



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



แบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบตเตอรี่รถยนต์

**การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบตเตอรี่รถยนต์
ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่”**

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้ มีเป้าหมายให้ผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาถึงระดับความสำคัญของปัจจัย
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ โดยการศึกษานี้จะเก็บข้อมูลภายใน
อำเภอเมือง เชียงใหม่

คำชี้แจง

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน
2. โปรดตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
3. ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ
4. ผลการวิจัยจะถูกนำไปใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำการค้นคว้าอิสระ

รายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดคำถามจำนวน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
แบตเตอรี่รถยนต์ จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นาย สุรกฤษฎ์ นาทรราดล รหัส 521532036

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20 – 29 ปี

3. 30 – 39 ปี

4. 40 – 49 ปี

5. 50 – 59 ปี

6. 60 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพหลัก

1. นักเรียน/นักศึกษา

2. พนักงานบริษัทเอกชน

3. ธุรกิจส่วนตัว

4. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษา/ปวช หรือต่ำกว่า

2. อนุปริญญา/ปวส

3.ปริญญาตรี

4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,001 – 20,000 บาท

3. 20,001 – 30,000 บาท

4. 30,001 – 40,000 บาท

5. 40,001 – 50,000 บาท

6. มากกว่า 50,000 บาท

6. ประสบการณ์ในการขับรถยนต์

1. น้อยกว่า 2 ปี

2. 2 – 5 ปี

3. 5 – 10 ปี

4. มากกว่า 10 ปี

7. ปัจจุบันท่านใช้รถยนต์ อย่างไร

1. ใช้ทุกวัน

2. ใช้สัปดาห์ละ 3-6 วัน

3. ใช้น้อยกว่าสัปดาห์ละ 3 วัน

8. อายุของรถยนต์ที่ใช้ประจำ

1. น้อยกว่า 2 ปี

2. 2 – 5 ปี

3. 5 – 10 ปี

4. มากกว่า 10 ปี

9. ประเภทของรถยนต์ที่ท่านใช้

1. รถเก๋งเอเชีย (เครื่องยนต์ขนาด 1,300 – 1,500 ซีซี)
2. รถเก๋งเอเชีย (เครื่องยนต์ขนาด 1,500 – 1,800 ซีซี)
3. รถเก๋งเอเชีย (เครื่องยนต์ขนาด 1,800 ซีซี ขึ้นไป)
4. รถเก๋งยุโรป
5. รถปิกอัพ
6. รถอเนกประสงค์ (SUV)

10. ยี่ห้อของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ท่านใช้อยู่

1. GS 2. 3K 3. FB 4. YUASA
5. Panasonic 6. BOLIDEN 7. อื่นๆ
8. ไม่ทราบยี่ห้อแบตเตอรี่ที่ใช้

11. ประเภทของแบตเตอรี่รถยนต์ที่ท่านใช้อยู่

1. แบบเติมน้ำกลั่น 2. แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น 3. ไม่ทราบ

12. การดูแลรักษาและตรวจเช็คแบตเตอรี่รถยนต์ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ทั้งแบบดูแลด้วยตนเอง และเข้าศูนย์บริการ

1. ไม่เคยดูแลรักษาและตรวจเช็ค
2. 1 – 2 ครั้ง ต่อปี
3. 3 – 4 ครั้ง ต่อปี
4. มากกว่า 4 ครั้งต่อปี

13. ความถี่ในการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ของท่าน

1. น้อยกว่า 2 ปีต่อครั้ง 2. 2 – 4 ปีต่อครั้ง
3. เปลี่ยนเมื่อแบตเตอรี่ชำรุด ประมาณ ____ ปี/ครั้ง
4. อื่นๆ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่รถยนต์
คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในแต่ละข้อว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบตเตอรี่รถยนต์ มากน้อยเพียงใด แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้า					
2. รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์					
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
4. ความสะดวกในการบำรุงรักษา					
5. อายุของผลิตภัณฑ์					
6. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
7. เป็นแบตเตอรี่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำมารีไซเคิลได้					
8. เป็นแบตเตอรี่แบบต้องเติมน้ำกลั่น					
9. เป็นแบตเตอรี่แบบไม่ต้องเติมน้ำกลั่น					
10 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
11. ขั้นตอนการเปลี่ยนแบตเตอรี่ที่ถูกต้องของ ร้านจำหน่ายแบตเตอรี่					
ด้านราคา					
1. เป็นยี่ห้อที่ราคาถูกที่สุด					
2. เป็นร้านที่จำหน่ายยี่ห้อที่ต้องการและราคา ถูกที่สุดกว่าร้านอื่นๆ					
3. การให้ส่วนลด					
4. การชำระเงินด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต					
5. สามารถแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ ได้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. การครอบคลุมพื้นที่ ของร้านจำหน่าย แบตเตอรี่					
2. ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจน					
3. ความเป็นระเบียบและสะอาดของพื้นที่ ให้บริการ					
4. สถานที่รับรองลูกค้า					
5. ชื่อเสียงของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่					
6. ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายแบตเตอรี่					
7. มีที่จอดรถสำหรับเปลี่ยนแบตเตอรี่					
8. ร้านมีขนาดใหญ่					
9. ร้านมีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคา ระดับ ยี่ห้อให้เลือก					
10. เป็นสมาชิกของร้าน (ลูกค้าประจำ)					
11. รู้จักเจ้าของร้าน					
12 บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นอกสถานที่					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์					
2. การโฆษณาผ่านทางวิทยุ					
3. การโฆษณาผ่านทางสิ่งตีพิมพ์					
4. การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event)					
5. การให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ที่ เหมาะสมกับรถของท่าน					
6. การแจกของแถม					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย					
8. การให้บริการฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง					
9. การรับประกันสินค้า เมื่อมีปัญหา					
10. สามารถนำแบตเตอรี่เก่าไปลดราคาได้					

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความที่เป็นข้อคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ของท่าน ที่เกี่ยวกับ
แบตเตอรี่รถยนต์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นาย สุรกฤษณ์ นาทรราดล

วัน เดือน ปี เกิด

27 กันยายน 2522

ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ปีการศึกษา 2539
- สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2543