



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

“ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ของ  
ผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีจุดประสงค์เพื่อนำไปประกอบการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ  
ของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดังนั้นในการกรอกแบบสอบถาม จึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้  
จะนำไปทำการวิจัยเพื่อหาข้อสรุปว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตา  
เซนส์โตร์ ของผู้บริโภคนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ  
เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ขอขอบพระคุณผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

อโนชา เขียวลงยา

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ส่วนที่ 1 :** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้กรอกแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในวงเล็บ (หรือเติมคำในช่องว่าง) ที่เป็นคำตอบของท่าน  
เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี  2. 21 – 30 ปี  
 3. 31 – 40 ปี  4. 41 -50 ปี  
 5. มากกว่า 50 ปี

3. การศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า  2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.  
 3. อนุปริญญาหรือ ปวส.  4. ปริญญาตรี  
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 5,000 บาท  2. 5,001 - 10,000 บาท  
 3. 10,001 - 20,000 บาท  4. 20,001 - 30,000 บาท  
 5. 30,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา  2. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว  
 3. รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ  4. พนักงานบริษัทเอกชน  
 5. รัฐวิสาหกิจ  6. อื่นๆ ระบุ.....

**ส่วนที่ 2 :** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์

โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในวงเล็บ (หรือเติมคำในช่องว่าง) ที่เป็นคำตอบของท่าน เพียงคำตอบเดียว

1. ท่านได้รับข้อมูลจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ที่ท่านเลือกใช้บริการ จากแหล่งใดมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> 1. สื่อโฆษณาโทรทัศน์	<input type="checkbox"/> 2. สื่อโฆษณาวิทยุ
<input type="checkbox"/> 3. สื่อโฆษณาหนังสือพิมพ์	<input type="checkbox"/> 4. สื่อโฆษณานิตยสาร
<input type="checkbox"/> 5. อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> 6. จากการบอกเล่าหรือแนะนำ
2. ประเภทของแว่นตาที่ท่านซื้อจากร้านแว่นตาเซนสโตร์
 

<input type="checkbox"/> 1. แว่นสายตา	<input type="checkbox"/> 2. แว่นกันแดด
<input type="checkbox"/> 3. ทั้งสองอย่าง	
3. ความถี่ในการซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์
 

<input type="checkbox"/> 1. ทุก 4 ปี	<input type="checkbox"/> 2. ทุก 3 ปี
<input type="checkbox"/> 3. ทุก 2 ปี	<input type="checkbox"/> 4. ทุก 1 ปี
<input type="checkbox"/> 5. มากกว่าปีละ 1 ครั้ง	
4. ท่านซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ต่อครั้งเป็นจำนวนเงินประมาณเท่าไร
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 3,001-6,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 6,001-9,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 9,001-12,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 12,001-15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 15,001 ขึ้นไป
5. เหตุผลที่ท่านซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ (เลือกเพียงข้อเดียว)
 

<input type="checkbox"/> 1. หาซื้อง่าย	<input type="checkbox"/> 2. มั่นใจในคุณภาพ
<input type="checkbox"/> 3. เคยเห็นในโฆษณา	<input type="checkbox"/> 4. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 5. มีของแถม	<input type="checkbox"/> 6. ครร่าชี่หื้อ
<input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ ระบุ.....	

**ส่วนที่ 3 :** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตา  
เซนสโตร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โปรดทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการของร้านเซนสโตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
<b>ผลิตภัณฑ์</b>					
1. คุณภาพของแว่นตา					
2. ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก					
3. สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์					
4. การรับประกันตัวสินค้า					
5. การให้บริการหลังการขาย					
6. การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต					
<b>ราคา</b>					
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น					
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
3. สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน					
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน					
2. มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ					
3. ช่วงเวลาเปิดให้บริการ					
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>					
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์					
2. การโฆษณาทางวิทยุ					
3. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์					
4. การโฆษณาทางนิตยสาร					
5. การออกงานแสดงสินค้า					
6. การจัดรายการลดราคาสินค้า					
7. ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า					
8. การแถมสินค้า					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
<u>ด้านกายภาพ</u>					
1. ความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน					
2. ความสวยงามของการตกแต่งร้าน					
3. ความสะดวกสบายของที่จอดรถ					
4. ห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน					
5. มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า					
<u>บุคคล</u>					
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน					
2. ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน					
3. ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน					
4. ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน					
5. ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน					
<u>กระบวนการ</u>					
1. การให้บริการแนะนำสินค้า					
2. การให้บริการตรวจวัดสายตา					
3. ความรวดเร็วในการประกอบแว่น					
4. ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน					
5. ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน					

ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

---



---

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นายอโนชา เขียวลงยา

วัน เดือน ปี เกิด

21 มีนาคม 2514

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2532

สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่โรงเรียนวัดบวรนิเวศ

ปีการศึกษา 2536

สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาภาพถ่าย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประสบการณ์ในการทำงาน

ปี พ.ศ. 2536 - 2537

ผู้แทนขายเครื่องมือแพทย์ บริษัท สุพรีมโปรดักส์ จำกัด

ปี พ.ศ. 2538 - 2540

ผู้แทนขายเครื่องมือแพทย์ บริษัท ท็อปคอนอินสตรูमेंท์(ไทยแลนด์) จำกัด

ปี พ.ศ. 2541- 2545

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายเครื่องมือแพทย์ บริษัท ท็อปคอนอินสตรูमेंท์  
(ไทยแลนด์) จำกัด

ปี พ.ศ. 2546 - ปัจจุบัน

ผู้จัดการฝ่ายขายเครื่องมือแพทย์ บริษัท ท็อปคอนอินสตรูमेंท์  
(ไทยแลนด์) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved