



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อยในการซื้อพื้นที่
 ลามินेटใน อำเภอเมืองเชียงใหม่
 คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อทำวิจัย สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study) เพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละตอบแบบสอบถามครั้งนี้

อนนตร นัตริศิริกุล

ส่วนที่ 1 :ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตามความเป็นจริงมากที่สุด
 ในความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. อายุต่ำกว่า 30 ปี 2. อายุ 30-34 ปี 3. อายุ 35-49 ปี 4. อายุมากกว่า 49 ปี

3. สถานภาพ

 1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ตำแหน่งงานในกิจการรับเหมาก่อสร้าง

1. เจ้าของกิจการ/หุ้นส่วน 2. พนักงานฝ่ายจัดซื้อ
3. พนักงานฝ่ายอื่น 4. อื่นๆ(ระบุ).....

6. ระยะเวลา(ประสบการณ์)ในการเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อย(เป็นผู้ประกอบการ)

1. ไม่เกิน 3 ปี 2. ตั้งแต่ 3 – 10 ปี
3. ตั้งแต่ 11 – 20 ปี 4. มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป

7. รูปแบบในการจัดตั้งธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

1. บุคคลธรรมดา 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
3. บริษัทจำกัด

8. รายได้เฉลี่ยต่อปี

1. ไม่เกิน 500,000 บาท
2. ตั้งแต่ 500,001 – 1,000,000 บาท
3. มากกว่า 1,000,000 บาท ขึ้นไป

9. มูลค่างานในการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

1. ไม่เกิน 100,000 บาท 2. 100,000 - 500,000 บาท
3. มากกว่า 500,000 บาท ขึ้นไป

10. ในการจัดซื้อไม้ลามิเนต ท่านมักจัดซื้อตราสินค้าใดมาใช้

1. Kronotex 2. Kaindle
3. Voringer 4. GFL
5. Leowood 6. Quick step
7. Hoftex 8. Hoffen
9. Prize of wood 10. Robina
- 11 Pergo 12. อื่นๆ (ระบุ).....

11. สาเหตุที่ทำให้ท่านเลือกที่จะไปซื้อไม้ลามิเนต จากร้านจำหน่ายคือข้อใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เป็นร้านใกล้บ้าน | <input type="checkbox"/> 2. เป็นร้านที่คุ้นเคย |
| <input type="checkbox"/> 3. เป็นร้านที่จัดแบบไฮมาร์ท | <input type="checkbox"/> 4. เป็นร้านที่ขายราคาถูก |
| <input type="checkbox"/> 5. เป็นร้านที่ให้เครดิต/ขายเชื่อ | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |

12. มูลค่าในการซื้อพื้นไม้ลามิเนตต่อครั้ง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 100,000 - 300,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 300,000 บาท ขึ้นไป | |

13. จำนวนครั้งในการซื้อพื้นไม้ลามิเนตต่อปี

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5 ครั้ง/ปี | <input type="checkbox"/> 2. 6-10 ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 10 ครั้ง/ปี | |

14. ระยะเวลาในการได้เครดิตชำระเงินในแต่ละครั้งกัวัน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ชำระเป็นเงินสด | <input type="checkbox"/> 2. ภายใน 15 วัน |
| <input type="checkbox"/> 3. ภายใน 30 วัน | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 30 วัน |

15. ในการตัดสินใจซื้อพื้นไม้ลามิเนตท่านให้ความสำคัญกับเหตุผลข้อใดมากที่สุด

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. คุณภาพสินค้า (รูปแบบ สี สันสวยงาม ทนทาน อายุการใช้งาน) |
| <input type="checkbox"/> 2. ราคาสินค้า (ราคาถูก หรือส่วนลดพิเศษ) |
| <input type="checkbox"/> 3. การจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง กระบวนการจำหน่าย) |
| <input type="checkbox"/> 4. การส่งเสริมการตลาด (การจัดโปรโมชั่น การประชาสัมพันธ์) |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อพื้นไม้ลามิเนต

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงช่องเดียวที่ท่านเห็นว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อพื้นไม้ลามิเนต

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. รูปแบบสวยงาม และทำความสะอาดง่าย สร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้(ลูกค้า)					
2. ความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ด้านขนาด ทำให้ง่ายต่อการเลือกใช้					
3. ความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ ด้านสีทำ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
4. ความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ด้าน รูปแบบ และลายทำให้ง่ายต่อการเลือกใช้					
5. ความทนทานต่อความชื้น					
6. ความทนทานต่อรอยขีดข่วน และ การ กระแทก					
7. ความทนทานต่อความร้อน					
8. ความทนทานต่อ เชื้อรา					
9. ความทนทานต่อปลวก และแมลงกัดกินไม้					
10. ความทนทานต่อสารเคมี					
11. ลักษณะการใช้งานง่ายและสะดวกในการ ใช้เป็นวัสดุปูพื้น					
12. ธรรมดาประโยชน์ในการใช้งานสามารถใช้ งานได้ทั้งภายในและภายนอก					
13. สินค้ามีอายุการใช้งานยาวนาน					
14. สินค้าได้รับมาตรฐาน มอก.					
15. สินค้ามีสภาพใหม่					
16. หาซื้อได้ง่าย					
17. มีสินค้าในสต็อกเสมอ					
18. ไม่ต้องรอสินค้านาน					
19. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

2. ด้านราคา

ปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา (Price)	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น					
2. ราคาขึ้นอยู่กับปริมาณหรือจำนวนที่สั่งซื้อ หากซื้อปริมาณมากราคาต่อหน่วยจะต่ำลง					
3. ราคาต่อรองได้ตามความคุ้นเคยของร้านค้า กับผู้รับเหมา					
4. มีนโยบายการให้เครดิตทางการค้า					
5. มีนโยบายการให้ส่วนลดเงินสด (2/10 , n/30)					
6. ราคาสินค้าถูกกว่าไม่จริง					
7. ราคาสินค้าพอๆกับไม่จริง					
8. ราคาสินค้าแพงกว่าไม่จริงแต่ทนทานกว่าไม่ จริง					
9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

3. ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution Strategy)	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. สถานที่ตั้งร้านไปมาสะดวกในการไปซื้อ					
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
3. มีระบบการส่งของตามคำสั่งซื้อ					
4. มีบริการเลือกสินค้าและสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์					
5. มีสาขาหรือหน้าร้านหลายแห่งสามารถเลือก ซื้อตามความสะดวก					
6. การตกแต่งร้านสวยงาม					
7. กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก					
8. ติดต่อสั่งซื้อสะดวก					
9. มีสินค้าพอเพียง จำหน่ายทุกครั้งที่สั่งซื้อ					
10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

4. ด้านส่งเสริมทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การโฆษณา					
1. มีการโฆษณาสินค้าทางวิทยุ					
2. มีการโฆษณาสินค้าทางหนังสือพิมพ์ / สื่อสิ่งพิมพ์					
3. มีการโฆษณาสินค้าทางป้ายโฆษณา					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
การขายโดยใช้พนักงานขาย					
1. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนะนำได้อย่างถูกต้อง					
2. พนักงานให้คำแนะนำตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานสินค้า					
3. พนักงานขายมีความเป็นกันเองทำให้เกิดความคุ้นเคย					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
การส่งเสริมการขาย					
1. มีส่วนลดหากซื้อในปริมาณที่กำหนด					
2. มีของแถมหรือของสมนาคุณตามปริมาณหรือมูลค่าที่ซื้อ					
3. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
การประชาสัมพันธ์					
1. มีการแจ้งข่าวสินค้าออกใหม่ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
2. มีการแจ้งข่าวการจัดรายการลดราคาให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
3. มีการแจ้งข่าวการจัดรายการของแถมใหม่ๆ ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตามความเป็นจริงมากที่สุด
ในความคิดเห็นของท่าน

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/คุณภาพ และรูปแบบที่เหมาะสม(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. รูปแบบสินค้ามีให้เลือกน้อย
- 2. สินค้ามีจำนวนจำกัด(ของขาด)
- 3. สินค้าไม่ครบประเภทตามความต้องการ
- 4. สินค้าไม่ได้มาตรฐาน (มอก.)
- 5. สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าเก่าหรือตกรุ่น
- 6. สินค้าคุณภาพต่ำไม่ทนทานอายุการใช้งานสั้น
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ปัญหาด้านราคา/การตั้งราคาที่เหมาะสม(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ราคาสินค้าไม่เหมาะกับคุณภาพ
- 2. การต่อรองราคาทำได้น้อย
- 3. ไม่มีการจัดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าผู้รับเหมา
- 4. ไม่มีการให้เครดิตหรือขายเชื่อ
- 5. ไม่มีเงื่อนไขส่วนลดกรณีชำระค่าสินค้าที่เป็นเงินเชื่อเร็วกว่าปกติ(ส่วนลดเงินสด)
- 6. จำกัดจำนวนซื้อในกรณีช่วงที่มีการลดราคา
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่จัดจำหน่าย(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. หาซื้อยาก
- 2. ตัวแทนจำหน่ายไม่ให้ความสนใจหรือใส่ใจกับการจำหน่ายสินค้า
- 3. เดินทางไปซื้อไม่สะดวก
- 4. ระยะทางไปซื้อไกล
- 5. สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
- 6. ไม่มีบริการส่งสินค้า
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด/การสมนาคุณลูกค้า(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่มีการให้ข้อมูลเป็นร้านใกล้บ้าน
- 2. ไม่มีการโฆษณาสินค้า หรือร้านให้เป็นที่รู้จักด้วยสื่อต่างๆ
- 3. ไม่มีการจัดรายการ ส่งเสริมการขาย(ลด แลก แจก แถม)
- 4. ไม่มีการรับประกันสินค้า
- 5. ไม่มีการรับคืนหรือรับเปลี่ยน ในกรณีสินค้าชำรุดหรือส่งผิดคำสั่ง
- 6. ไม่มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ หรือบริการ หรือมีจำนวนน้อย
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือปรับปรุงสินค้าและบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าเพื่อการศึกษาในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นายอนุตร ฉัตรศิริกุล

วัน เดือน ปีเกิด

29 มิถุนายน 2526

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2549

ประวัติการทำงาน

ปี 2550 วิศวกรควบคุมงาน บริษัท T.A.G. Construction Co.,LTD.
ปี 2552 ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) บริษัท เจ.เอ.เอส.ยู ซัพพลาย จำกัด