

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

## แบบสอบถาม

### องค์ประกอบทางการตลาดที่ถูกค้าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อที่ดิน บริษัท อิตาลีไทยอุตสาหกรรม จำกัด

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความจริง เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป ข้อมูลที่ท่านตอบจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ จะนำเสนอผลงานวิจัยในภาพรวม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบทางการตลาดที่ถูกค้าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อที่ดิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน  หรือช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ประกอบการ

สำหรับผู้วิจัย

1. รูปแบบธุรกิจ

1)  บริษัทจำกัด

2)  ห้างหุ้นส่วน

2. ลักษณะธุรกิจ

1)  โรงไม้หิน

2)  บ่อทราย

3)  รับเหมาก่อสร้าง

3. ขนาดธุรกิจ

1)  ขนาดเล็ก

2)  ขนาดกลาง

3)  ขนาดใหญ่

4. ทุนจดทะเบียน

1)  น้อยกว่า 5,000,000 บาท

2)  5,000,000 – 10,000,000 บาท

3)  10,000,001–15,000,000 บาท

4)  มากกว่า 15,000,000 บาท

5. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

1)  น้อยกว่า 5 ปี

2)  5 – 10 ปี

3)  11 – 15 ปี

4)  มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อรถชุดดิน

รายการ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
<b>ผลิตภัณฑ์</b>						
1. คุณภาพของรถชุดดินได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพสูง						<input type="checkbox"/>
2. อายุการใช้งานรถชุดดินยาวนาน						<input type="checkbox"/>
3. มีการรับประกันคุณภาพสินค้า						<input type="checkbox"/>
4. สินค้ามีความหลากหลายให้ลูกค้าเลือกหลายรุ่น						<input type="checkbox"/>
5. ระยะเวลาในการตรวจเช็คสภาพรถชุดดิน						<input type="checkbox"/>
6. ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก						<input type="checkbox"/>
7. มีระบบแจ้งเหตุขัดข้องขณะทำงาน						<input type="checkbox"/>
<b>ราคา</b>						
8. ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน						<input type="checkbox"/>
9. มีการให้เครดิตในการชำระเงิน						<input type="checkbox"/>
10. มีส่วนลดให้กับลูกค้าเก่า						<input type="checkbox"/>
11. มีระบบผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ยต่ำ						<input type="checkbox"/>
12. สามารถต่อรองราคาได้						<input type="checkbox"/>
13. ราคารถถูกกว่ายี่ห้ออื่น						<input type="checkbox"/>
14. ราคาอะไหล่ของไม่แพงจนเกินไป						<input type="checkbox"/>
<b>การจัดจำหน่าย</b>						
15. ความสะดวกในการติดต่อกับผู้ผลิต/ตัวแทนจำหน่าย						<input type="checkbox"/>
16. การให้ความสะดวกในการสั่งซื้อรถชุดดิน						<input type="checkbox"/>
17. มีสินค้าให้ลูกค้าทันทีไม่ต้องรอนาน						<input type="checkbox"/>
18. ให้บริการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าโดยตรง						<input type="checkbox"/>
19. เป็นตัวแทนจำหน่ายรถชุดนำเข้าที่ได้รับการยอมรับ						<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบทางการตลาดที่ถูกค่าใช้จ่ายตัดสินใจเข้าซื้อรถยนต์ (ต่อ)

รายการ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
20. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่าย						<input type="checkbox"/>
21. มีสถานที่รับรอง และสถานที่จอดรถให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ						<input type="checkbox"/>
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>						
22. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ที่แพร่หลาย						<input type="checkbox"/>
23. มีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น การให้ของแถม						<input type="checkbox"/>
24. มีการแจกคู่มือส่วนลดสำหรับการนำรถยนต์เข้าตรวจเช็คและซ่อมบำรุง						<input type="checkbox"/>
25. บริการให้คำแนะนำในการเลือกรถให้เหมาะสมกับการใช้งาน พร้อมทั้งแนะนำการดูแลและบำรุงรักษารถ						<input type="checkbox"/>
26. สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต						<input type="checkbox"/>
27. ตัวแทนขายและพนักงานบริการมีความรู้สามารถให้คำแนะนำได้						<input type="checkbox"/>
28. บุคลิกภาพและการต้อนรับของพนักงานเป็นกันเองและน่าเชื่อถือ						<input type="checkbox"/>

ขอขอบคุณในการเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล นายสมศักดิ์ กลางอรัญญ  
วัน เดือน ปี เกิด 21 มีนาคม 2520  
ที่อยู่ปัจจุบัน 112/7 หมู่บ้านชมเพลินการ์เด็น ถนนบางกรวย-ไทรน้อย  
ตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 ปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพระนครเหนือ

### ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน บริษัท อีเทลไทยอุตสาหกรรม จำกัด  
ตำแหน่ง วิศวกรฝ่ายขาย