



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นายภัทรพล ตั้งสุทธิธรรม

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ |
| ส่วนที่ 3 | ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม |

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 21 ปี

() 2. 21 – 30 ปี

() 3. 31 – 40 ปี

() 4. 41 – 50 ปี

() 5. 50 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ

3. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. อื่นๆ (โปรดระบุ

4. การศึกษาสูงสุด

() 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

() 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.

() 3. ปวส.หรืออนุปริญญา

() 4.ปริญญาตรี

() 5. สูงกว่าระดับปริญญาตรี (โปรดระบุ

5. อาชีพ

() 1. นักเรียน/นักศึกษา

() 2. ข้าราชการ

() 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 4. พนักงานบริษัทเอกชน

() 5. ธุรกิจส่วนตัว

() 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน

() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท

() 2. 5,000 – 10,000 บาท

() 3. 10,001 – 15,000 บาท

() 4. 15,001 – 20,000 บาท

() 5. 20,001 – 25,000 บาท

() 6. 25,000 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์ในบทความนี้สงวนไว้โดย Chiang Mai University

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

7. โดยเฉลี่ยแล้วท่านใช้บริการของตลาดสด บ่อยแค่ไหน

- () 1. ทุกวัน () 2. 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์
 () 3. 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ () 4. 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์
 () 5. น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง (โปรดระบุ

8. วันที่ท่านใช้บริการตลาดสดบ่อยที่สุด

- () 1. วันจันทร์ - วันศุกร์ () 2. วันเสาร์ - วันอาทิตย์
 () 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์

9. ช่วงที่ท่านใช้บริการตลาดสดบ่อยที่สุด

- () 1. 24.01 น. - 6.00 น. () 2. 6.01 น. - 12.00 น.
 () 3. 12.01 น. - 18.00 น. () 4. 18.01 น. - 24.00 น.

10. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการตลาดสดมากที่สุด

- () 1. เพื่อน/ผู้ร่วมงาน () 2. แฟน/คู่สมรส
 () 3. บุคคลในครอบครัว () 4. ตัวท่านเอง
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ

11. สินค้าที่ท่านนิยมเลือกซื้อจากตลาดสด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ผักสด
 () 2. ผลไม้
 () 3. เนื้อสัตว์/อาหารทะเล
 () 4. ข้าวสาร/อาหารแห้ง
 () 5. ก๋วยเตี๋ยว/อาหารสำเร็จรูป
 () 6. ของชำ/เครื่องเทศทั่วไป
 () 7. อาหารว่าง ขนมขบเคี้ยว เบเกอรี่ เครื่องดื่ม
 () 8. เครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น สบู่ แชมพู ผงซักฟอก ฯลฯ
 () 9. เสื้อผ้าสำเร็จรูป
 () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ

12. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในตลาดสดแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- () 1. น้อยกว่า 100 บาท () 2. 100 – 200 บาท
 () 3. 201 – 500 บาท () 4. 501 – 1000 บาท
 () 5. มากกว่า 1000 บาท (โปรดระบุ))

13. เหตุผลหลักที่ท่านเลือกใช้บริการตลาดสด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ความอยู่ใกล้บ้าน ที่พัก หรือที่ทำงาน
 () 2. การเป็นเส้นทางผ่าน และใช้เวลาในการเดินทางน้อยที่สุด
 () 3. การมีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ
 () 4. ความรวดเร็วในการใช้บริการ
 () 5. สินค้ามีราคาถูกกว่าที่อื่น ต่อรองราคาได้
 () 6. การมีสินค้า ของสดให้เลือกหลากหลาย
 () 7. ความรู้จักคุ้นเคยกับพ่อค้า แม่ค้าในตลาด
 () 8. ชื่อเสียงของตลาด
 () 9. เวลาเปิด-ปิดของตลาดสดที่เหมาะสม
 () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ))

14. ปัจจุบันท่านใช้บริการตลาดสดที่ใด

- () 1. ตลาดสันป่าข่อย
 () 2. ตลาดเมืองใหม่
 () 3. ตลาดประตูเชียงใหม่
 () 4. ตลาดสมเพชร
 () 5. ตลาดวโรรส
 () 6. ตลาดคำเที่ยง
 () 7. ตลาดต้นพยอม
 () 8. ตลาดประตูก้อม
 () 9. ตลาดหนองหอย
 () 10. ตลาดธานีรินทร์
 () 11. อื่นๆ (โปรดระบุ))

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับ
กับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อข้อความดังกล่าว

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ | | | | |
|--|----------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service) | | | | | |
| 1.1 สินค้ามีความสดใหม่ เช่น ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ที่มีความสดใหม่ | | | | | |
| 1.2 ความสะอาดของสินค้า เช่น กับข้าว อาหารสำเร็จรูป สะอาด ไม่โดนฝุ่นควัน ไม่มีแมลงวันตอม | | | | | |
| 1.3 รสชาติและความอร่อยของสินค้าประเภทอาหารที่มีวางจำหน่าย | | | | | |
| 1.4 ความหลากหลายของสินค้าประเภทอาหาร เช่น การมีอาหารและวัตถุดิบให้เลือกอย่างหลากหลาย การมีอาหาร/วัตถุดิบ/เครื่องเทศบางประเภทที่หาซื้อที่อื่นไม่ได้ เป็นต้น | | | | | |
| 1.5 ความหลากหลายของสินค้าอุปโภคทั่วไป เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้าสำเร็จรูป หนังสือ เครื่องเขียน อุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น | | | | | |
| 1.6 คุณภาพของสินค้าอุปโภคที่มีวางจำหน่าย | | | | | |
| 1.7 ชื่อเสียงของตลาดที่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสดนำชื่อของกรมอนามัย | | | | | |
| 1.8 มีการจัดหมวดหมู่ แยกประเภทสินค้าในตลาดสดอย่างเหมาะสม | | | | | |

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ | | | | |
|--|----------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 2. ด้านราคา (Price) | | | | | |
| 2.1 ราคาสินค้าประเภทอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ที่มีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.2 ราคาสินค้าประเภทอาหารแห้ง เช่น เครื่องเทศ อาหารตากแห้ง ของดอง ของแช่แข็ง ที่มีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.3 ราคาสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป กับข้าว ขนมหวาน ที่มีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.4 ราคาสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคทั่วไป เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้าสำเร็จรูป หนังสือ เครื่องเขียน อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่มีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.5 การมีสินค้าให้เลือกในหลายระดับราคาตามคุณภาพ | | | | | |
| 2.6 การสามารถซื้อสินค้าในราคาขายส่งได้ | | | | | |
| 2.7 การสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ | | | | | |
| 2.8 การมีป้ายระบุราคาสินค้าอย่างชัดเจน | | | | | |
| 2.9 ความคงที่ของราคาสินค้า เช่น การไม่เปลี่ยนแปลงราคาขึ้น-ลงบ่อยเกินไป | | | | | |
| 2.10 ราคาจ้อจรถรับฝากรถที่มีความเหมาะสม ไม่แพงเกินไป | | | | | |
| 3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | | | | | |
| 3.1 ทำเลที่ตั้งของตลาดสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ | | | | | |
| 3.2 ทำเลที่ตั้งของตลาดใกล้แหล่งชุมชน เช่น หมู่บ้าน สถานที่ราชการ โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น | | | | | |
| 3.3 ทำเลที่ตั้งของตลาดใกล้จุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น | | | | | |

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ | | | | |
|--|----------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (ต่อ) | | | | | |
| 3.4 การมีที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ | | | | | |
| 3.5 การมีทางเข้า-ออกตลาดสดได้หลายทาง | | | | | |
| 3.6 วันเวลาเปิด-ปิดของตลาดสดที่เหมาะสม | | | | | |
| 3.7 สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัย ไม่มีดี ไม่มีเปลี่ยว | | | | | |
| 3.8 ขนาดช่องทางเดินในตลาดที่มีความกว้างพอเหมาะ ไม่เบียดเสียด | | | | | |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) | | | | | |
| 4.1 การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น | | | | | |
| 4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางตลาดสด เช่น การส่งเสริมให้คนกลับมาใช้ตลาดสด หรือ กลับสู่วิถีท้องถิ่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น | | | | | |
| 4.3 การจัดตลาดนัดเฉพาะกิจเพื่อให้ผู้บริโภคได้พบกับผู้ผลิตโดยตรง เช่น การจัดตลาดนัดช่วงเช้าวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อให้เกษตรกรนำสินค้าผักสด ผลไม้ มาวางจำหน่ายในราคาพิเศษ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น | | | | | |
| 4.4 การจัดกิจกรรมลดแลกแจกแถม นาทิทอง เพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าราคาพิเศษหรือได้รับของสมนาคุณในบางโอกาส | | | | | |
| 4.5 การมีเว็บไซต์ของตลาดสดอย่างเป็นทางการ | | | | | |
| 4.6 การประชาสัมพันธ์ตลาดสดผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น | | | | | |

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ | | | | |
|---|----------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 5.ด้านบุคลากร (People) | | | | | |
| 5.1 พ่อค้า/แม่ค้าที่มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม | | | | | |
| 5.2 พ่อค้า/แม่ค้าที่มีความกระตือรือร้นในการขายสินค้าและให้บริการ | | | | | |
| 5.3 พ่อค้า/แม่ค้าที่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้าได้ เช่น ถ้าจะทำน้ำพริกแกงต้องซื้ออะไรไปเป็นส่วนประกอบบ้าง เป็นต้น | | | | | |
| 5.4 พ่อค้า/แม่ค้าที่มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อลูกค้า เช่น ไม่โกงตาชั่ง ทอนเงินลูกค้า เป็นต้น | | | | | |
| 5.5 พ่อค้า/แม่ค้าที่พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 5.6 พ่อค้า/แม่ค้าที่ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค | | | | | |
| 5.7 พ่อค้า/แม่ค้าแต่งกายเหมาะสม เช่น สวมผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และถุงมือ ในขณะที่สัมผัสและจำหน่ายอาหารสด เนื้อสด เป็นต้น | | | | | |
| 5.8 การมีจำนวนพ่อค้า/แม่ค้าและลูกมือเพียงพอในการให้บริการ เช่น ในกรณีร้านอาหารสำเร็จรูป ที่มีลูกค้ารอซื้ออยู่มาก ก็มีการจัดลูกมือคอยให้บริการได้อย่างทันทั่วถึง เป็นต้น | | | | | |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) | | | | | |
| 6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การหยิบสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ถูกปริมาณ | | | | | |
| 6.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การจัดสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว | | | | | |

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ | | | | |
|---|----------------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) (ต่อ) | | | | | |
| 6.3 ความถูกต้องในการคิดราคาสินค้า เช่น การใช้ตราชั่งและเครื่องตวงวัดที่ได้มาตรฐาน | | | | | |
| 6.4 ความรวดเร็วในการคิดราคาสินค้าของพ่อค้า/แม่ค้า | | | | | |
| 6.5 การจัดสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ชิม ได้ลองก่อนซื้อ เช่นผลไม้สด เป็นต้น | | | | | |
| 6.6 การจัดให้บริการยก หิ้วของ ไปส่งลูกค้า ในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก | | | | | |
| 6.7 การจัดให้มีบริการรับฝากสัมภาระ | | | | | |
| 7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) | | | | | |
| 7.1 ป้ายชื่อตลาดสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน | | | | | |
| 7.2 ป้ายชื่อร้านค้าในตลาดที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน | | | | | |
| 7.3 ความสะอาดโดยรวมของตลาด เช่น พื้นตลาดที่ไม่เปียกชื้นและไม่มีขยะ ไม่มีแมลงวัน หนู แมลงสาบ เป็นต้น | | | | | |
| 7.4 การจัดวางระเบียบร้านค้า แผงลอยอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่เกะกะกีดขวางทางเดิน วางอาหารอยู่สูงจากพื้น เป็นต้น | | | | | |
| 7.5 การจัดวางระเบียบร้านค้า แผงลอยอย่างเป็นหมวดหมู่ เช่น โชนอาหารสด โชนอาหารแห้ง โชนของใช้ เป็นต้น | | | | | |
| 7.6 แสงสว่างภายในตลาดที่มีความพอเพียง ไม่มีมืดสลัว | | | | | |
| 7.7 การระบายถ่ายเทของอากาศภายในตลาด ไม่ร้อนหรือมีกลิ่นเหม็นอับชื้น | | | | | |
| 7.8 บรรยากาศและความสวยงามของสถานที่โดยรวม | | | | | |
| 7.9 การมีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ | | | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่าน

ข้อมูลปัญหาในการให้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ

- 1.1 () สินค้าประเภทผักผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ขาดความสดใหม่
- 1.2 () อาหารประเภทกับข้าว อาหารสำเร็จรูปไม่สะอาด เช่น โคนฝุ่นควัน มีแมลงวัน
ตอม เป็นต้น
- 1.3 () อาหารที่จำหน่ายไม่อร่อย รสชาติไม่ดี
- 1.4 () สินค้าประเภทอาหารขาดความหลากหลาย เช่น การไม่มีอาหารและวัตถุดิบให้
เลือกอย่างหลากหลาย
- 1.5 () สินค้าอุปโภคทั่วไปขาดความหลากหลาย เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า
สำเร็จรูป หนังสือ เครื่องเขียน อุปกรณ์ไฟฟ้า มิให้เลือกน้อย เป็นต้น
- 1.6 () ความดี้อยคุณภาพของสินค้าอุปโภคที่มีวางจำหน่าย
- 1.7 () ชื่อเสียงของตลาดไม่เป็นที่รู้จัก หรือไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสดน่าซื้อของ
กรมอนามัย
- 1.8 () ไม่มีการจัดหมวดหมู่ แยกประเภทสินค้าในตลาดสด
- 1.9 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ด้านราคา

- 2.1 () ราคาสินค้าประเภทอาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ที่ไม่
เหมาะสม/แพงเกินไป
- 2.2 () ราคาสินค้าประเภทอาหารแห้ง เช่น เครื่องเทศ อาหารตากแห้ง ของดอง ของแช่
อิม ที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 2.3 () ราคาสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป กับข้าว ขนมหวาน ที่ไม่เหมาะสม/แพง
เกินไป
- 2.4 () ราคาสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคทั่วไป เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า
สำเร็จรูป หนังสือ เครื่องเขียน อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 2.5 () การขาดความหลากหลายของระดับราคาสินค้าตามคุณภาพ
- 2.6 () การไม่สามารถซื้อสินค้าในราคาขายส่งได้

- 2.7 () การไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้
- 2.8 () การไม่มีป้ายระบุราคาสินค้าอย่างชัดเจน
- 2.9 () ความไม่คงที่ของราคาสินค้า เช่น มีการเปลี่ยนแปลงของราคาขึ้น-ลงบ่อยเกินไป
- 2.10 () ราคาค่าจอดรถ/รับฝากรถที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป
- 2.11 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

- 3.1 () ที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ
- 3.2 () โกลจากแหล่งชุมชน เช่น หมู่บ้าน สถานที่ราชการ โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น
- 3.3 () การไม่มีจุดอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น
- 3.4 () การไม่มีที่จอดรถอย่างกว้างขวาง และเพียงพอ
- 3.5 () ทางเข้า-ออกของตลาดสดมีทางเดียว
- 3.6 () วันเวลาเปิด-ปิดของตลาดสดที่ไม่เหมาะสม
- 3.7 () สถานที่ตั้งที่ไม่ปลอดภัย มีด เปรี๊ยะ
- 3.8 () ช่องทางเดินในตลาดที่มีความแคบ เบียดเสียด
- 3.9 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 4.1 () ขาดการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น
- 4.2 () ขาดการประชาสัมพันธ์ของทางตลาดสด เช่น การส่งเสริมให้คนกลับมาใช้ตลาดสด หรือ กลับสู่วิถีท้องถิ่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์กรบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น
- 4.3 () ไม่มีการจัดตลาดนัดเฉพาะกิจเพื่อให้ผู้บริโภคได้พบกับผู้ผลิตโดยตรง เช่น การจัดตลาดนัดช่วงเช้าวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อให้เกษตรกรนำสินค้าผักสด ผลไม้ มาวางจำหน่ายในราคาพิเศษ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น
- 4.4 () ไม่มีการจัดกิจกรรมลดแลกแจกแถม นาทิทอง เพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าราคาพิเศษหรือได้รับของสมนาคุณในบางโอกาส
- 4.5 () ไม่มีเว็บไซต์ของตลาดสดอย่างเป็นทางการ

- 4.6 () ไม่มีการประชาสัมพันธ์ตลาดสดผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น
- 4.7 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ด้านบุคลากร

- 5.1 () พ่อค้า/แม่ค้าขาดอรรถาธิบายที่ดี ไม่เป็นมิตรกับลูกค้า
- 5.2 () พ่อค้า/แม่ค้าขาดความกระตือรือร้นในการขายสินค้าและให้บริการ
- 5.3 () พ่อค้า/แม่ค้าไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้าได้ เช่น ถ้าจะทำน้ำพริกแกงต้องซื้ออะไรไปเป็นส่วนประกอบบ้าง เป็นต้น
- 5.4 () พ่อค้า/แม่ค้าขาดความซื่อสัตย์สุจริตต่อลูกค้า เช่น โก่งต่าขัง ทอนเงินผิด เป็นต้น
- 5.5 () พ่อค้า/แม่ค้าพูดจาไม่สุภาพ ไม่ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า
- 5.6 () พ่อค้า/แม่ค้าไม่ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค
- 5.7 () พ่อค้า/แม่ค้าแต่งกายไม่เหมาะสม เช่น ไม่สวมผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และถุงมือ ในขณะที่สัมผัสและจำหน่ายอาหารสด เนื้อสด เป็นต้น
- 5.8 () การมีจำนวนพ่อค้า/แม่ค้าและลูกมือที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ เช่น ในกรณีร้านอาหารสำเร็จรูป ที่มีลูกค้ารอซื้ออยู่มาก ทำให้ต้องรอนาน เป็นต้น
- 5.9 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

- 6.1 () ความผิดพลาดในการให้บริการ เช่น การหยิบสินค้าให้ลูกค้าผิดพลาด ผิดปริมาณ
- 6.2 () ความล่าช้าในการให้บริการ เช่น การจัดสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างล่าช้า
- 6.3 () ความผิดพลาดในการคิดราคาสินค้า เช่น คำนวณผิด การใช้ตราชั่งและเครื่องตวงวัดที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น
- 6.4 () ความล่าช้าในการคิดราคาสินค้า
- 6.5 () การไม่จัดสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ชิม ได้ลองก่อนซื้อ เช่นผลไม้สด เป็นต้น
- 6.6 () การไม่มีบริการยก หิ้วของ ไปส่งลูกค้า ในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก
- 6.7 () การไม่มีบริการรับฝากสัมภาระ
- 6.8 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- 7.1 () ป้ายชื่อตลาดสดไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 7.2 () ป้ายชื่อร้านค้าในตลาดที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 7.3 () ความสกปรกของพื้นที่ในตลาด เช่น พื้นตลาดที่เปียกชื้นแฉะแฉะ มีขยะ แมลงวัน หนู แมลงสาบ เป็นต้น
- 7.4 () การจัดวางระเบียบร้านค้า แผงลอยอย่างไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เกะกะกีดขวางทางเดิน วางอาหารอยู่ใกล้พื้นทางเดิน เป็นต้น
- 7.5 () การจัดวางระเบียบร้านค้า แผงลอยอย่างไม่เป็นหมวดหมู่ เช่น ไม่มีโซนอาหารสด โซนอาหารแห้ง โซนของใช้ อย่างชัดเจน เป็นต้น
- 7.6 () แสงสว่างภายในตลาดที่ไม่พอเพียง มีดสัว
- 7.7 () การระบายถ่ายเทของอากาศภายในตลาดที่ไม่ดีพอ ร้อน หรือมีกลิ่นเหม็นอับชื้น
- 7.8 () บรรยากาศของสถานที่โดยรวม ไม่สวยงาม
- 7.9 () การไม่มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ
- 7.10 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายภัทรพล ตั้งสุทธิธรรม

วัน เดือน ปีเกิด

22 กุมภาพันธ์ 2527

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาริต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2545

สำเร็จการศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา

มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2549

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2549 – 2551 ผู้ช่วยตัดต่อภาพยนตร์ โฆษณา บริษัท ใจแอนด์ เอป
กรุงเทพฯ

พ.ศ.2551 - ปัจจุบัน ผู้จัดการร้านทอง ตั้ง โต๊ะ กวาง ตลาดต้นพะยอม
เชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved