

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์
ของผู้บริโภคในเขตตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

แบบสอบถามเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study) ของนิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. ท่านเคยใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์หรือไม่

() 1. เคย

() 2. ไม่เคย

2. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

3. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 25 ปี

() 2. 25-34 ปี

() 3. 35-44 ปี

() 4. 45-54 ปี

() 5. 55 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

() 1. นักศึกษา

() 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() 3. พนักงานบริษัทเอกชน

() 4. ธุรกิจส่วนตัว

() 5. รับจ้างทั่วไป

() 5. อื่นๆ (ระบุ).....

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

() 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

() 1. น้อยกว่า 10,000 บาท

() 2. 10,000-15,000 บาท

() 3. 15,001-20,000 บาท

() 4. 20,001-25,000 บาท

() 5. 25,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้เติมเงินออนไลน์

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการให้บริการ					
1.1 การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วของผู้เติมเงินออนไลน์					
1.2 การเติมเงินของผู้เติมเงินออนไลน์ได้มาตรฐาน					
1.3 ผู้เติมเงินออนไลน์มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
1.4 ความเชื่อถือในการเติมเงินด้วยระบบเติมเงินของผู้เติมเงินออนไลน์					
1.5 การเติมเงินด้วยผู้เติมเงินออนไลน์เติมได้อย่างน้อยที่สุด 10 บาท					
1.6 การเติมเงินด้วยผู้เติมเงินออนไลน์ด้วยเหรียญ 1, 2, 5, 10 และธนบัตรใบละ 20, 50 และ 100 ทำให้ท่านสะดวกในการเติมเงินมากขึ้น					
1.7 ขั้นตอนและวิธีการเติมเงินออนไลน์ที่ติดอยู่กับผู้เติมเงินทำให้เข้าใจวิธีการเติมเงิน					
1.8 การยืนยันการเติมเงินด้วยการที่ผู้เติมเงินออนไลน์มีข้อความแจ้งมายังโทรศัพท์					
2. ด้านราคา					
2.1 สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้					
2.2 มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ					
2.3 มีอัตราค่าบริการเหมาะสม					
2.4 การเติมเงิน 10-20 บาท คิดอัตราค่าบริการ 2 บาท					
2.5 การเติมเงิน 30-50 บาท คิดอัตราค่าบริการ 3 บาท					
2.6 การเติมเงิน 60-90 บาท คิดอัตราค่าบริการ 4 บาท					
2.7 การเติมเงิน 100 บาท คิดอัตราค่าบริการ 5 บาท					
2.8 การเติมเงิน ตั้งแต่ 200 บาท คิดอัตราค่าบริการ 10 บาท					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 สถานที่ติดตั้งตู้เติมเงินออนไลน์สะดวกต่อการใช้บริการ					
3.2 ตู้เติมเงินออนไลน์สามารถหาเติมได้ง่าย					
3.3 ใช้บริการเติมเงินได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง					
3.4 ตู้เติมเงินออนไลน์ มีสัญลักษณ์ให้สังเกตเห็นได้ชัดเจน โดยไม่ต้องเสียเวลาหาตู้เติมเงิน					
3.5 มีระบบอัตโนมัติทำให้สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง สะดวกและรวดเร็ว					
3.6 มีพนักงานบริการลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน					
4. ด้านส่งเสริมการตลาด					
4.1 สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นของตู้เติมเงินออนไลน์ได้ทั่วไป					
4.2 โปรโมชั่นที่ได้รับจากการเติมเงินจากตู้เติมเงินออนไลน์ เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือ เพิ่มวันการใช้งาน					
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ตั้ง และการให้บริการของตู้เติมเงินออนไลน์					
4.4 การโฆษณาผ่านสื่อ เกี่ยวกับข้อมูลเติมเงินออนไลน์					
4.5 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือการให้บริการ					
4.6 มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน					

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นายปราโมทย์ ดัชนีเศรษฐ์

ที่อยู่

บ้านเลขที่ 338 หมู่ 2 ถนนเพชรมาตุลา

อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี สาขาการเงิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อีสาน

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท กู๊ดคิด เน็ตเวิร์ก จำกัด

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แบบสอบถาม

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์
ของผู้บริโภคในเขตตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**

คำชี้แจง แบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญประเมินข้อคำถามรายข้อว่ามีความสอดคล้องเหมาะสมกับ
เรื่องที่วิจัยเพียงใด

-1 = ไม่เห็นด้วย
0 = ไม่ออกความเห็น
+1 = เห็นด้วย

หัวข้อ	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
	-1	0	+1	
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล				
1. ท่านเคยใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์หรือไม่				
2. เพศ				
3. อายุ				
4. อาชีพ				
5. ระดับการศึกษาสูงสุด				
6. รายได้ต่อเดือน				
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เติมเงินออนไลน์				
1. ด้านการให้บริการ				
1.1 การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็วของตู้เติมเงินออนไลน์				
1.2 การเติมเงินของตู้เติมเงินออนไลน์ได้มาตรฐาน				
1.3 ตู้เติมเงินออนไลน์มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ				
1.4 ความเชื่อถือในการเติมเงินด้วยระบบเติมเงินของตู้เติมเงินออนไลน์				
1.5 การเติมเงินด้วยตู้เติมเงินออนไลน์เติมได้อย่างน้อยที่สุด 10 บาท				

หัวข้อ	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
	-1	0	+1	
ตอนที่ 2 (ต่อ)				
1. ด้านการให้บริการ (ต่อ)				
1.6 การเติมเงินด้วยตู้เติมเงินออนไลน์ด้วยเหรียญ 1, 5, 10 และธนบัตรใบละ 20, 50 และ 100 ทำให้ท่านสะดวกในการเติมเงินมากขึ้น				
1.7 ขั้นตอนและวิธีการเติมเงินออนไลน์ที่ติดอยู่กับตู้เติมเงินทำให้เข้าใจวิธีการเติมเงิน				
1.8 การยืนยันการเติมเงินด้วยการที่ตู้เติมเงินออนไลน์มีข้อความแจ้งมายังโทรศัพท์				
2. ด้านราคา				
2.1 สามารถเลือกจำนวนเงินตามที่ต้องการได้				
2.2 มีราคาให้เลือกเติมเงินได้หลายระดับ				
2.3 มีอัตราค่าบริการเหมาะสม				
2.4 การเติมเงิน 10-20 บาท คิดอัตราค่าบริการ 2 บาท				
2.5 การเติมเงิน 30-50 บาท คิดอัตราค่าบริการ 3 บาท				
2.6 การเติมเงิน 60-90 บาท คิดอัตราค่าบริการ 4 บาท				
2.7 การเติมเงิน 100 บาท คิดอัตราค่าบริการ 5 บาท				
2.8 การเติมเงิน ตั้งแต่ 200 บาท คิดอัตราค่าบริการ 10 บาท				
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
3.1 สถานที่ติดตั้งตู้เติมเงินออนไลน์สะดวกต่อการใช้บริการ				
3.2 ตู้เติมเงินออนไลน์สามารถหาเติมได้ง่าย				
3.3 ใช้บริการเติมเงินได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง				
3.4 ตู้เติมเงินออนไลน์ มีสัญลักษณ์ให้สังเกตเห็นได้ชัดเจน โดยไม่ต้องเสียเวลาหาตู้เติมเงิน				
3.5 มีระบบอัตโนมัติทำให้สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง สะดวกและรวดเร็ว				
3.6 มีสำนักงานบริการลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เมื่อเกิดปัญหาจากการเติมเงิน				

หัวข้อ	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
	-1	0	+1	
ตอนที่ 2 (ต่อ)				
4. ด้านส่งเสริมการตลาด				
4.1 สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและโปร โมชันของผู้เดิมเงินออนไลน์ได้ทั่วไป				
4.2 โปรโมชันที่ได้รับจากการเติมเงินจากผู้เดิมเงินออนไลน์ เช่น เพิ่มจำนวนเงิน หรือ เพิ่มวันการใช้งาน				
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ตั้ง และการให้บริการของผู้เดิมเงินออนไลน์				
4.4 การโฆษณาผ่านสื่อ เกี่ยวกับข้อมูลเติมเงินออนไลน์				
4.5 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือการให้บริการ				
4.6 มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ช่องทางการเติมเงินในแหล่งชุมชน				

ลงชื่อ

(.....)

วันที่...../...../.....