

ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

หนังสือขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๗๑๖/๒๕๕๑

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผ.ศ. ดร. วิมลมาศ ปฐมวนิชกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวนชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์
ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคใน
จังหวัดมหาสารคาม” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ การวัดและ
ประเมินผลการวิจัยการศึกษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๗๑๖/๒๕๕๑

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผ.ศ. พูนศักดิ์ สิริวิไล

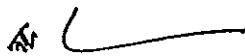
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวนชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์
ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคใน
จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านการวัดและประเมินผลการวิจัย
การศึกษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๗๑๖/๒๕๕๑

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผศ.รุ่งศักดิ์ วัฒนาศ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวนชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์
ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคใน
จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษาการวิจัยการศึกษา
ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศษ ๐๕๔๐.๐๑/ ๖๒๘



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท นิสสันมอเตอร์ มหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามจำนวน ชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์
ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคใน
จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและ
เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๐ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้
บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/๖๒๕



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ มหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามจำนวน ชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๔๐๐ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ที่ ศษ ๐๕๔๐.๐๑/๖๒๕



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท โคว์ฮะมอเตอร์ มหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามจำนวน ชุด

ด้วยนายศตวรรษ คำตันบุญ เลขประจำตัว G๔๕๒๕๑๗๑๐๗ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
บริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์
ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับมุมมองของผู้บริโภคใน
จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและ
เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเพื่อกำกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๔๐๐ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัย
ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรรรถ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับ
มุมมองของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน (จำนวน 6 แผ่น)

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20 - 30 ปี

3) 31 - 40 ปี

4) 41 - 50 ปี

5) สูงกว่า 50 ปี

3. สถานภาพสมรส

1) โสด

2) สมรส

3) หย่า

4) หม้าย

4. ระดับการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า

2) อนุปริญญา / ปวส.

3) ปริญญาตรี

4) ปริญญาโท

5) สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 2) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 3) พนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน | <input type="checkbox"/> 4) เกษตรกรรม |
| <input type="checkbox"/> 5) นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 6) แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

6. รายได้ / เดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 10,000 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 40,001 - 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) สูงกว่า 50,000 บาท |

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมทั้งตัวท่านด้วย)

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 - 3 คน | <input type="checkbox"/> 2) 4 - 6 คน |
| <input type="checkbox"/> 3) 7 - 8 คน | <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 8 คน |

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ท่านเห็นว่าสำคัญมากที่สุดในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริโภค

ส่วนประสมทางการตลาดบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวรถยนต์					
1. ความแข็งแรงของตัวถัง					
2. สมรรถนะของเครื่องยนต์					
3. ความเงียบของเครื่องยนต์					
4. การประหยัดน้ำมัน					
5. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น สีรถยนต์ รูปทรง เป็นต้น					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการในส่วนที่เกี่ยวกับ บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านราคา (Price)					
6. ราคาขายรถยนต์มีความเหมาะสม					
7. เงินค่านำ้อย					
8. อัตราดอกเบี้ยค้ำและผ่อนชำระได้ระยะเวลาาน					
9. ส่วนลดที่ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ค้ดให้กรณีซื้อเป็นเงินสด					
10. ราคาขายรถยนต์สามารถต่อรองได้					
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
11. การให้คำแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์					
12. ความสะดวกในการเดินทางมาศูนย์บริการ					
13. ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งศูนย์บริการ					
14. มีรถยนต์ทดลองขับให้ทดสอบก่อนตัดสินใจซื้อ					
15. การจัดจำหน่ายรถยนต์นอกสถานที่					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
16. การบริการหลังการขาย					
17. การแจกของแถม เช่น บัตรกำนัล อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ประกันภัย เป็นต้น					
18. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					
19. การจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ					
20. การรับประกันหลังการซ่อมบำรุง					
บุคคล (People)					
21. พนักงานมีประสบการณ์และความชำนาญ					
22. พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สวยงาม					
23. จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อการบริการ					
24. พนักงานมีมารยาทและอัธยาศัยดีต่อลูกค้า					
25. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน					
กระบวนการ (Process)					
26. มีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ					
27. ความรวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการในส่วนที่เกี่ยวกับ บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
28. ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม					
29. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว					
30. ความรวดเร็วและเรียบร้อยของเอกสารเพื่อการชำระเงิน					
ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
31. ความสะอาด เรียบร้อย ของศูนย์บริการ					
32. ความทันสมัยของศูนย์บริการ					
33. การต้อนรับจากพนักงาน					
34. การให้คำแนะนำแก่ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์					
35. การจัดวางตำแหน่งรถยนต์ภายในโชว์รูมเหมาะสม					

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ท่านเห็นว่าสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับความต้องการตัวท่าน

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
คุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Customer Value)					
36. ท่านได้รับรถยนต์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน					
37. ท่านได้รับรถยนต์ที่มีสีสันทันและรูปทรงที่ทันสมัยตรงตามความต้องการ					
38. ท่านได้รับรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมัน					
39. ท่านได้รับรถยนต์ที่ตัวถังมีความแข็งแรง					
40. ท่านได้รับรถยนต์ที่มีเครื่องยนต์สมรรถนะสูง					
ต้นทุน (Cost to Customer)					
41. ท่านได้ซื้อรถยนต์ในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพรถยนต์					
42. ท่านได้ซื้อรถยนต์ในจำนวนเงินค่าแค้นที่เหมาะสมกับรถยนต์					

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
43. ท่านได้อัศจรรย์และระยะเวลาผ่อนชำระรถยนต์เหมาะสมกับรายได้					
44. ท่านได้รับส่วนลดเงินสดที่มีความเหมาะสม					
45. ท่านสามารถต่อรองราคาขายรถยนต์ได้					
ความสะดวก (Convenience)					
46. ท่านได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาศูนย์บริการ					
47. ท่านได้รับการทำความสะอาดรถยนต์ เค็มน้ำมันก่อนส่งมอบรถยนต์					
48. ท่านได้รับความสะดวกในการเลือกชมรถยนต์					
49. ท่านสามารถทดลองขับรถยนต์ได้					
50. ท่านสามารถไปซื้อรถยนต์โดยไม่ต้องไปศูนย์จำหน่ายรถยนต์					
การติดต่อสื่อสาร (Communication)					
51. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ					
52. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่แท้จริง ถูกต้อง และชัดเจนเข้าใจ					
53. ท่านได้รับฟังข้อเสนอแนะในการใช้รถยนต์					
54. ท่านได้รับเชิญร่วมกิจกรรมต่างๆ					
55. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยตลอดเวลา					
การดูแลเอาใจใส่ (Caring)					
56. ท่านได้รับการต้อนรับจากพนักงานเป็นอย่างดี					
57. ท่านได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากพนักงาน					
58. ท่านได้รับคำแนะนำในการซื้อรถยนต์จากพนักงาน					
59. ท่านได้รับการบริการด้วยความจริงใจจากพนักงาน					
60. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงาน					
ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)					
61. ท่านมีความพอใจในรถยนต์ที่ซื้อ					
62. ท่านมีความพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน					

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
63. ท่านมีความพอใจในขั้นตอนการให้บริการ					
64. ท่านมีความรู้สึกผูกพันกับรถยนต์ที่ท่านใช้					
65. ท่านมีความพอใจในการให้บริการค้ำสินค้าเชื่อ					
ความมั่นใจ (Confidence)					
66. ท่านมีความมั่นใจในสมรรถนะของรถยนต์					
67. ท่านมีความมั่นใจต่อยี่ห้อรถยนต์					
68. ท่านมีความไว้วางใจและมั่นใจในการให้บริการ					
69. ท่านมีความมั่นใจในความปลอดภัยในการใช้รถยนต์					
70. ท่านมีความประทับใจในการให้บริการของพนักงาน					

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ค

การหาค่า IOC ของเครื่องมือ

การหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับ
มุมมองของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง ระดับคะแนนตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามวัดตรงกับจุดประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามวัดตรงกับจุดประสงค์
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามวัดไม่ตรงกับจุดประสงค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ข้อที่	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			คะแนนรวม	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
5	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
6	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
7	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

ข้อที่	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			คะแนนรวม	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

ข้อที่	คะแนนของเชี่ยวชาญ			คะแนน รวม	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
8	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
9	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
10	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
11	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
14	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
15	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
16	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
17	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
18	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
21	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
22	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
23	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
24	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
29	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
30	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

ข้อที่	คะแนนของเชี่ยวชาญ			คะแนน รวม	IOC	สรุปผล
	คนที่					
	1	2	3			
31	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
32	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
33	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
34	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
35	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

ข้อที่	คะแนนของเชี่ยวชาญ			คะแนน รวม	IOC	สรุปผล
	คนที่					
	1	2	3			
36	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
37	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
38	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
39	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
40	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
41	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
42	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
43	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
44	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
45	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
46	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
47	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
48	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
49	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้

ข้อที่	คะแนนของเชี่ยวชาญ			คะแนนรวม	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
50	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
51	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
52	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
53	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
54	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
55	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
56	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
57	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
58	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
59	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
60	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
61	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
62	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
63	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
64	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
65	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
66	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
67	0	+1	+1	+2	0.67	ใช้ได้
68	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
69	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
70	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้

การหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์กับ
มุมมองของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	จำนวน	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวรถยนต์			
ข้อ 1		0.4113	
ข้อ 2		0.4077	
ข้อ 3	5	0.5015	0.6489
ข้อ 4		0.4877	
ข้อ 5		0.3308	
ด้านราคา (Price)			
ข้อ 6		0.5640	
ข้อ 7		0.6185	
ข้อ 8	5	0.7712	0.8303
ข้อ 9		0.6331	
ข้อ 10		0.6438	
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)			
ข้อ 11		0.6145	
ข้อ 12		0.3155	
ข้อ 13	5	0.4547	0.7065
ข้อ 14		0.5246	
ข้อ 15		0.5182	
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
ข้อ 16		0.6325	
ข้อ 17		0.5240	
ข้อ 18	5	0.2912	0.7075
ข้อ 19		0.5283	
ข้อ 20		0.4133	

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	จำนวน	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านบุคคล (People)			
ข้อ 21	5	0.5013	0.7543
ข้อ 22		0.4498	
ข้อ 23		0.6797	
ข้อ 24		0.4693	
ข้อ 25		0.5159	
ด้านกระบวนการ (Process)			
ข้อ 26	5	0.8326	0.9013
ข้อ 27		0.7514	
ข้อ 28		0.8002	
ข้อ 29		0.5917	
ข้อ 30		0.8047	
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)			
ข้อ 31	5	0.3773	0.6612
ข้อ 32		0.5316	
ข้อ 33		0.6834	
ข้อ 34		0.4072	
ข้อ 35		0.1288	

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ผู้บริโภค	จำนวน	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Customer Value)	5		
ข้อ 36	5	0.7060	0.8499
ข้อ 37		0.3678	
ข้อ 38		0.8599	
ข้อ 39		0.8186	
ข้อ 40		0.6023	

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ผู้บริโภค	จำนวน	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
ค่านคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Customer Value)			
ข้อ 36	5	0.7060	0.8499
ข้อ 37		0.3678	
ข้อ 38		0.8599	
ข้อ 39		0.8186	
ข้อ 40		0.6023	
ค่านต้นทุน (Cost to Customer)			
ข้อ 41	5	0.4546	0.8292
ข้อ 42		0.7144	
ข้อ 43		0.6995	
ข้อ 44		0.7155	
ข้อ 45		0.6383	
ค่านความสะดวก (Convenience)			
ข้อ 46	5	0.4050	0.6649
ข้อ 47		0.6287	
ข้อ 48		0.3434	
ข้อ 49		0.4215	
ข้อ 50		0.5296	
ค่านการติดต่อสื่อสาร (Communication)			
ข้อ 51	5	0.8389	0.8874
ข้อ 52		0.6488	
ข้อ 53		0.6347	
ข้อ 54		0.8473	
ข้อ 55		0.7583	
ค่านการดูแลเอาใจใส่ (Caring)			
ข้อ 56	5	0.8102	0.8405
ข้อ 57		0.6716	
ข้อ 58		0.4942	
ข้อ 59		0.6886	
ข้อ 60		0.5765	

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ผู้บริโภค	จำนวน	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)			
ข้อ 61	5	0.2712	0.6111
ข้อ 62		0.5108	
ข้อ 63		0.3888	
ข้อ 64		0.5263	
ข้อ 65		0.2469	
ด้านความภาคภูมิใจ (Confidence)			
ข้อ 66	5	0.5085	0.7966
ข้อ 67		0.6171	
ข้อ 68		0.6209	
ข้อ 69		0.6857	
ข้อ 70		0.4955	
ทั้งฉบับ	70		0.9409