



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

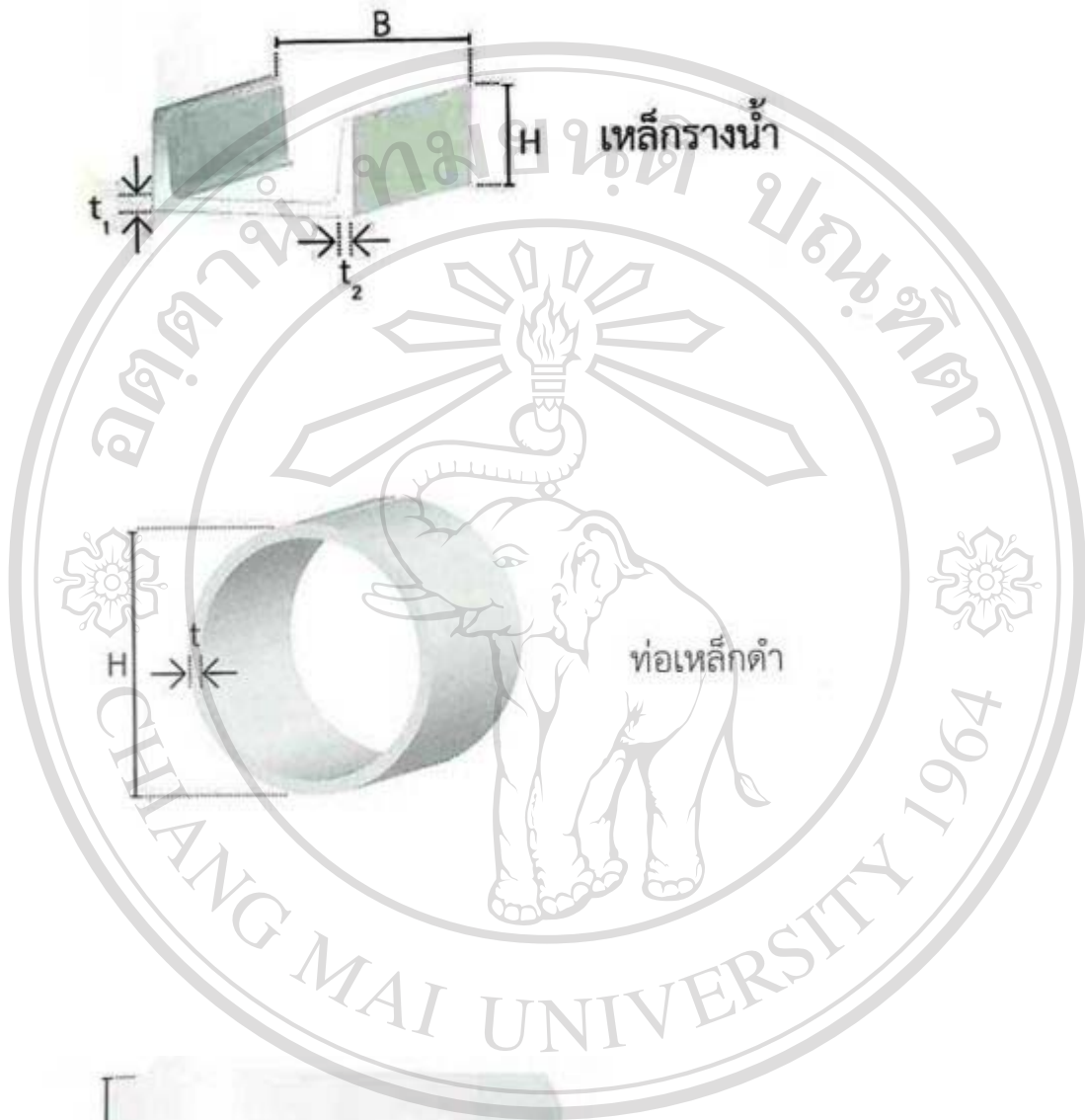
Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

เหล็กรูปพรรณ

เหล็กรูปพรรณ คือ เหล็กที่ผลิตออกมาให้มีหน้าตัดเป็นรูปทรงต่างๆ โดยมีกระบวนการผลิตเริ่มต้นตั้งแต่ การนำสินแร่เหล็กมาถลุง การหลอมแร่เหล็ก การปรุงแร่เหล็กด้วยส่วนผสมทางเคมี และการขึ้นรูปเพื่อให้มีรูปทรงตามต้องการ เหล็กรูปพรรณที่ผลิตได้จะถูกนำมาใช้ในงานต่างๆ เช่น การใช้เหล็กไวไฟลิ่ง และ เหล็กตัวซี ในการสร้างโครงสร้างอาคาร การใช้เหล็กทรงน้ำในงานซ่อมแซมฐานเครื่องจักร การใช้ท่อเหล็กดำในงานซ่อมแซมระบบท่อน้ำเลี้ยงและ การใช้เหล็กแผ่นในงานประกอบตัวถังรถยนต์ โดยเหล็กรูปพรรณจะมีความยาวตามมาตรฐาน 6 เมตร และจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันตามหน้าตัด โดยมีสัดส่วนแต่ละด้านที่เป็นมาตรฐาน เช่น





ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อเหล็กรูปพรรณเพื่อใช้ในงานซ่อมบำรุง เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านสำหรับความร่วมมือในครั้งนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามที่ท่านต้องการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 20-30 ปี 2. 31-40 ปี
 3. 41-50 ปี 4. มากกว่า 50 ปี

3. ตำแหน่งงาน

1. พนักงานฝ่ายจัดซื้อ 2. หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ
 3. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
 4. อื่นๆ เช่น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป (โปรดระบุ).....

4. ประสบการณ์ในการทำงานจัดซื้อในองค์กรปัจจุบัน

1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1-5 ปี
 3. 6-10 ปี 4. มากกว่า 10 ปี

5. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กร (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

6. ประเภทการจัดตั้งกิจการ

1. เจ้าของคนเดียว 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 3. บริษัทจำกัด 4. บริษัทจำกัดมหาชน

7. ประเภทของอุตสาหกรรม

1. อุตสาหกรรมสิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2. อุตสาหกรรมเคมี/พลาสติก
 3. อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม 4. อุตสาหกรรมน้ำมัน/ปิโตรเคมี
 5. อุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักร 6. อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. ระยะเวลาการก่อตั้งองค์กร

1. น้อยกว่า 5 ปี 2. 5-10 ปี
 3. 11-15 ปี 4. 16-20 ปี
 5. มากกว่า 20 ปี

9. จำนวนพนักงานขององค์กร

1. ไม่เกิน 50 คน 2. 51-200 คน
 3. มากกว่า 200 คน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการจัดซื้อ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

10. ลักษณะงานที่นำहेล็กรูปพรรณไปใช้งาน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ขยาย/ต่อเติม/ซ่อมแซมโรงงาน 2. ใช้ในระบบท่อลำเลียง
 3. ใช้ในระบบทำความร้อน 4. ใช้กับเครื่องมือหรือเครื่องจักร
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

11. ประเภทของहेล็กรูปพรรณที่เคฯซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เหล็กตัวซี 2. เหล็กฉาก
 3. เหล็กรางตัวยู 4. เหล็กกล่องสี่เหลี่ยม
 5. เหล็กแป๊บกลมดำ 6. เหล็กแป๊บประปา
 7. เหล็กแผ่น 8. เหล็กเส้น
 9. เหล็กแบน 10. เหล็ก I-BEAM, H-BEAM
 11. อื่นๆ (โปรดระบุ)

12. มูลค่าในการสั่งซื้อเหล็กรูปพรรณต่อปี

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001-50,000 บาท
 3. 50,001-100,000 บาท 4. 100,001-500,000 บาท
 5. มากกว่า 500,000 บาท

13. ระยะเวลาการชำระเงินโดยเฉลี่ย

1. เงินสด 2. ไม่เกิน 7 วัน
 3. 7-15 วัน 4. 16-30 วัน
 5. 31-45 วัน 6. 46-60 วัน
 7. มากกว่า 60 วัน

14. แหล่งข้อมูลของเหล็กรูปพรรณ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. พนักงานขายเข้าเสนอขายที่สถานประกอบการ
 2. คำแนะนำของผู้อื่น
 3. สมุดรายการค้า เช่น สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง
 4. ทางอินเทอร์เน็ต
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

15. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสั่งซื้อเหล็กรูปพรรณ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ฝ่ายซ่อมบำรุง 2. ฝ่ายวิศวกรรม
 3. ผู้จัดการโรงงาน 4. เจ้าของกิจการ
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

16. นโยบายการสั่งซื้อเหล็กรูปพรรณ

1. สั่งซื้อจากผู้ขายรายเดิมทุกครั้ง
 2. เปรียบเทียบราคาจากผู้ขาย 2-3 รายก่อนซื้อ
 3. แสวงหาผู้ขายรายใหม่ที่มีราคาต่ำที่สุดอยู่ตลอดเวลา
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เช่น มีความหนาและความยาวเต็ม เนื้อแกร่ง ผิวเรียบ ไม่บวม ไม่โค้งงอ					
2.ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน (มอก.)					
3.ผู้ขายมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภทและขนาดให้เลือกซื้อ					
4.มีการให้บริการตัดเหล็กตามขนาดที่ต้องการ					
5.มีการให้บริการที่ดีและรวดเร็ว					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
6.สินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
7.ราคาสินค้าถูกกว่าผู้ขายรายอื่น					
8.การให้ระยะเวลาการชำระเงิน (เครดิต)					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
9.การติดต่อสอบถามและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก					
10.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อซื้อ					
11.สถานที่จัดเก็บสินค้าของผู้ขายสะดวกต่อการขนย้ายสินค้าของผู้ซื้อ					
12.ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
13.ความรวดเร็วในการส่งมอบและตรงเวลา					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
15.การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต					
16.การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สมุดหน้าเหลือง วารสาร					
17.การมีป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์					
18.มีการรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
19.ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย					
20.การจัดเก็บประวัติการสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของ องค์กรธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental Factors)					
1.ความผันผวนของราคาเหล็กในท้องตลาด					
2.สภาพการแข่งขันของตลาดเหล็ก รูปพรรณ เช่นจำนวนผู้จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ					
3. ยอดคำสั่งซื้อของลูกค้ามากพอที่จะ ขยาย/ซ่อมบำรุงโรงงาน					
ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)					
4.นโยบายการสั่งซื้อสินค้าขององค์กรมี ความชัดเจน					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของ องค์กรธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.วิธีการกำหนดเงื่อนไขการสั่งซื้อกับ ผู้ขายชัดเจน					
6.นโยบายการจัดซื้อสินค้ากรณีเร่งด่วน					
7.การกำหนดอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เช่น วงเงินในการอนุมัติซื้อ					
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Factors)					
8.ความน่าเชื่อถือของร้านค้า					
9.ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานจัดซื้อ กับผู้ขาย					
ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors)					
10.ตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ซื้อ					
11.ประสบการณ์และความเข้าใจในการใช้ งานहेลลกรูปพรรณในการซ่อมบำรุงของ ผู้ซื้อ					

ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อहेลลกรูปพรรณ

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นายเจริญ เทียนประเสริฐกิจ

วัน เดือน ปีเกิด

10 พฤษภาคม 2525

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนวัดนวลนรดิศ
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาจุลชีววิทยา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน หจก.กิจพูนทรัพย์โลหะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved