

แบบสอบถามเลขที่

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของประชากรใน จังหวัดระยอง

คำชี้แจง

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้ประโยชน์ในทางวิจัยเท่านั้น และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณชน ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

นางสาวจรรวณ เรืองอร่าม

ผู้วิจัย นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง กรุณากรอกแบบสอบถามโดยการทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

15 -19 ปี

20- 29 ปี

30 -39 ปี

40-49 ปี

50-60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพหลัก

นักเรียน/นักศึกษา

ธุรกิจส่วนตัว

ข้าราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

อื่น ๆ

4. รายได้ต่อเดือนเฉพาะของท่าน

น้อยกว่า 5,000 บาท

5,001- 10,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

มากกว่า 40,000 บาท

5. วุฒิการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

มัธยมศึกษา/ปวช.

อนุปริญญา/ปวส.)

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยการตัดสินใจ	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1	การให้ข้อมูลข่าวสารของผู้ให้บริการ เครือข่าย AIS					
2	การพัฒนาเครือข่ายสัญญาณการ ให้บริการของ AIS					
3	ความรวดเร็วในการโทรออกไปยังเครือ ข่ายต่าง ๆ					
4	ความชัดเจนของสัญญาณที่ใช้ขณะขับ รถ					
5	ความชัดเจนของสัญญาณโทรศัพท์ขณะ อยู่ห่างจากชุมชน					
6	ความชัดเจนของสัญญาณโทรศัพท์ เมื่อ อยู่ในที่ปกอาศัย					
ปัจจัยด้านราคา (Price)						
7	การคิดค่าบริการมีความเหมาะสม ต่อ การใช้บริการ					
8	การคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่ ผิดพลาด					
9	การคิดค่าบริการแยกตามประเภทที่ใช้ งานได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน					

ข้อ	ปัจจัยการตัดสินใจ	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย (Place)						
10	จำนวนของศูนย์บริการมีจำนวนมากพอ สำหรับความต้องการของลูกค้า					
11	การกระจายของศูนย์บริการมีความ เหมาะสม					
12	ศูนย์บริการมีพื้นที่ที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างกว้างขวาง					
13	รูปแบบภายในศูนย์บริการมีการจัด ตกแต่งสถานที่อย่างเหมาะสม					
14	ท่านได้รับความสะดวกจากการใช้ บริการภายในศูนย์บริการ					
15	ศูนย์บริการมีการจัดเตรียมเอกสารไว้ บริการลูกค้า					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
16	มี Promotion หรือการส่งเสริมการขาย					
17	มีการออก Promotion ใหม่ๆ ทันสมัย					
18	มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล					
19	ของรางวัลที่บางบริษัทจัดให้มีความ เหมาะสม					
20	การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่ใช้ บริการเครือข่ายเป็นเวลานาน					

ข้อ	ปัจจัยการตัดสินใจ	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน (People)						
21	พนักงานมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว					
22	พนักงานแจ้งข้อมูล ข่าวสารให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน					
23	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองกับลูกค้า					
24	พนักงานมีความเข้าใจในปัญหาของลูกค้า					
25	พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้					
ปัจจัยทางการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(Physical)						
26	ความสะอาดและความเป็นระเบียบของศูนย์บริการ					
27	ความกว้างของศูนย์บริการที่ให้บริการมีความเหมาะสม เพียงพอกับลูกค้า					
28	ความทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้ของศูนย์บริการ					
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)						
29	จำนวนพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้ามีเพียงพอ					
30	ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากและซับซ้อน					
31	ศูนย์บริการมีการจัดลำดับการบริการได้เป็นอย่างดี					
32	มีการแยกประเภทการให้บริการภายในศูนย์บริการอย่างเหมาะสม					