

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อทองรูปพรรณ
จากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการศึกษา การค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ อนึ่งข้อมูลที่ได้จะจัดเก็บเป็นความลับและขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมคำในช่องว่าง

1. เพศ

1. ชาย2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี2. 21-29 ปี3. 30-39 ปี4. 40-49 ปี5. 50-59 ปี6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา2. มัธยมศึกษาตอนต้น3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.4. ปวส.หรือเทียบเท่า5. ปริญญาตรี6. สูงกว่าปริญญาตรี7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. สถานภาพสมรส

1. โสด2. สมรส3. หม้าย/หย่าร้าง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท2. 10,001-20,000 บาท3. 20,001-30,000 บาท4. 30,001-40,000 บาท5. สูงกว่า 40,001 บาท

6. อาชีพปัจจุบัน

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 2. <input type="checkbox"/> รับราชการ |
| 3. <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4. <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการส่วนตัว |
| 5. <input type="checkbox"/> เกษตรกร | 6. <input type="checkbox"/> พนักงานสถาบันการเงิน |
| 7. <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | 8. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

7. ท่านซื้อทองรูปพรรณประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> สร้อยคอ | 2. <input type="checkbox"/> ต่างหู |
| 3. <input type="checkbox"/> สร้อยข้อมือ | 4. <input type="checkbox"/> กำไล |
| 5. <input type="checkbox"/> กรอบพระ | 6. <input type="checkbox"/> แหวน |
| 7. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

8. ท่านซื้อทองรูปพรรณบ่อยแค่ไหน

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เดือนละ 1 ครั้ง | 2. <input type="checkbox"/> เดือนละ 2 ครั้ง |
| 3. <input type="checkbox"/> ปีละ 1 ครั้ง | 4. <input type="checkbox"/> เฉพาะเทศกาลต่างๆ |
| 5. <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน | 6. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

9. ท่านซื้อทองรูปพรรณน้ำหนักเท่าใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 สลึง | 2. <input type="checkbox"/> 1 สลึง |
| 3. <input type="checkbox"/> 2 สลึง | 4. <input type="checkbox"/> 1 บาท |
| 5. <input type="checkbox"/> 2 บาท | 6. <input type="checkbox"/> มากกว่า 2 บาทขึ้นไป โปรดระบุ..... |

10. ท่านซื้อทองรูปพรรณในอำเภอบ้านแพ้วจากร้านใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ร้านทองจินดาภัณฑ์ สาขา 1 (ริมน้ำ) |
| 2. <input type="checkbox"/> ร้านทองจินดาภัณฑ์ สาขา 2 (ท่ารถมหาชัย) |
| 3. <input type="checkbox"/> ร้านทองจินดาภัณฑ์ สาขา 3 (ท่ารถนครปฐม) |
| 4. <input type="checkbox"/> ร้านทองเจ็บบ้วนสุน (แม่ฮ้วน) |
| 5. <input type="checkbox"/> ร้านทองศรีริณา |

11. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อทองรูปพรรณจากร้านที่ท่านซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> บริการดี | 2. <input type="checkbox"/> ต่อรองราคาได้ |
| 3. <input type="checkbox"/> เปอร์เซ็นต์ทองสูง | 4. <input type="checkbox"/> มีรูปแบบหลากหลาย |
| 5. <input type="checkbox"/> น้ำหนักทองได้มาตรฐาน | 6. <input type="checkbox"/> มีตรายี่ห้อทองรูปพรรณเป็นที่รู้จัก |
| 7. <input type="checkbox"/> สถานที่ไปมาสะดวก | 8. <input type="checkbox"/> มีบริการรับซื้อคืน |
| 9. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

12. ท่านรู้จักร้านทองรูปพรรณในอำเภอบ้านแพ้วจากสื่อใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น | 2. <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| 3. <input type="checkbox"/> ใบปลิว | 4. <input type="checkbox"/> ญาติ/พี่น้อง |
| 5. <input type="checkbox"/> เพื่อน | 6. <input type="checkbox"/> ป้ายข้างถนน |
| 7. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณ
ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของท่าน มากน้อย
เพียงใด กรุณาเลือกข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
13. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด					
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย					
2. ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย					
3. ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับซ่อมแซม ล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ					
4. ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับสั่งทำทองรูปพรรณตามสั่งตามความต้องการของลูกค้า					
5. ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์และน้ำหนักทองรูปพรรณ					
6. ร้านค้าทองรูปพรรณมีสินค้าที่เป็นชื่อตราี่ห้อทองรูปพรรณของตนเอง					
7. ชื่อตราี่ห้อทองรูปพรรณ					
8. ร้านค้าทองรูปพรรณมีกล่องพลาสติกหรือถุงบรรจุทองรูปพรรณสวยงาม					
9. ร้านค้าทองรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย					

ปัจจัย	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
10. ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดให้เลือกหลากหลาย					
11. ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ					
12. ร้านค้าของรูปพรรณมีการออกไปรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ					
13. ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำตรงเวลา					
14. ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว					
15. ทองรูปพรรณมีน้ำหนักเต็ม					
16. ทองรูปพรรณมีเปอร์เซ็นต์ทองสูง					
17. ร้านค้าของรูปพรรณมีความน่าเชื่อถือ					
18. ร้านค้าของรูปพรรณมีการรับประกันการซื้อคืนทองรูปพรรณในราคายุติธรรม					
19. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านราคา (Price)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาต่ำกว่าหรือค่ารูปแบบลวดลายที่ต่ำ					
2. ร้านค้าของรูปพรรณมีการกำหนดราคารับซื้อคืนทองรูปพรรณที่สูง					
3. ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการผ่อนชำระการซื้อทองรูปพรรณเป็นงวด ๆ					
4. ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาที่สามรถต่อรองได้					
5. ราคาทองรูปพรรณ					
6. ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขายทองรูปพรรณที่ชัดเจน					
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่ไป-มาสะดวก					
2. ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-เปิด ของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ					

ปัจจัย	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
3. ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้าออกสะดวก และมีที่จอดรถ					
4. ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขามาก					
5. ร้านค้าของรูปพรรณสวยงามสะอาดตา					
6. ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน					
7. ร้านค้าของรูปพรรณมีอากาศที่เย็นสบายภายในร้านบรรยากาศดี					
8. ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง					
9. ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก					
10. ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย					
11. ร้านค้าของรูปพรรณมีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก					
12. ร้านค้าของรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัยสวยงาม					
13. ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี					
14. ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามผ่านโทรศัพท์					
15. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณา					
2. ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำทองรูปพรรณที่ได้ถอนก่อนกำหนด					
3. ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น ปีใหม่ วาเลนไทน์					
4. ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชคหรือแจกรางวัลสำหรับผู้ที่มาซื้อทองรูปพรรณ					

ปัจจัย	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
5. ร้านค้าทองรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับและให้บริการ โดยอخصยาศัยไมตรีที่ดี					
6. ร้านค้าทองรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีความรู้ให้คำแนะนำเรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี					
7. ร้านค้าทองรูปพรรณมีความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย					
8. ร้านค้าทองรูปพรรณมีจำนวนพนักงานขายที่เหมาะสมในการให้บริการ					
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของท่าน มากน้อยเพียงใด กรุณาเลือกข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัญหา	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณไม่ทันสมัย					
2. ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกน้อย					
3. ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการรับซ่อมแซม ล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ					
4. ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการรับสั่งทำทองรูปพรรณตามสั่งตามความต้องการของลูกค้า					
5. ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์และน้ำหนักทองรูปพรรณ					
6. ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีชื่อตราหือทองรูปพรรณของตนเอง					

ปัญหา	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
	5	4	3	2	1
7. ร้านค้าของรูปพรรณมีชื่อตราหรือชื่อของรูปพรรณไม่เป็นที่รู้จัก					
8. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีบริการรับจำหน่ายของรูปพรรณ					
9. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการออกไปรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ					
10. ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำไม่ตรงเวลา					
11. ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการล่าช้า					
12. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการรับประกันในการซื้อคืนทองรูปพรรณ					
13. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านราคา (Price)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณมีค่ากำหนดสูง					
2. ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาซื้อขายคืนทองรูปพรรณต่ำ					
3. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีบริการผ่อนชำระในการซื้อทองรูปพรรณ					
4. ราคาทองรูปพรรณต่อรองไม่ได้					
5. ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาทองรูปพรรณสูงกว่าท้องตลาด					
6. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อขายทองรูปพรรณที่ชัดเจน					
7. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีบริการรับชำระค่าทองรูปพรรณผ่านบัตรเครดิต					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ไกลชุมชนเดินทางไม่สะดวก					
2. ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการใช้บริการ					

ปัญหา	ระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
3. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีที่จอดรถ					
4. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีสาขา					
5. ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างภายในร้านเพียงพอ					
6. ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดเล็ก พื้นที่ในร้านคับแคบ					
7. ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่					
8. ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งสังเกตได้ยาก					
9. ร้านค้าของรูปพรรณมีสินค้าจัดวางแสดงน้อย					
10. ร้านค้าของรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการไม่ทันสมัย					
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์					
2. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจํานำของรูปพรรณที่ได้ก่อนกำหนด					
3. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการลดค่ากําหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น ปีใหม่ วาเลนไทน์					
4. ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการแจกชิงโชคหรือจับรางวัลสำหรับผู้ที่มาซื้อของรูปพรรณ					
5. ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่ให้การต้อนรับให้บริการไม่ดี					
6. ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ไม่มีความรู้ไม่สามารถให้คำแนะนำเรื่องทองรูปพรรณได้					
7. ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายน้อย ให้บริการไม่ทั่วถึง					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของรูปพรรณ

.....

.....

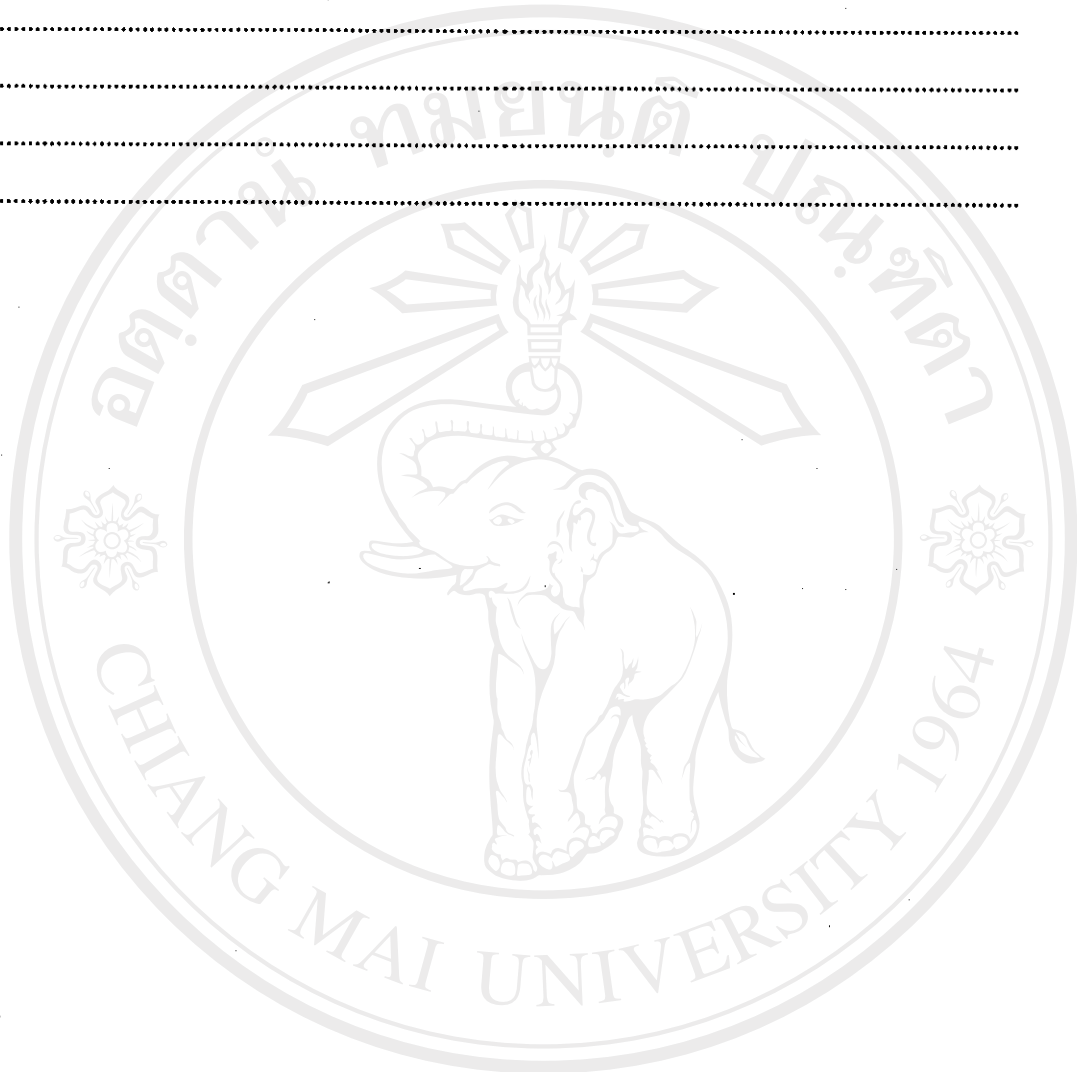
.....

.....

.....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวบุศรินทร์ จุงอนุภาพ	
วัน เดือน ปีเกิด	26 สิงหาคม 2519	
ประวัติการศึกษา	ปี 2539	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
	ปี 2542	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยคริสเตียน
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2542 – ปัจจุบัน	ร้านทองแจ้งบ้านสวน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved