



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม **แบบสอบถาม**

เรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. อายุ

- | | |
|-------------------|-------------------|
| () ต่ำกว่า 20 ปี | () 20 - 29 ปี |
| () 30 - 39 ปี | () 40 - 49 ปี |
| () 50 - 59 ปี | () สูงกว่า 59 ปี |

2. อาชีพ

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| () รับราชการ | () พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| () พนักงานบริษัทเอกชน | () ธุรกิจส่วนตัว |
| () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

3. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| () ต่ำกว่า 10,000 | () 10,001 - 20,000 บาท |
| () 20,001 - 30,000 บาท | () 30,001 - 40,000 บาท |
| () สูงกว่า 40,000 | |

4. เป้าหมายที่ท่านเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับที่อยู่อาศัย
- () มุ่งประโยชน์ใช้สอย
- () เพื่อต่อเติมบางส่วนของบ้าน
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5. ท่านหาข้อมูลการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () สอบถามจากร้านค้าโดยตรง () สอบถามจากผู้รับเหมาหรือเจ้าของโครงการ
- () เพื่อนแนะนำ () โฆษณาทางวิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- () ประสบการณ์เดิมที่เคยซื้อของตัวเอง () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
6. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านที่สุดในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ (ตอบ 1 ข้อ)
- () ตัดสินใจด้วยตัวเอง () บุคคลในครอบครัว
- () ผู้รับเหมา หรือเจ้าของโครงการ () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
7. ท่านตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในลักษณะใด (ตอบ 1 ข้อ)
- () ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง () ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว
- () ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลอื่น เช่น ผู้รับเหมา หรือเจ้าของโครงการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จของท่านในระดับใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 ความมีชื่อเสียงของร้านค้า					
1.2 วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี					
1.3 สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน					
1.4 เป็นร้านค้าที่เก่าแก่ เปิดมานาน เป็นที่รู้จัก					
1.5 สินค้ามีหลายรูปแบบให้เลือก					
1.6 สินค้ามีหลายขนาดให้เลือก					
1.7 ช่างมีความชำนาญในการทำงาน					
1.8 ช่างมีความรู้ และความสามารถในการแนะนำสินค้า					
1.9 มีการให้คำแนะนำด้านการใช้งาน และการดูแลรักษา					
1.10 มีการรับประกันอุปกรณ์ที่นำมาใช้ประกอบ					
1.11 มีบริการหลังการขาย					
1.12 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 มีหลายระดับราคาให้เลือก					
2.2 ราคาถูกกว่าร้านอื่น					
2.3 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2.4 มีการให้เครดิต					
2.5 มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก					
2.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบสำเร็จ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ร้านค้ามีหลายสาขา					
3.2 ติดต่อร้านค้าได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น					
3.3 ร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน ง่ายเดินทางไป - มาสะดวก					
3.4 ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ					
3.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีการโฆษณาร้านค้าผ่านสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น					
4.2 การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การแข่งขัน กีฬาการกุศล เป็นต้น					
4.3 การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก					
4.4 การได้รับคำแนะนำจากผู้รับเหมา / เจ้าของโครงการ					
4.5 มีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า					
4.6 มีการลดราคา					
4.7 มีการให้ของแถม					
4.8 พนักงานขายมีความรู้ และความสามารถในการแนะนำสินค้า					
4.9 เจ้าของร้านเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ทำให้มีความน่าเชื่อถือ					
4.10 อธยาศัยของพนักงานขาย					
4.11 มีบ้านที่ติดตั้งงานเสร็จให้ดูเป็นตัวอย่าง					
4.12 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยหลักต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบประกอบสำเร็จของท่านในระดับใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบประกอบสำเร็จ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม					
2. ราคา (Price) เช่น การให้เครดิต					
3. การจัดจำหน่าย (Place) เช่น ร้านค้าตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ					
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการให้ส่วนลด มีการโฆษณาผ่านสื่อท้องถิ่นต่าง ๆ					

ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าเพื่อการศึกษาครั้งนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอาภาศรี เทวตา
วัน เดือน ปีเกิด	29 มกราคม 2527
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2539 - 2541 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนคาราวินทาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2542 - 2544 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนคาราวินทาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2545 - 2548 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขา การจัดการทั่วไปคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2548 – ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved