

Draft

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการผู้ซ่อมรถยนต์ เขตกรุงเทพมหานคร

คำแนะนำ: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 18-30 ปี 2. 31-40 ปี
 3. 41- 50 ปี 4. 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักศึกษา 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัท 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. แม่บ้าน 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครอบครัว

1. ไม่เกิน 10,000บาท/เดือน 2. 10,001-20,000บาท/เดือน
 3. 20,001-30,000บาท/เดือน 4. 30,001-40,000บาท/เดือน
 5. สูงกว่า 40,000บาท

6. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. อื่นๆ

7. ที่อยู่ของท่านในปัจจุบันอยู่ในเขต.....

8. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์มากน้อยเพียงใด

1. น้อย 2. ปานกลาง 3. มาก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการห้องสมุด

9. ปัจจุบันรถที่ท่านนำเข้าห้องสมุดเป็นรถยนต์ยี่ห้อใด.....
10. ท่านใช้รถคันนี้มานานเท่าไร
1. 0-6 เดือน 2. 6-11 เดือน
3. 1-5 ปี 4. มากกว่า 5 ปี
11. ท่านเลือกนำรถยนต์เข้าห้องสมุดประเภทใด
1. ห้องสมุดทั่วไป 2. ห้องสมุดของศูนย์ 3. ห้องสมุดเฉพาะอย่าง
12. ในการตัดสินใจนำรถยนต์เข้าห้องสมุด ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด
1. ตนเอง 2. พี่น้อง/ญาติ/เพื่อน
3. คู่สมรส 3. บิดา-มารดา
13. ท่านสะดวกที่จะนำรถเข้าบริการในช่วงใด
1. วันหยุดนักขัตฤกษ์ 2. วันหยุดราชการ
3. วันทำงานปกติ 4. วันที่ยืดหยุ่น
14. เวลาใดที่ท่านสะดวกในการนำรถเข้าบริการ
1. 8.00-12.00 น. 2. 13.00-17.00 น.
3. หลัง 17.00 น. 4. อื่นๆ.....
15. ท่านนำรถของท่านเข้าห้องสมุดบ่อยเพียงใด
1. ทุก 3 เดือน 2. ทุก 6 เดือน
3. ปีละครั้ง 4. เกิน 1 ปี/ครั้ง
16. ปกติท่านนำรถไปใช้บริการห้องสมุดที่ห้องสมุดใด
1. ใกล้บ้าน 2. ใกล้ที่ทำงาน 3. ที่ใดก็ได้
17. ท่านใช้ห้องสมุดนั้นประจำหรือไม่
- ประจำ ไม่ประจำ
18. เหตุผลที่นำรถเข้าห้องสมุด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ทำสี 2. ซ่อมตัวถัง
3. เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง 4. เช็กระบบช่วงล่าง(เครื่องยนต์)
5. ตรวจสอบระยะทั่วไป 6. ซ่อมทั่วไป
7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับระดับความสำคัญของการตัดสินใจใช้

บริการอู่ซ่อมรถยนต์ เขตกรุงเทพมหานคร

ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ให้ตรงกับระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยเรียงลำดับ
ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านฝีมือแรงงาน					
2. ด้านการบริการ					
3. ราคาที่เหมาะสม					
4. ราคาที่ต่อรองได้					
5. ความสะดวกในการนำรถยนต์ไปซ่อม					
6. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งของอู่ซ่อม รถยนต์					
7. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์อู่ซ่อม รถยนต์					
8. การส่งเสริมการขาย					

