร(เช่น เปลี่ยนถ่าย น้ำมันเครื่อง ซ่อมเบรก ซ่อมช่วงล่าง)					
12. อื่น ๆ ระบุ.....					

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
1.ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ					
2.ราคาถูกกว่าห้องตลาด					
3.มีส่วนลดเงินสด					
4.สามารถใช้บัตรเครดิตในการซื้อ					
5.มีการต่อรองราคาได้					
6.มีการคิดป้ายบอกราคา					
7.ขายเป็นเงินเชื่อ (ให้เครดิต-จ่ายทั้งจำนวน)					
8. มีบริการเงินผ่อน(อีออน, เฟิร์ทซ้อยส์ฯลฯ)					
9.อื่น ๆ ระบุ					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
1.ทำเล / สถานที่ตั้งร้านจำหน่าย					
2.ความยากง่ายต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย					
3.ร้านใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน					
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
5.การคมนาคมและการจราจรสะดวก					
6.รูปแบบของร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย					
7.การจัดแต่งร้านดูสะอาด โอ้โถง					
8.มีห้องรับรองลูกค้า					
9.ซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่าย					
10.ซื้อจากอินเทอร์เน็ต					
11.ซื้อจากงานแสดงสินค้า(เทศกาลอาหาร,งานแสดงสินค้าในห้างสรรพสินค้าฯลฯ)					
12.อื่น ๆ ระบุ					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)					
1.มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆให้ทราบ					
2.มีของแจกของแถม					
3.มีการจับฉลากชิงโชคเมื่อเข้าไปใช้บริการ					
4.มีคู่มือซื้อสินค้าและบริการในราคาพิเศษ					
5.มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (เช่น ลดราคาประจำปี)					
6.รายได้บางส่วนร่วมบริจาคสาธารณะกุศล					
7.มีบริการหลังการขายฟรี					

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)					
8. มีบัตรVIP ได้รับสิทธิพิเศษ(ส่วนลด/บริการฟรี)					
9. มีเครื่องดื่มบริการฟรี					
10. มีบริการตั้งศูนย์ถ่วงล้อฟรี					
11. มีบริการตรวจเช็ครถก่อนการเดินทางฟรีใน เทศกาลต่าง ๆ(ร่วมกับตำรวจทางหลวง)					
12. มีโทรศัพท์/จดหมายเตือนเข้ารับบริการ					
13. ช่างสามารถให้ความรู้และคำแนะนำได้					
14. อื่นๆ ระบุ					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านผลิตภัณฑ์

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. เลือกน้อยไม่หลากหลาย | 2. ยางรถยนต์เก่าเก็บ |
| 3. คุณภาพยางไม่ได้มาตรฐาน | 4. ไม่มีสินค้าทันทีที่ต้องรอ |
| 5. ผลิตภัณฑ์ไม่มีการพัฒนา | 6. บริการไม่ดี/ไม่มีมาตรฐาน |
| 7. อื่น ๆ ระบุ..... | |

ด้านราคา

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. ราคาสูง | 2. ราคาไม่คงที่ |
| 3. ราคาต่อรองไม่ได้ | 4. ไม่รับบัตรเครดิต |
| 5. ไม่ติดป้ายราคา | 6. ไม่สามารถเปรียบเทียบราคาได้ |
| 7. ไม่มีบริการเงินผ่อน | |
| 8. อื่น ๆ ระบุ..... | |

ด้านการจัดจำหน่าย

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ที่ตั้งร้านหายาก | 2. บรรยากาศไม่ดี |
| 3. ไม่มีห้องรับรองลูกค้า | 4. ไม่มีที่จอดรถ |
| 5. ไม่มีป้ายบอกทาง | 6. การจัดร้านไม่ดี |
| 7. ร้านไม่สะอาด | 8. การคมนาคมไม่สะดวก |
| 9. มีช่องทางให้เลือกซื้อน้อยไม่หลากหลาย | |
| 10. อื่นๆระบุ | |

ด้านส่งเสริมการตลาด

- | | |
|--|--|
| 1. ไม่มีการโฆษณา | 2. ไม่มีการเข้าร่วมการแสดงสินค้า |
| 3. ไม่มีของแจกของแถม | 4. ไม่มีการบริการหลังการขาย |
| 5. ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น ให้ส่วนลด | 6. ไม่มีบริการต่าง ๆ ฟรี |
| 7. ไม่มีการส่งข้อมูลข่าวสารให้ทราบ | |
| 8. อื่น ๆ ระบุ..... | |

**** ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ****

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายประศาสน์ ศิริบรรเทิง
วัน เดือน ปี เกิด	14 ตุลาคม 2506
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ เอกวิชาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการ พระนคร
ประวัติการทำงาน	ปี 2530-2548 บริษัท สยามมิชลิน จำกัด ตำแหน่ง ผู้จัดการเขตขายยางรถยนต์นั่งและปิคอัพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved