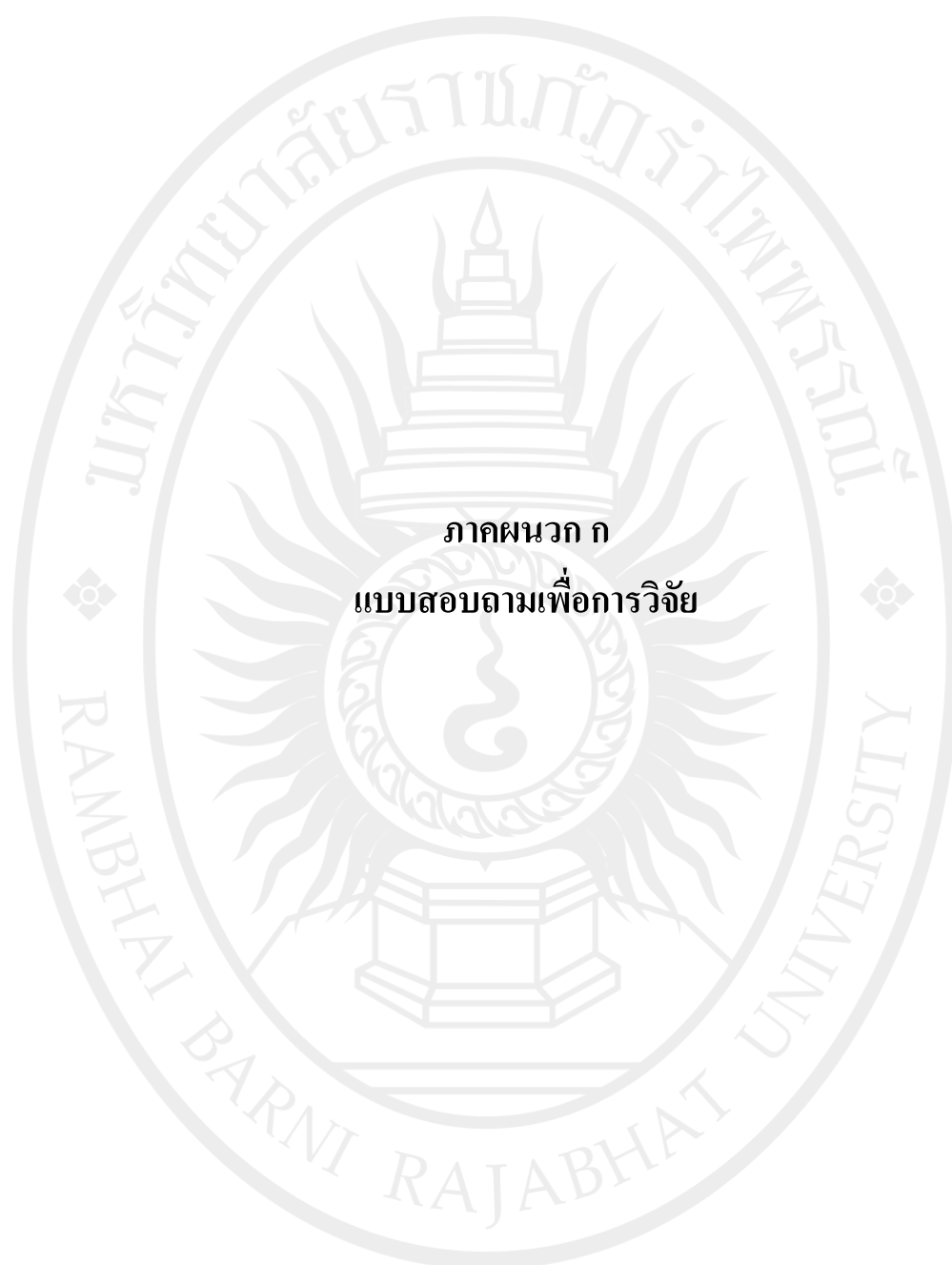




ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ชุดที่

แบบสอบถามวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยน
 ยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมการ
 สื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สมมติฐาน ปัจจัยการสื่อสารการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่าย
 และเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง : ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามโดยผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูล
 ของท่าน เป็นความลับเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์
 ต่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 7 หน้า 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการชนิดต่างๆ จากร้านจำหน่ายและ
 เปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและ
 เปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ หากท่านไม่สะดวกใจก็สามารถยกเลิกการตอบแบบสอบถามได้ตามต้องการ
 อย่างไรก็ตามผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะให้ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนให้การศึกษา
 วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี ขอขอบพระคุณทุกเป็นอย่างยิ่งสำหรับการสละเวลาเพื่อตอบ
 แบบสอบถาม หากท่านมีข้อสงสัยหรือคำถามเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ สามารถติดต่อผู้วิจัยได้ที่
 koonkittipan@gmail.com

กิตติพันธ์ ห้วยหงษ์ทอง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 20-29 ปี 2. 30-39 ปี 3. 40-49 ปี 4. 50-59 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. นิสิต/นักศึกษา
 4. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

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

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการชนิดต่างๆ จากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ส่วนใหญ่ที่ร้านไหนบ่อยที่สุด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. หมวยอโต้ไทร์ 2. เจริญกิจการยาง 3. โอเค ออโต้เซอร์วิส
 4. ไทยยางยนต์ 5. นิวัฒน์การยาง 6. แวงค์การยาง
 7. จิตตาพรการยาง 8. ยงชัยการยาง 9. ธนุทองการยาง
 10. ยงกิจ วายซีเอ็น 11. เกษมศูนย์ยาง 12. ฐิติพงศ์การยาง
 13. ไทญ์การยาง 14. สุรชัยการยาง 15. ยางสินการยาง
 16. ปิคิวิกโฮมโปรจันทบุรี 17. เนินสูงการยาง 18. ดีดีคาร์แคร์การยาง
 19. คาสโนว่า 20. บอยการยาง 21. ฉลวยการยาง
 22. หนองเต่าการยาง 23. ปะดงการยาง

2. ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์
1. ใช้บริการเป็นครั้งแรก 2. เคยเข้าใช้บริการแล้ว
3. ประเภทของรถยนต์ที่เข้าใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์
1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคล 2. รถกระบะ
3. รถขับเคลื่อน 4 ล้อ (Off Road) 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...
4. ท่านใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ส่วนใหญ่ในด้านใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ชื่อยางรถยนต์และทำการเปลี่ยนยางรถยนต์
2. ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ในการใช้ระยะทางตามกำหนด
3. ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ
4. ตรวจสอบระบบไฟ แบตเตอรี่และเบรก
5. ติดตั้งอุปกรณ์พิเศษอื่น ๆ
5. โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ประมาณกี่ครั้ง/เดือน
1. 1 ครั้ง/เดือน 2. 2 ครั้ง/เดือน
3. 3 ครั้ง/เดือน 4. 4 ครั้ง/เดือน
5. มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน
6. ท่านใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในวันใดมากที่สุด
1. ช่วงเวลาทำงาน (จันทร์-ศุกร์) 2. หลังเลิกงาน (จันทร์-ศุกร์)
3. วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ 4. วันหยุดนักขัตฤกษ์
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ประมาณกี่บาท
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท 2. 301-600 บาท
3. 601-900 บาท 4. 901 บาทขึ้นไป
8. บุคคลอ้างอิงที่ส่งผลต่อท่านในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์
1. ตนเอง 2. ครอบครัว
3. เพื่อน-คนรู้จัก 4. ญาติ
5. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของร้าน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและ
เปลี่ยนยางรถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับการมีอิทธิพล
5	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมากที่สุด
4	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมาก
3	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลปานกลาง
2	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อย
1	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อยที่สุด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับการมีอิทธิพล				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. สภาพของยางรถยนต์คู่มือมีความคงทน มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ					
2. มียางรถยนต์หลากหลายยี่ห้อให้เลือก ตามความต้องการของลูกค้า					
3. มีการรับประกันคุณภาพของชั้นยางรถยนต์ที่ลูกค้าได้ทำการซื้อเปลี่ยน					
4. ร้านมีการจัดแบ่งโซนยางรถยนต์ อย่างชัดเจน (โซนยางเก่า, โซนยางใหม่)					
ด้านราคา (Price)					
5. ราคาของสินค้าหรือบริการสามารถต่อรองราคาได้เมื่อซื้อจำนวนมาก					
6. ราคาของสินค้าหรือบริการมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น					
7. มีความหลากหลายของระดับราคา สินค้า/บริการให้เลือก					
8. การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า เช่น การให้เครดิตผ่อนชำระตามกำหนดเวลา					

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับการมีอิทธิพล				
	5	4	3	2	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
9. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการมาใช้บริการ					
10. มีพื้นที่รองรับรถที่มาใช้บริการอย่างกว้างขวาง					
11. มีการให้บริการนอกสถานที่ตามลูกเงิน					
12. สถานที่มีความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
13. มีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Website				◊	
14. มีระยะเวลาการรับประกันในการซ่อมและสลับยางให้ฟรีภายในระยะเวลาที่กำหนด					
15. มีของแถมให้ในบางรายการที่เข้าใช้บริการ					
16. มีส่วนลดค่าแรงของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในการใช้บริการครั้งต่อไป					
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ(People)					
17. พนักงานมีประสบการณ์และความรู้ความชำนาญในการให้บริการ					
18. พนักงานมีมารยาทที่ดี มีความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาไพเราะ					
19. พนักงานสื่อสารและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี					
20. จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีเพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า					

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับการมีอิทธิพล				
	5	4	3	2	1
ด้านขั้นตอนการให้บริการ (Process)					
21. เครื่องมือที่ใช้ในการบริการมีคุณภาพและมาตรฐานที่ดี					
22. มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลังเป็นอย่างดี					
23. มีเอกสารในการให้บริการอย่างชัดเจน เช่น ใบเสร็จ ใบแจ้งการนัดหมาย					
24. มีการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว					
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
25. ทรัพย์สินของลูกค้ามีความปลอดภัยขณะเข้ารับบริการ					
26. ห้องน้ำและสถานที่รอรับบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน					
27. ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเหมาะสม มีความพร้อมในการให้บริการ					
28. สถานที่รอรับบริการมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม