



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

11. ท่านชำระเงินในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยวิธีใด
 1) เงินสด 2) เงินผ่อน
12. ท่านชอบรายการส่งเสริมการตลาดแบบใด
 1) ของแถม 2) ลดราคา 3) ดอกเบี้ย 0%
 4) ชิงโชค 5) อื่นๆ ระบุ.....
13. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1) งานเร่งด่วน 2) นึกคิดตัวไปได้สะดวก
 3) ตามเพื่อน 4) ใช้ในการทำงาน
 5) ใช้ในการเรียน 6) ใช้ติดต่อสื่อสาร
 7) เพื่อรับทำงานนอกเวลา 8) ใช้เก็บข้อมูล
 9) อื่น ๆ ระบุ
14. ก่อนที่ท่านจะซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านหาข้อมูลจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1) ข้อมูลจากสื่อโฆษณา 2) ข้อมูลจากพนักงานขาย
 3) ญาติ พี่น้อง หรือ บุคคลที่เชื่อถือ 4) อื่น ๆ ระบุ.....
15. ท่านได้รับข้อมูลโฆษณาของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในสื่อประเภทใดมากที่สุด
 1) หนังสือพิมพ์ 2) วิทยุ 3) โทรทัศน์
 4) นิตยสาร/วารสาร 5) ใบปลิว
 6) อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ตรายี่ห้อ					
2. รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง					
3. น้ำหนัก					
4. ขนาดของหน่วยความจำ (RAM)					
5. ขนาดของฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk)					
6. ความละเอียดของจอภาพ (Monitor)					
7. ขนาดของจอภาพ					
8. รูปทรงภายนอก					
9. จอภาพสีสวยงาม					
10. ความแข็งแรง					
11. มีชุดมัลติมีเดีย (Multimedia)					
12. มีโมเด็ม (Modem)					
13. มีไวเลสแลน (Wireless Lan)					
14. มีบลูทูธ (Bluetooth)					
15. มีอีเทอร์เน็ตการ์ด (Ethernet Card)					
16. ประเทศที่ผลิต					
17. ระบบปฏิบัติการ (เช่น Windows XP)					
18. มีซอฟต์แวร์สำหรับใช้งานในสำนักงาน					
19. มีซอฟต์แวร์เกมที่มีคุณภาพดี					
20. สามารถกอบปี้ซอฟต์แวร์ที่ต้องการได้					
21. ใช้งานง่าย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านผลิตภัณฑ์					
22. มีการอบรมการ ใช้งานเบื้องต้น					
23. มีบริการหลังการขายที่ดี					
24. มีศูนย์บริการตรวจซ่อมภายในจังหวัด					
25. ระยะเวลารับประกัน					
26. อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านราคา					
1. ราคาตัวเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก					
2. ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง					
3. ส่วนลดเงินสด					
4. เงินคาวนั้					
5. ระยะเวลาการให้สินเชื่อ					
6. จำนวนเงินผ่อน					
7. อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
8. ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ					
9. ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก					
10. ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ					
11. ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน					
12. มีที่จอดรถ					
13. เป็นร้านที่อยู่ในศูนย์การค้า					
14. บรรยากาศภายในร้าน					
15. การเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง					
16. ขายสินค้าหลายยี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก					
17. อื่น ๆ ระบุ.....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การลดราคา					
2. การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ					
3. การจับฉลากชิงโชค					
4. พนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี					
5. พนักงานขายมีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก					
6. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำการใช้					
7. การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง					
8. การโฆษณาทางทีวี					
9. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์					
10. การโฆษณาทางนิตยสาร					
11. การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา					
12. การโฆษณาทางวิทยุ					
13. การโฆษณาทางใบปลิว, แผ่นพับ					
14. การจัดงานแสดงสินค้า					
15. อื่น ๆ ระบุ.....					

ส่วนที่ 3. ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
1. ไม่มีตราชื่อที่ต้องการ					
2. ไม่มีรุ่นของหน่วยประมวลผลที่ต้องการ					
3. นำหนักมาก					
4. ไม่มีขนาดของหน่วยความจำ (RAM) ที่ต้องการ					
5. ไม่มีขนาดของฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk) ที่ต้องการ					
6. ไม่มีความสะดวกของจอภาพ (Monitor) ที่ต้องการ					
7. ไม่มีขนาดของจอภาพที่ต้องการ					
8. ไม่มีรูปทรงภายนอกที่ต้องการ					
9. จอภาพให้สีไม่ถูกใจ					
10. ไม่แข็งแรง					
11. ไม่มีชุดมัลติมีเดีย (Multimedia)					
12. ไม่มีโมเด็ม (Modem)					
13. ไม่มีไวเลสแลน (Wireless Lan)					
14. ไม่มีบลูทูท (Bluetooth)					
15. ไม่มีอีเธอร์เน็ตการ์ด (Ethernet Card)					
16. ไม่มีประเทศที่ผลิต					
17. ไม่มีระบบปฏิบัติการ (เช่น Window XP) ที่ต้องการ					
18. ไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับใช้งานในสำนักงาน					
19. ซอฟต์แวร์เกมไม่มีคุณภาพ					
20. ไม่สามารถกอบปี้ซอฟต์แวร์ที่ต้องการได้					
21. ใช้งานยาก					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
22. ไม่มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น					
23. บริการหลังการขายไม่ดี/ไม่มี					
24. ไม่มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด					
25. ระยะเวลารับประกันสั้น/ไม่มี					
26. อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านราคา					
1. ตัวเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีราคาแพง					
2. อุปกรณ์ต่อพ่วงมีราคาแพง					
3. ส่วนลดเงินสดน้อย/ไม่มี					
4. เงินคาวนสูง					
5. ระยะเวลาการให้สินเชื่อสั้น					
6. จำนวนเงินผ่อนมาก					
7. อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีชื่อเสียง /ไม่น่าเชื่อถือ					
2. ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อไม่สะดวก					
3. ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีสาขาทั่วประเทศ					
4. ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมาไม่นาน					
5. ไม่มีที่จอดรถ					
6. ร้านค้าไม่อยู่ในศูนย์การค้า					
7. บรรยากาศภายในร้านไม่ดี					
8. ไม่ได้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง					
9. มียี่ห้อ/รุ่น ให้เลือกน้อย					
10. อื่น ๆ ระบุ.....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการลดราคา					
2. การแจกหรือแถมสินค้าที่ไม่น่าสนใจ					
3. ไม่มีการจับฉลากชิงโชค					
4. พนักงานขายอรรถาสัยไม่ดี					
5. พนักงานขายขาดความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก					
6. พนักงานขายไม่สามารถให้คำแนะนำการใช้					
7. ไม่มีการชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง					
8. โฆษณาทางโทรทัศน์น้อย/ไม่มี					
9. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์น้อย/ไม่มี					
10. โฆษณาทางนิตยสารน้อย/ไม่มี					
11. โฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณาน้อย/ไม่มี					
12. โฆษณาทางวิทยุ น้อย/ไม่มี					
13. โฆษณาทางใบปลิว, แผ่นพับ น้อย/ไม่มี					
14. จัดงานแสดงสินค้ามีน้อย/ไม่มี					
15. อื่น ๆ ระบุ.....					

ข้อเสนอแนะอื่น.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสุวิจักขณ์ ปฐมวัฒนารักษ์
วัน เดือน ปี เกิด	16 ตุลาคม 2512
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย เชียงใหม่ 2531 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาโยธา 2537
ประวัติการทำงาน	ปี พ.ศ. 2544 - ปัจจุบัน หจก. สินสุดาพาณิชย์ ดูแลระบบคอมพิวเตอร์ ปี พ.ศ. 2537-2543 หจก. นำชัยการช่าง1994 ผู้จัดการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved