ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นของเครื่องปรับอากาศที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าอิสระซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดีและขอขอบ พระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวธราทิพย์ คุณาธารกุล

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / (ถูก) หน้าข้อความที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อ

1. เพศ
1 ( ) หญิง 2 ( ) ชาย

2. อายุ
1 ( ) 21-30 ปี 2 ( ) 31-40 ปี
3 ( ) 41-50 4 ( ) มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส
1 ( ) โสด 2 ( ) สมรส
3 ( ) หย่าร้าง / ม่าย 4 ( ) อื่นๆ / โปรดระบุ……

4. ระดับการศึกษา
1 ( ) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2 ( ) มัธยมศึกษา / ปวช.
3 ( ) ปวท./ปวส.หรืออนุปริญญา 4 ( ) ปริญญาตรี
5 ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ
1 ( ) แม่บ้าน/พ่อบ้าน 2 ( ) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน
3 ( ) ข้าราชการ 4 ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
5 ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว 6 ( ) อื่นๆ / โปรดระบุ……

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของท่าน
1 ( ) ไม่เกิน 10,000 บาท 2 ( ) 10,001-20,000 บาท
3 ( ) 20,001-30,000 บาท 4 ( ) มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

7. ลักษณะที่อยู่อาศัย
1 ( ) บ้านเดี่ยว 2 ( ) ทาวน์เฮาส์
3 ( ) คอนโด 4 ( ) อื่นๆ /โปรดระบุ……..

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. สมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่านเอง)

1 ( ) 1 คน 2 ( ) 2 คน

3 ( ) 3 คน 4 ( ) 4 คน

5 ( ) 5 คนขึ้นไปโปรดระบุ ..... คน

9. เครื่องปรับอากาศที่ท่านได้ซื้อมาใช้ล่าสุด ยี่ห้ออะไร

1 ( ) มิตซูบิชิอิเล็คทริค 5 ( ) ฮิตาชิ 9 ( ) โตชิบา 13 ( ) แอร์เท็มป์

2 ( ) ชาร์ป 6 ( ) เทรน 10 ( ) มิตซูบิชิเฮวี่ดิวตี้ 14 ( ) สตาร์แอร์

3 ( ) พานาโซนิค 7 ( ) ยอร์ค 11( ) ซัยโจเดนกิ 15 ( ) แอลจี

4 ( ) ไดกิ้น 8 ( ) แคร์เรียร์ 12 ( ) เซ็นทรัลแอร์ 16 ( ) ซัมซุง

17 ( ) อื่นๆ โปรดระบุ .....

10. เหตุผลที่ท่านจะเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) ยี่ห้อมีชื่อเสียงดี 2. ( ) ยี่ห้อที่คนส่วนใหญ่นิยมใช้

3. ( ) มีฉลากรับรองประหยัดไฟเบอร์ 5 4. ( ) ราคาไม่แพง

5. ( ) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดี 6. ( ) ความเงียบในขณะใช้งาน

7. ( ) มีระยะเวลาในการรับประกันนาน 8. ( ) ออกแบบภายนอกสวย ทันสมัย

9. ( ) การแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก 10. ( ) มีการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)

11. ( ) เป็นยี่ห้อที่เคยใช้มา 12. ( ) หาซื้ออุปกรณ์ อะไหล่ง่าย

13. ( ) ส่วนประกอบหรือวัสดุที่ใช้ความแข็งแรงทนทาน

14. ( ) อื่นๆ โปรดระบุ .....

11.เครื่องปรับอากาศที่ท่านซื้อมามีขนาดเท่าใด

1. ( ) ต่ำกว่า 9,000 บีทียู/ชั่วโมง (พื้นที่ 13-14 ตร.ม)

2. ( ) 9,000-15,000 บีทียู/ชั่วโมง (พื้นที่ 15-20 ตร.ม)

3. ( ) 15,001-20,000 บีทียู/ชั่วโมง (พื้นที่ 22-24 ตร.ม)

4. ( ) 20,001-25,000 บีทียู/ชั่วโมง (พื้นที่ 24-30 ตร.ม)

5. ( ) 25,001-30,000 บีทียู/ชั่วโมง (พื้นที่ 30-40 ตร.ม)

12. ปัจจุบันที่พักอาศัยของท่านมีแอร์อยู่ทั้งสิ้นกี่เครื่อง

1 ( ) 1 เครื่อง 2 ( ) 2 เครื่อง

3 ( ) 3 เครื่อง 4 ( ) 4 เครื่อง

5 ( ) มากกว่า 4 เครื่อง โปรดระบุ .....

13. ท่านซื้อเครื่องปรับอากาศเนื่องจากสาเหตุใด

1 ( ) แอร์เก่าเสีย 2 ( ) สร้างบ้านใหม่

3 ( ) แอร์เก่าเกินไป 4 ( ) แอร์รุ่นใหม่คุณสมบัติที่ดีกว่า

5 ( ) อื่นๆ/โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ตอนที่ 2</u> ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเห็นว่ามีความสำคัญกับข้อความ

ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.ร้านมีเครื่องปรับอากาศหลากหลายยี่ห้อและแต่ละยี่ห้อมีครบทุกรุ่น					
2.ร้านมีเครื่องปรับอากาศครบทุกขนาดทำความเย็นให้เลือก (BTU)					
3.ร้านมีผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆหลากหลายให้เลือกดูด้วย					
4.ร้านมีสินค้าพร้อมที่จะจำหน่ายและติดตั้งตลอดเวลา					
5.ร้านมีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ซ่อมบำรุง จำหน่ายอะไหล่					
6.ร้านมีบริการที่ดีดูแลและรับผิดชอบ สินค้าที่อยู่ในระยะเวลารับประกัน					
7.ร้านมีบริการออกแบบติดตั้งเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสมกับที่พักอาศัย					
8.ร้านมีสินเชื่อที่หลากหลายรองรับในการให้บริการลูกค้า					
9.ร้านมีการรับเปลี่ยน-คืนสินค้ากรณี สินค้ามีปัญหา ภายใน 7 วัน					
10.ร้านมีบริการสอนใช้งานและซ่อมบำรุงในเบื้องต้น					
11.มีผู้เชี่ยวชาญประจำร้านของแต่ละยี่ห้อ ให้คำแนะนำ					
12.ร้านมีพนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปรับอากาศคอยแนะนำคุณสมบัติ สินค้าแต่ละตัว					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านราคา (Price)					
1. ร้านค้านั้นมีสินค้าหลายรุ่น หลายราคาให้เลือก					
2. ร้านค้านั้นควรมีสินค้าที่มี Spec ระดับเดียวกัน แต่มีหลายแบรนด์ให้เลือกตามระดับราคาที่ต้องการ					
ด้านราคา (Price)					
3. ร้านค้านั้นมี Option ให้เลือกเพิ่มตามงบประมาณที่ลูกค้ามี หรือตามความต้องการประหยัดค่า ใช้จ่ายของลูกค้า เช่น ไม่เอาตัวกล่อง/หน้ากาก เพราะจะนำไปฝังในกล่องที่เตรียมไว้อยู่แล้ว โดยทางร้านจะมีส่วนลดนี้ให้เป็นต้น					
4. ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าตัวแทนอื่นๆ ในรุ่นเดียวกันและยี่ห้อเดียวกัน					
5. สินค้ามีราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าตัวแทนอื่นๆ ในสินค้าต่างรุ่น และต่างยี่ห้อ					
6. สามารถต่อรองราคาได้					
7. มีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต					
8. มีระบบผ่อนชำระ					
9. ค่าบริการนอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสมไม่แพง					
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
1. ร้านค้านั้นตั้งอยู่ในตัวเมืองเพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาร้านได้สะดวก					
2.ร้านค้านั้นตั้งอยู่ติดถนนใหญ่เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาร้านได้สะดวก					
3.ร้านค้านั้นมีรถสาธารณะผ่านไป-มา เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการเดินทางมาร้าน					
4. สถานที่ตั้งของร้านสามารถมองเห็นได้เด่นชัด					
5. ร้านค้านั้นมีที่จอดรถกว้างขวาง เพียงพอ					
6. พื้นที่ทั้งหมดของร้านค้ากว้างขวาง					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ร้านค้ามีพื้นที่วางจำหน่ายแอร์ กว้างขวาง สามารถวางได้ มาก และสะดวกสบายในการเดินชม					
8. การจัดพื้นที่ภายในร้านมีความเหมาะสม แบ่งพื้นที่ในแต่ละยี่ห้อแต่ละรุ่นได้อย่างชัดเจนง่ายต่อการเลือกซื้อ					
9. การตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอกสวยงามน่าสนใจ					
10.บรรยากาศการตกแต่งภายในโปร่ง สบายตา แอร์เย็น					
11.ความสะดวกในการติดต่อในกรณีติดต่อฝ่ายขายและฝ่ายบริการ					
12.ช่วงเวลา เปิด-ปิดของร้านมีความเหมาะสมต่อการซื้อ					
13.มีหลายสาขา ง่ายในการติดต่อ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. พนักงานให้การต้อนรับและบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี เป็นกันเอง					
2.พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ					
3.พนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าด้วยความเสมอภาค					
4.ความรู้-ความสามารถในการแนะนำของพนักงานขาย					
5.มีของแถม ของชำร่วย เมื่อซื้อสินค้า					
6.มีการชิงโชคของรางวัลที่น่าสนใจ					
7.การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ					
8.มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของร้านค้าตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก					
9.มีการให้ข่าว ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของร้านค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ					
10. มีการสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ ในแต่ละรุ่น					
11.การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า					
12.มีเอกสารช่วยขาย เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ					
13.มีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายร่วมกับสินค้าชนิดอื่นๆ					
14.การแจ้งข่าวสารสินค้าใหม่ผ่านจดหมาย หรือ E-mail					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Personality)					
1.ร้านค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว					
2.เป็นร้านค้าที่ดีในสายตาของสังคมช่วยเหลือสังคม รักษ์สิ่งแวดล้อม					
3.ร้านค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ทั้งในด้านการ ให้บริการหลังการขาย และคุณภาพสินค้า					
4.มีสัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา จดจำได้ง่าย					
5.ภาพลักษณ์ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้					
6.ภาพลักษณ์ร้านค้ามีความเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปรับอากาศ					
ด้านภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)					
7.ร้านค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างถูกต้องโดยตรงจากบริษัท					
8.ภาพลักษณ์ร้านค้ามีความเป็นกันเองเอาใจใส่ ดูแลลูกค้า					
9.ร้านค้ามีเครื่องปรับอากาศที่มีชื่อเสียงและมีตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวธราทิพย์ คุณาธารกุล
วัน เดือน ปี เกิด	22 ธันวาคม 2525
ประวัติการศึกษา	ปี 2547 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ
ประวัติการทำงาน	ปี 2548 – ปัจจุบัน พนักงานฝ่ายขายและการตลาด หจก.สยามแอร์เอ็นจิเนียริ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved