

ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
ซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดหนองคาย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ความคิดเห็นต่าง ๆ จะถูกเก็บเป็น ความลับ การวิเคราะห์ผลจะกระทำในขอบเขตของทางวิชาการ และ ผลที่ได้รับจะเป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุง การจัดการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากขึ้น

2. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ จำนวน 42 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ จำนวน 7 ข้อ

3. คำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ ฉะนั้นเพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้  
เกิดประโยชน์สูงสุด ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความรู้สึกที่แท้จริง

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านในความอนุเคราะห์ครั้งนี้เป็นอย่างสูง

(นางสาววีรยา อรุณรักษา)

นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

1. ชาย                       2. หญิง

2. อายุ

1. 15 - 24 ปี                       2. 25 - 34 ปี                       3. 35 - 44 ปี  
 4. 45 - 54 ปี                       5. 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา                       2. มัธยมศึกษา  
 3. อนุปริญญา/ปวส.                       4.ปริญญาตรี  
 5. ปริญญาโทขึ้นไป

4. อาชีพ

1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ                       2. รับจ้าง / บริการ  
 3. ธุรกิจส่วนตัว                       4. พนักงานบริษัทเอกชน  
 5. นักเรียน / นักศึกษา                       6. อื่น ๆ ( โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ไม่เกิน 10,000 บาท                       3. 10,001 – 20,000 บาท  
 4. 20,001 – 30,000 บาท                       5. 30,001 – 40,000 บาท  
 6. 40,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

1. โสด                       2. สมรส  
 3. หย่าร้าง                       4. หม้าย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. ท่านเลือกซื้อรถยนต์ยี่ห้ออะไร

- |                                                 |                                       |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ฮอนด้า              | <input type="checkbox"/> 5. โตโยต้า   |
| <input type="checkbox"/> 2. นิสสัน              | <input type="checkbox"/> 6. มิตซูบิชิ |
| <input type="checkbox"/> 3. ฟอรัค               | <input type="checkbox"/> 7. มาสด้า    |
| <input type="checkbox"/> 4. เซฟโรเลต            | <input type="checkbox"/> 8. อีซูซุ    |
| <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ โปรดระบุ..... |                                       |

2. ราคารถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ท่านต้องการซื้อ

1. ไม่เกิน 500,000 บาท
2. 500,001 - 650,000 บาท
3. 650,001 - 800,000 บาท
4. 800,001 บาท ขึ้นไป

3. ถ้าท่านซื้อรถยนต์จะเลือกชำระเงินโดยวิธีใด

1. ชำระด้วยเงินสด
2. ผ่อนชำระเป็นรายเดือน

4. เมื่อท่านเลือกซื้อรถยนต์ท่านคำนึงถึงการบริการอะไร

1. การรับประกันคุณภาพสินค้า
2. การบริการของพนักงาน
3. การบริการหลังการขาย

5. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

1. เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปทำงานและติดต่อธุรกิจ
2. เพื่อแก้ปัญหาในยามฉุกเฉิน
3. เพื่อตอบสนองด้านการยอมรับและการยกย่องทางสังคม

6. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของท่าน

- |                                     |                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. พ่อ แม่ | <input type="checkbox"/> 2.ญาติ พี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อน  | <input type="checkbox"/> 4. คู่สมรส     |
| <input type="checkbox"/> 5. บุตร    | <input type="checkbox"/> 6. ตนเอง       |

7. ในการเลือกซื้อรถยนต์ท่านได้รับข้อมูลจากแหล่งใด

1. บุคคลใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัวผู้สมรส ญาติ เพื่อน
2. บุคคลที่มีประสบการณ์ในการขับซื้อรถยนต์
3. เอกสารแผ่นพับ/ใบปลิว
4. โฆษณาของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์
5. สื่อสิ่งพิมพ์
6. พนักงานขาย
7. การจัดนิทรรศการ
8. อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้  
5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.1 ตรายี่ห้อของรถยนต์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
1.2 มีรูปลักษณะภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม					
1.3 แหล่งกำเนิดของรถยนต์ เช่น รถยนต์ยุโรป ญี่ปุ่น					
1.4 ประหยัดน้ำมันได้มากเวลาขับขี่					
1.5 ทัศนวิสัยในการขับขี่ เช่น มีสมรรถนะในการขับเคลื่อนสูง					
1.6 มีระบบความปลอดภัยที่ดี เช่น ระบบถุงลมนิรภัย ระบบเบรก ABS					
1.7 มีระบบป้องกันรถยนต์จากการโจรกรรม เช่น ระบบกุญแจนิรภัย					
1.8 มีการรับประกันสินค้า					

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>2. ด้านราคา</b>					
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของรถยนต์					
2.2 สามารถผ่อนชำระได้ยาวนาน					
2.3 ให้อัตราดอกเบี้ยต่ำในการผ่อนชำระ					
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
3.1 มีศูนย์บริการมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า					
3.2 ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการใช้บริการ					
3.3 มีการจัดตกแต่งโชว์รูมที่สวยงาม					
3.4 สถานที่กว้างขวางมีช่องให้บริการที่เพียงพอ					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 การรับรู้ข้อมูลของรถยนต์จากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี ป้ายโฆษณา นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ					
4.2 การจัดแสดงรถยนต์งานมหกรรมยานยนต์ เช่น งานมอเตอร์โชว์					
4.3 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น คาว์บ์ น้อย-ผ่อนสบายๆ ชิงโชค ของแถม เป็นต้น					
<b>5. ด้านบุคลากร</b>					
5.1 พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย					
5.2 พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
5.3 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ลูกค้า					
5.4 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทดี					
5.5 พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่					

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>5. ด้านบุคลากร</b>					
5.6 พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญเป็นอย่างดี					
5.7 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ					
5.8 พนักงานมีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้ม แจ่มใส					
5.9 พนักงานมีการกล่าวคำต้อนรับและคำอำลา					
<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
6.1 ภายในศูนย์บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัย					
6.2 ภายในโชว์รูมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและ สวยงาม					
6.3 มีที่นั่งพักคอยเพียงพอ					
6.4 มีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยบริการ					
6.5 มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างคอย					
6.6 มีน้ำ / น้ำชา / กาแฟ ให้ดื่มระหว่างคอย					
<b>7. กระบวนการให้บริการ</b>					
7.1 มีการบริการก่อน - หลังการขาย					
7.2 มีการให้บริการที่รวดเร็ว					
7.3 มีความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ					
7.4 ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
7.5 การมีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ					
7.6 มีการประกันคุณภาพบริการหลังการซ่อม					
7.7 มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การให้บริการทันสมัย					
7.8 ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ					
7.9 มีการกำหนดเวลามาตรฐานในการให้บริการ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องใช้เวลา 40 นาที					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
ซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดหนองคาย

4.1 ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ.....

4.2 ราคา

ข้อเสนอแนะ.....

4.3 การจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ.....

4.4 การส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ.....

4.5 บุคลากร

ข้อเสนอแนะ.....

4.6 ลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะ.....

4.7 กระบวนการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข  
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว ๑๑๖

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน คุณอนุชิต สกุณฺฑู

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาววิริยา อรุณรักษา รหัสประจำตัว G ๔๘๒๕๑๗๒๑๘ นักศึกษา  
ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
มหาสารคาม ศูนย์หนองคาย (JBAC) กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดหนองคาย  
เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็น  
ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ถูกต้องของแบบสอบถาม ดังเอกสาร  
แบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และ  
ร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๕๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว ๑๑๖

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน คุณกิตติพงษ์ สกุลคู

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาววีรยา อรุณรักษา รหัสประจำตัว G ๔๘๒๕๑๗๒๑๘ นักศึกษา  
ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
มหาสารคาม ศูนย์หนองคาย (JBAC) กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดหนองคาย  
เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็น  
ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เพื่อ  
ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อความที่ใช้ ดังเอกสารแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้  
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และ  
ร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว ๑๑๖

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ทิวรัตน์ ศรีกุลวงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาววีรยา อรุณรักษา รหัสประจำตัว G ๔๘๒๕๑๗๒๑๘ นักศึกษาปริญญาโท  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
ศูนย์หนองคาย (JBAC) กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทาง  
การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดหนองคาย เพื่อให้การ  
วิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็น  
ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์  
ตามโครงสร้างของแบบสอบถามดังเอกสารแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และร่วมมือ  
จากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ภาคผนวก ก  
การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
รวมผลិត	20.1499	1.8742	.6943	.8267
รวมราคา	19.9680	1.9335	.6635	.8321
รวมช่อง	20.1957	1.6234	.8635	.7960
รวมส่ง	20.3457	1.6583	.8040	.8060
รวมบุก	20.1207	1.9159	.7269	.8255
รวมลักข	20.1407	1.7706	.9514	.7968
รวมบริกา	20.0537	2.2335	.0552	.9372

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .8558

ภาคผนวก ง  
การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC)  
ความตรงเชิงเนื้อหา 7 ด้าน จำนวน 42 ข้อ

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\Sigma R$	IOC
	1	2	3		
1	+1	+1	+1	3	1
2	+1	+1	+1	3	1
3	+1	+1	+1	3	1
4	+1	+1	+1	3	1
5	+1	+1	+1	3	1
6	+1	+1	+1	3	1
7	+1	0	+1	2	.7
8	+1	+1	+1	3	1
9	+1	+1	+1	3	1
10	+1	+1	+1	3	1
11	+1	+1	+1	3	1
12	+1	+1	+1	3	1
13	+1	+1	+1	3	1
14	+1	+1	+1	3	1
15	+1	0	+1	2	.7
16	+1	+1	+1	3	1
17	+1	0	+1	2	.7
18	+1	+1	+1	3	1
19	+1	+1	+1	3	1
20	+1	+1	+1	3	1
21	+1	+1	+1	3	1

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\Sigma R$	IOC
	1	2	3		
22	+1	+1	+1	3	1
23	+1	+1	+1	3	1
24	+1	+1	+1	3	1
25	+1	+1	+1	3	1
26	+1	+1	+1	3	1
27	+1	+1	+1	3	1
28	+1	+1	+1	3	1
29	+1	0	+1	2	.7
30	+1	0	+1	2	.7
31	+1	0	+1	2	.7
32	+1	+1	+1	3	1
33	+1	+1	+1	3	1
34	+1	+1	+1	3	1
35	+1	+1	+1	3	1
36	+1	+1	+1	3	1
37	+1	+1	+1	3	1
38	+1	+1	+1	3	1
39	+1	+1	+1	3	1
40	+1	+1	+1	3	1
41	+1	+1	+1	3	1
42	+1	+1	+1	3	1

ที่มา : <http://www.drpaicon.com/vijai/ioc.pdf>

ค่า IOC = 0.96

- หมายเหตุ 1. ข้อคำถามที่มี IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้  
 2. ข้อคำถามที่มี IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	แทน	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

### การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC)  
ความตรงเชิงเนื้อหา 7 ด้าน จำนวน 42 ข้อ

ข้อ	รายการ	ระดับความสอดคล้อง		
		-1	0	1
	<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1.1	ตราสัญลักษณ์ของรถยนต์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า			
1.2	มีรูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม			
1.3	แหล่งกำเนิดของรถยนต์ เช่น รถยนต์ยุโรป ญี่ปุ่น			
1.4	ประหยัดน้ำมัน ได้มากเวลาขับขี่			
1.5	ทัศนวิสัยในการขับขี่ เช่น มีสมรรถนะในการขับเคลื่อนสูง			
1.6	มีระบบความปลอดภัยที่ดี เช่น ระบบถุงลมนิรภัย ระบบเบรก ABS			
1.7	มีระบบป้องกันรถยนต์จากการโจรกรรม เช่น ระบบกุญแจนิรภัย			
1.8	มีการรับประกันสินค้า			
	<b>2. ด้านราคา</b>			
2.1	ราคามีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของรถยนต์			
2.2	สามารถผ่อนชำระได้ยาวนาน			
2.3	ให้อัตราดอกเบี้ยต่ำในการผ่อนชำระ			

ข้อ	รายการ	ระดับความสอดคล้อง		
		-1	0	1
	<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
3.1	มีศูนย์บริการมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า			
3.2	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการใช้บริการ			
3.3	มีการจัดตกแต่งโชว์รูมที่สวยงาม			
3.4	สถานที่กว้างขวางมีช่องให้บริการที่เพียงพอ			
	<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
4.1	การรับรู้ข้อมูลของรถยนต์จากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ			
4.2	การจัดแสดงรถยนต์งานมหกรรมยานยนต์ เช่น งานมอเตอร์โชว์			
4.3	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น คาว์นน้อย-ผ่อนสบายๆ ซิงโศก ของแถม เป็นต้น			
	<b>5. ด้านบุคลากร</b>			
5.1	พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย			
5.2	พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน			
5.3	พนักงานมีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ลูกค้า			
5.4	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทดี			
5.5	พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่			
5.6	พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญเป็นอย่างดี			
5.7	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ			
5.8	พนักงานมีกิริยาจาอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส			
5.9	พนักงานมีการกล่าวคำต้อนรับและคำอำลา			



ข้อ	รายการ	ระดับความสอดคล้อง		
		-1	0	1
	<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
6.1	ภายในศูนย์บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย			
6.2	ภายในโหลว์รูมมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม			
6.3	มีที่นั่งพักผ่อนเพียงพอ			
6.4	มีโทรทัศน์ให้ลูกค้าดูระหว่างรอคอยบริการ			
6.5	มีหนังสือพิมพ์ให้อ่านระหว่างคอย			
6.6	มีน้ำ/น้ำชา/ กาแฟ ให้ดื่มระหว่างคอย			
	<b>7. กระบวนการให้บริการ</b>			
7.1	มีการบริการก่อน – หลังการขาย			
7.2	มีการให้บริการที่รวดเร็ว			
7.3	มีความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ			
7.4	ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน			
7.5	การมีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ			
7.6	มีการประกันคุณภาพบริการหลังการซ่อม			
7.7	มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การให้บริการทันสมัย			
7.8	ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ			
7.9	มีการกำหนดเวลามาตรฐานในการให้บริการ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องใช้เวลา 40 นาที			