



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ

ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้าง ใน อำเภอเสนาให้ จ.สระบุรี

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูล ในการจัดทำกรค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาท่าน โปรดให้ข้อมูลตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบคุณ ที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นายดิเรก ตัญญูบุรี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง และเติมข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 20 – 29 ปี

2. 30 – 39 ปี

3. 40 – 49 ปี

4. 50 - 59 ปี

5. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษาตอนต้น

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

4. อนุปริญญา/ปวส./ปวท.

5. ปริญญาตรี

6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งในสถานประกอบการของท่าน

1. พนักงานฝ่ายจัดซื้อ

2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

3. ผู้จัดการทั่วไป

4. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

5. เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ

6. อื่นๆ โปรดระบุ :.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับ บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง

5. รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการ
1. บุคคลธรรมดา 2. ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด 4. บริษัทจำกัด
5. อื่นๆ โปรดระบุ :.....
6. เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา
1. ไม่เกิน 1 ล้านบาท 2. 1 – 10 ล้านบาท
3. 11 – 20 ล้านบาท 4. 20 ล้านบาท ขึ้นไป
7. กิจการของท่านจัดตั้งมาแล้วกี่ปี
1. ไม่เกิน 5 ปี 2. 6 – 10 ปี
3. 11 – 15 ปี 4. 16 - 20 ปี
5. 20 ปี ขึ้นไป
8. กิจกรรมของท่านรับเหมาก่อสร้าง โดยเฉลี่ยปีละกี่โครงการ
1. 1 – 5 โครงการ 2. 6 – 10 โครงการ
3. 11 – 15 โครงการ 4. 15 โครงการ ขึ้นไป
9. กิจการของท่านรับเหมางานก่อสร้าง โดยเฉลี่ยมีมูลค่างานก่อสร้างโครงการละเท่าไร
1. ไม่เกิน 500,000 บาท 2. 500,001 – 1,000,000 บาท
3. 1,000,001 – 5,000,000 บาท 4. 5,000,001 บาท ขึ้นไป
10. จำนวนพนักงานในกิจการของท่าน
1. ไม่เกิน 50 คน 2. 51 – 100 คน
3. 101 – 150 คน 4. 150 คน ขึ้นไป
11. อำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ขึ้นอยู่กับ
1. พนักงานฝ่ายจัดซื้อ 2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
3. ผู้จัดการทั่วไป 4. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
5. เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ 6. อื่นๆ โปรดระบุ :.....
12. กิจการของท่านซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จจากโรงงานใดมากที่สุด
- บริษัท ผลิตภัณฑ์ และวัสดุก่อสร้าง (CPAC) ต.เขาวง อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี

- บริษัท พี เอส ที คอนกรีต จำกัด ต.บ้านยาง อ.เสนาไห้ จ.สระบุรี
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักชาติ วัสดุก่อสร้าง ต.บ้านยาง อ.เสนาไห้ จ.สระบุรี
- บริษัท วี พี พัฒนาคอนกรีต จำกัด ต.ห้วยป่าหวาย อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี
- บริษัท แอควานซ์คอนกรีต อินทิเกรชั่น จำกัด ต.ห้วยป่าหวาย อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี
- บริษัท เอ็น อี ซี คอนกรีตอัดแรง จำกัด ต.ห้วยป่าหวาย อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี
- อื่นๆ โปรดระบุ :
-

ส่วนที่ 3

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ
ผู้รับเหมาก่อสร้าง

ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ในระดับ
ใด

โปรดทำเครื่องหมาย (3) แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
คอนกรีตผสมเสร็จ

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(13) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น มีผลิตภัณฑ์คอนกรีตกำลังอัดสูงและสูงมาก คอนกรีตแข็งตัวเร็ว คอนกรีตสำหรับคอนกรีตปี้ม คอนกรีตเหลวมาก เป็นต้น					
(14) คุณภาพสินค้า เช่น กำลังอัดประลัยของคอนกรีตไม่ตก ได้รับคอนกรีตที่มีค่ายุบตัวหรือค่าสลัมพ์ (Slump) เหมาะสมกับงาน เป็นต้น					
(15) มีบริการที่เป็นกันเองกับลูกค้า พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม					

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(16) ชื่อเสียงบริษัท					
(17) การรับประกันคุณภาพสินค้า					
(18) บริการหลังการขาย					
(19) มีการให้บริการแนะนำสินค้า โดยผู้ชำนาญการ					

3.2 ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(20) ราคาสินค้า (ราคาสมเหตุสมผลกับตัวสินค้า)					
(21) มีส่วนลดการค้า					
(22) มีเครดิตการค้า					

3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(23) ระยะทางจากโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จไปยังโกดังสถานที่ก่อสร้าง					
(24) การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง					
(25) การขายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย					
(26) ตัวแทนจำหน่ายติดต่อได้สะดวก					
(27) การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา					
(28) วิธีการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จแก่ลูกค้า โดยยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย					

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(29) การโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น					
(30) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของ กำนัล ชิงโชค เป็นต้น					
(31) การขายโดยใช้พนักงานขาย หน้าร้าน					
(32) การขายโดยใช้พนักงานขาย ไปพบลูกค้าที่ หน่วยงาน					
(33) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวขององค์กร การ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน การบริจาค การ อนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

4.1 ท่านมีปัญหากับผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จอะไรบ้าง (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 34) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย ไม่มีผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำหรับ
งานก่อสร้างสมัยใหม่ และผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาคือ (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลิตภัณฑ์คอนกรีตกำลังอัดสูงและสูงมาก

คอนกรีตแข็งตัวเร็ว

คอนกรีตสำหรับคอนกรีตปี้ม

คอนกรีตเหลวมาก

คอนกรีตได้น้ำ

คอนกรีตอัดแน่น (Roller Compacted Concrete)

อื่นๆ โปรดระบุ :

.....

- 35) ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จไม่ได้คุณภาพ และผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผลการทดสอบกำลังอัดประลัยของคอนกรีตให้ค่าต่ำกว่าที่ได้ระบุในการซื้อ (ค่า Strength ต่ำกว่ามาตรฐาน)
- การทดสอบค่าการยุบตัวหรือค่าสลิปป์ (Slump) ของคอนกรีตไม่ได้ตามที่ต้องการ (ขึ้นเกินไปหรือเหลวเกินไป)
- คอนกรีตเกิดปัญหาการแยกตัว (Segregation) สาเหตุจากวัสดุผสมคอนกรีตขนาดละเอียดตอน
- คอนกรีตไม่แข็งตัวเมื่อได้อายุตามมาตรฐานกำหนด
- ความสกปรก เนื่องจากมีสารอันตราย เช่น เศษไม้ รากไม้ ดิน ไม้หรือดินฝุ่นปะปนในคอนกรีต
- อื่นๆ โปรดระบุ :

- 36) ไม่รับประกันสินค้า

- 37) อื่นๆ โปรดระบุ :

- 4.2 ท่านมีปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จจะอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 38) ราคาจำหน่ายสูง
- 39) ไม่ให้ส่วนลดหรือไม่ลดราคา
- 40) วิธีการชำระเงินมีให้เลือกน้อย เช่น รับเฉพาะเงินสด
- 41) วงเงินเครดิตน้อย
- 42) ระยะเวลาการชำระเงินสั้น
- 43) อื่นๆ โปรดระบุ :

- 4.3 ท่านมีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จจะอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 44) ระยะทางจากโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จอยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง
- 45) บริการจัดส่งล่าช้า ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา ไม่สะดวกในการติดต่อ
- 46) ไม่มีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภครโดยตรง

- 47) การขายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายทำให้เกิดความล่าช้าในการติดต่อสื่อสาร
- 48) ไม่มียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยในการขนส่ง
- 49) อื่นๆ โปรดระบุ :.....

4.4 ท่านมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1)

- 50) การโฆษณาไม่ชัดเจนหรือไม่ตรงกับความจริง
- 51) พนักงานที่ไปติดต่อไม่สุภาพ ไม่มีความรู้เรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 52) ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น แจกของกำนัล
- 53) อื่นๆ โปรดระบุ :.....

4.5 ข้อเสนอแนะอื่น :.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นายดิเรก ตัญญูรักษ์
วัน เดือน ปีเกิด	30 ตุลาคม 2510
ประวัติการศึกษา	
ปีการศึกษา 2523	สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่โรงเรียนประจวบวงศา จ.กรุงเทพฯ
ปีการศึกษา 2526	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมปีที่ 3 ที่โรงเรียนวัดราชโอรสาราม
ปีการศึกษา 2529	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรที่สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล วิทยาเขตพระนครเหนือ
ปีการศึกษา 2533	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมศาสตร์ที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ
ประสบการณ์ในการทำงาน	
ปี พ.ศ. 2534 – 2535	ทำงานที่ บริษัท โตโยต้ามอเตอร์(ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง วิศวกรฝ่ายวางแผนการผลิต
ปี พ.ศ. 2535 – ปัจจุบัน	ทำงานที่ บริษัท พี เอส ที คอนกรีต จำกัด ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ