



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

หมายเลข

.....

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สำหรับผู้บริหาร) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

อนึ่ง การศึกษาในครั้งนี้มิได้เป็นไปเพื่อประโยชน์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และข้อมูลที่ท่านได้ตอบลงในแบบสอบถามฉบับนี้จะถูกปิดเป็นความลับ เนื่องจากผู้ศึกษาจะใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้น

ผู้ศึกษาจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ (1) ชาย (2) หญิง
2. อายุ
 (1) ต่ำกว่า 20 ปี (2) 20 – 30 ปี (3) 31 – 40 ปี
 (4) 41 – 50 ปี (5) 50 ปี ขึ้นไป
3. อาชีพ
 (1) นักเรียน/นักศึกษา (2) พนักงานบริษัทเอกชน (3) ข้าราชการ
 (4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (5) ธุรกิจส่วนตัว (6) รับจ้างทั่วไป
 (7) เกษียณ (8) อื่นๆ.....
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
 (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา(2) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า(3)อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 (4) ปริญญาตรี (5) สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) 5,001 – 10,000 บาท (3) 10,001 – 15,000 บาท
 (4) 15,001 – 20,000 บาท (5) สูงกว่า 20,000 บาท
6. ท่านซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านค้าประเภทใด
 (1) ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป เช่น นิยมพานิช สหพานิช สยามทีวี ฯลฯ
 (2) ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าสมัยใหม่ เช่น บิ๊กซี ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ
 (3) อื่นๆ.....

7. ในการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิด ท่านจะศึกษาคุณสมบัติของสินค้านั้นๆเปรียบเทียบกับก่อนหรือไม่

..... (1) ศึกษาก่อน (2) ไม่ศึกษาเลย

8. ท่านชำระเงินในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... (1) เงินสด (2) เงินผ่อนกับร้านค้า (3) บัตรเครดิตธนาคาร
 (4) บัตรสินเชื่อ อีออน (5) บัตรสินเชื่อ เฟิร์สซ้อย (6) บัตรสินเชื่อ อีซี่บาย
 (7) บัตรสินเชื่อ แซทเทิลแลม (8) อื่นๆระบุ

9. ในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ท่านมีการเจาะจงซื้อเฉพาะยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือไม่

..... (1) เจาะจงยี่ห้อ (2) ไม่เจาะจงยี่ห้อ (3) อื่นๆระบุ

10. ท่านชอบรายการส่งเสริมการขายแบบใดมากที่สุด

..... (1) ของแถม (2) ลดราคา (3) ดอกเบี้ย 0%
 (4) ชิงโชค (5) สินค้าเก่าแลกซื้อสินค้าใหม่ (6) อื่นๆระบุ

11. ท่านรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... (1) โทรทัศน์ (2) วิทยุ (3) หนังสือพิมพ์
 (4) นิตยสาร (5) แผ่นพับ/ใบปลิว (6) เพื่อน /ญาติ
 (7) แคตตาล็อก/โบว์ชัวร์ (8) แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (9) อื่นๆระบุ

12. ปัจจุบันท่านมีสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ายี่ห้ออะไรบ้าง และถ้าในอนาคตจะซื้อใหม่ ท่านจะซื้อยี่ห้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ยี่ห้อ	ปัจจุบัน มี	อนาคต จะซื้อ	ยี่ห้อ	ปัจจุบัน มี	อนาคต จะซื้อ
(1) โซนี่			(10) เนชั่นแนล		
(2) ซัมซุง			(11) ชาร์ป		
(3) พานาโซนิค			(12) เจวีจี		
(4) ซันโย			(13) มิตซูบิชิ		
(5) แอลจี			(14) เอ็น อี ซี		
(6) โตชิบา			(15) ฟิลิปส์		
(7) อีโคเนติก			(16) มูลินีเกซ		
(8) ซิงเกอร์			(17) เทอโบรา		
(9) โซเคน			(18) อื่นๆ.....		

13. จากข้อ (12) เหตุผลในการเลือกซื้อยี่ห้อดังกล่าวเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... (1) คุณภาพดี (2) มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ (3) ราคาถูก
 (4) รูปทรงสวยงาม (5) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ
เครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ท่านคิดว่าปัจจัยดังต่อไปนี้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของท่านมากน้อยเพียงใด

โดยกรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ทรายี่ห้อ					
2. คุณภาพสินค้า					
3. รูปทรงภายนอก					
4. สีสีนของสินค้า					
5. ขนาดของสินค้า					
6. น้ำหนักสินค้า					
7. ใช้งานง่าย					
8. อายุการใช้งาน					
9. ประหยัดไฟ					
10. มีคู่มือการใช้งาน					
11. ประโยชน์ใช้สอย					
12. ความทนทาน					
13. ความปลอดภัย					
14. การบริการหลังการขาย					
15. การรับประกันสินค้า					
16. ระยะเวลาการรับประกัน					
17. มีศูนย์บริการซ่อม					
18. ะไหล่สินค้าหาซื้อง่าย					
19. มีการรับเปลี่ยนสินค้า					
20. อื่นๆ					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
1. ราคาสินค้า					
2. ราคาอะไหล่					
3. อัตราดอกเบี้ยต่ำ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีผล 1
4. เงินคาวน้ำต่ำ					
5. ระยะเวลาการให้สินเชื่อ					
6. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตหรือผ่านสินเชื่ออื่นได้					
7. มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน					
8. อื่นๆ					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ					
2. ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาได้สะดวก					
3. มีที่จอดรถสะดวก					
4. ระยะเวลาการเปิดปิดให้บริการสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ					
5. จัดโชว์/วางสินค้าได้สวยงามและสะดวกต่อการเลือกซื้อ					
6. ร้านค้ามีสินค้าจำหน่ายหลายรุ่นหลายยี่ห้อ					
7. ร้านที่จำหน่ายเป็นร้านที่รับซ่อมสินค้าด้วย					
8. อื่นๆ.....					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)					
1. มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ลด แลก แจก แถม)					
2. การสาธิตสินค้า					
3. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แคตตาล็อก โบว์ชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ					
4. ความรู้ของพนักงานในการแนะนำการใช้สินค้า					
5. ความเอาใจใส่และการให้บริการของพนักงาน					
6. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค					
7. ความสุภาพของพนักงาน					
8. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
9. การจัดงานแสดงสินค้า					
10. อื่นๆ					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ท่านเคยประสบปัญหาในการใช้บริการหรือซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในด้านต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด
กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีปัญหา 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ไม่มีตราหือสินค้าที่ต่อการ					
2. สินค้าไม่มีคุณภาพ					
3. รูปทรงสินค้ามีให้เลือกน้อย					
4. สีสินค้ามีให้เลือกน้อย/ ไม่มีให้เลือก/ไม่สวยงาม					
5. ขนาดสินค้ามีให้เลือกน้อย					
6. น้ำหนักสินค้ามาก (หนัก)					
7. ใช้งานยาก					
8. อายุการใช้งานสั้น(สินค้าเสียง่าย)					
9. ไม่ประหยัดไฟ					
10. ไม่มีคู่มือการใช้งาน					
11. ประโยชน์ใช้สอยน้อย					
12. สินค้าไม่มีความทนทาน					
13. ไม่มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
14. บริการหลังการขายไม่ดี / ไม่มี					
15. ไม่มีการรับประกันสินค้า					
16. ระยะเวลาการรับประกันสั้น					
17. ไม่มีศูนย์บริการซ่อม					
18. อะไหล่สินค้าหาซื้อยาก/ไม่มีอะไหล่					
19. ไม่สามารถเปลี่ยนสินค้าได้					
20. อื่นๆ.....					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
1. ราคาสินค้ามีให้เลือกน้อย / ไม่มีให้เลือก					
2. ราคาอะไหล่มีให้เลือกน้อย / ไม่มีให้เลือก					
3. อัตราดอกเบี้ยสูง					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด 5	มาก 4	น้อย 3	น้อยที่สุด 2	ไม่มีปัญหา 1
4. เงินค่านับสูง					
5. ระยะเวลาการให้สินเชื่อสั้น					
6. ไม่สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตหรือผ่านสินเชื่ออื่นได้					
7. ไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้า					
8. อื่นๆ.....					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาไม่สะดวก					
2. ระยะเวลาการเปิดปิดร้านไม่สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ					
3. ไม่มีที่จอดรถ / หาที่จอดรถยาก					
4. การโชว์/จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ ทำให้ยากต่อการเลือกซื้อ					
5. ร้านค้าที่จำหน่ายมีหี้อะไหล่และรุ่นสินค้าให้เลือกน้อย					
6. ร้านที่จำหน่ายไม่มีบริการรับซ่อมสินค้า					
7. อื่นๆ.....					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)					
1. ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)					
2. ไม่มีการสาธิตสินค้า					
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆน้อย/ไม่มี เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แคตตาล็อก โบว์ชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ					
4. พนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้าเพื่อที่จะอธิบายลูกค้า					
5. พนักงานให้บริการลูกค้าไม่ดี					
6. พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า					
7. พนักงานไม่มีความสุภาพต่อลูกค้า					
8. จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ					
9. ไม่มีการจัดงานแสดงสินค้า					
10. อื่นๆ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวนฤมล หอมแก่นจันทร์	
วัน เดือน ปี เกิด	11 พฤษภาคม 2525	
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2543	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย ลำปาง
	ปีการศึกษา 2547	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	ปี พ.ศ. 2547-2549	เลขานุการกรรมการผู้จัดการ และ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการด้านการตลาด บริษัท จิราภรณ์ จำกัด
	ปี พ.ศ. 2549-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกบริหารการตลาด และเจ้าหน้าที่การตลาดต่างประเทศ บริษัท อิมพีเรียลพอทเทอร์ จำกัด