



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

**แบบสอบถามเรื่อง**  
**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการ**  
**โรงเคลือบสั้ม จังหวัดเชียงใหม่**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ความคิดเห็นและข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบถือว่าเป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

วันที่.....

สถานที่เก็บข้อมูล.....

**ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป**

โปรดทำเครื่องหมายถูก ( ✓ ) ในวงเล็บหน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกหรือเติมข้อความข้อความในช่องว่างที่ถูกต้องหรือตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

**1. เพศ**

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

**2. อายุ (ปี)**

( ) 1. 20-29 ปี ( ) 2. 30-39 ปี ( ) 3. 40-49 ปี  
 ( ) 4. 50-59 ปี ( ) 5. 60 ปี ขึ้นไป

**3. ตำแหน่งหน้าที่**

( ) 1. เจ้าของโรงเคลือบ ( ) 2. ผู้จัดการโรงเคลือบ ( ) ผู้ดูแลโรงเคลือบ  
 ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**4. ประสบการณ์ในการทำงาน (ปี)**

( ) 1. 1-2 ปี ( ) 2. 3-4 ปี ( ) 3. 5-6 ปี  
 ( ) 4. มากกว่า 6 ปีขึ้นไป

## 5. วุฒิกการศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ( ) 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
 ( ) 5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ( ) 6. สูงกว่าปริญญาตรี

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการชื้อนํ้ายาเคลือบสั้มนของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้มน ในจังหวัดเชียงใหม่

## 6. ตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อ

- ( ) 1. เจ้าของ ( ) 2. ผู้จัดการ  
 ( ) 3. ฝ่ายจัดซื้อ ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 7. จำนวนผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อ

- ( ) 1. 1 คน ( ) 2. 2-3 คน ( ) 3. มากกว่า 3 คน

## 8. ระยะเวลาในการประกอบกิจการโรงเคลือบสั้มน (ปี)

- ( ) 1. 1-2 ปี ( ) 2. 3-4 ปี  
 ( ) 3. 5-6 ปี ( ) 4. มากกว่า 6 ปี

## 9. ลักษณะของกิจการ

- ( ) 1. เจ้าของคนเดียว ( ) 2. ห้างหุ้นส่วน  
 ( ) 3. บริษัท ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 10. ลักษณะของกิจการ

- ( ) 1. เคลือบสั้มนที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง ( ) 2. ให้บริการเคลือบสั้มนแก่สวนสั้มนทั่วไป  
 ( ) 3. รับเคลือบสั้มนของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย

## 11. ท่านชื้อนํ้ายาเคลือบสั้มนจากผู้จำหน่ายกี่ราย

- ( ) 1. 1 ราย ( ) 2. 2 ราย ( ) 3. 3 ราย  
 ( ) 4. 4 ราย ( ) 5. 5 ราย ( ) 6. มากกว่า 6 ราย

## 12. ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน

- ( ) 1. น้อยกว่า 20 ตันต่อวัน ( ) 2. 21-40 ตันต่อวัน  
 ( ) 3. มากกว่า 40 ตันต่อวัน

## 13. ยี่ห้อของนํ้ายาเคลือบสั้มนที่ท่านเคยใช้

- ( ) 1. ซีโตรซอด เอ เค ( ) 2. ซีตราชายน ( ) 3. ซีฟต้า-ทีว่า  
 ( ) 4. ซุปเปอร์ชายนซี ( ) 5. ชันโนลีน ( ) 6. โรซี่  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ยี่ห้อของน้ำยาเคลือบสั้ที่ท่านใช้ในปัจจุบัน

- ( ) 1. ซิโตรซอล เอ เค      ( ) 2. ซิตร้าชาชน      ( ) 3. ซิฟต้า-ทิวา  
 ( ) 4. ซุปเปอร์ชาชนซี      ( ) 5. ซันโนลิน      ( ) 6. โรซี่  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อยี่ห้อในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ราคายุติธรรม      ( ) 2. ความสะดวกในการสั่งซื้อ  
 ( ) 3. คุณภาพของสินค้า      ( ) 4. มีการให้สินเชื่  
 ( ) 5. บริษัทจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ/มีชื่อเสียง      ( ) 6. มีบริการส่งถึงที่  
 ( ) 7. มีสินค้าที่ต้องการ      ( ) 8. รู้จักกับผู้ขาย  
 ( ) 9. สามารถสั่งได้ทาง โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต      ( ) 10. สั่งได้ตลอดเวลา  
 ( ) 11. ระยะเวลาการจ่ายเงิน  
 ( ) 12. อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านได้ข้อมูลของน้ำยาเคลือบสั้อย่างไร

- ( ) 1. ป้ายโฆษณา      ( ) 2. ไปปลิว  
 ( ) 3. แผ่นพับ      ( ) 4. ลูกค้านแนะนำ  
 ( ) 5. เพื่อนแนะนำ      ( ) 6. พนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรง  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ท่านมีนโยบายในการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ซื้อตามคู่แข่ง      ( ) 2. พนักงานแนะนำ  
 ( ) 3. ซื้อตามฤดูกาล      ( ) 4. คำนึงถึงคุณภาพของน้ำยา  
 ( ) 5. ราคาต่อหน่วยไม่สูง      ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

18. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า      ( ) 2. สภาวะเศรษฐกิจ  
 ( ) 3. อัตราดอกเบี้ย      ( ) 4. เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง  
 ( ) 5. มีการพัฒนาคุณภาพของน้ำยา      ( ) 6. การแข่งขันในธุรกิจเคลือบสั้  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. ปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. วัตถุประสงค์ของทางลูกค้าสั้ม ( ) 2. นโยบายของโรงเคลือบ  
 ( ) 3. ความยากง่ายในการเตรียมน้ำยา ( ) 4. ขั้นตอนการจัดซื้อไม่ยุ่งยาก  
 ( ) 5. ความยากง่ายในการทำงาน ( ) 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

20. วิธีการชำระเงิน

- ( ) 1. ชำระภายใน 30 วัน ( ) 2. ชำระภายใน 60 วัน  
 ( ) 3. ชำระภายใน 90 วัน ( ) 4. ชำระมากกว่า 90 วัน  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

18. ความถี่ในการสั่งซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม ใน 1 เดือน

- ( ) 1. 1 ครั้งต่อ 2 เดือน ( ) 2. 1 ครั้งต่อเดือน  
 ( ) 3. 2 ครั้งต่อเดือน ( ) 4. มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน  
 ( ) 5. ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. ปริมาณที่ท่านสั่งซื้อน้ำยาเคลือบสั้มต่อครั้ง (หน่วย : ถัง 200 ลิตร)

- ( ) 1. 1-4 ถัง ( ) 2. 5-10 ถัง  
 ( ) 3. 11-15 ถัง ( ) 4. 15 ถังขึ้นไป

20. คุณสมบัติของน้ำเคลือบสั้มที่ท่านซื้อ

- ( ) 1. เงามัจฉ ( ) 2. เงามธรรมชาติ  
 ( ) 3. ทั้งสองประเภท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการ  
โรงเคลือบสั้ม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความเงาสวย					
2. มีความปลอดภัย					
3. อายุการเก็บรักษา					
4. เคลือบแล้วไม่เหนียว					
5. ใช้งานง่าย สะดวก					
6. ไม่มีกลิ่นฉุนตกค้าง					
7. ทรายี่ห่อ					
8. ส่วนผสมของน้ำยา					
9. ความยากง่ายในการทำงาน					
10. ล้างเครื่องง่าย					
11. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด					
12. ฉลาดมีการระบุส่วนประกอบสินค้าชัดเจน					
13. ฉลาดมีการระบุวันหมดอายุ					
14. การรับประกันคุณภาพสินค้า					
15. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาของน้ำยาเคลือบ					
2. มีการแข่งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง					
3. วงเงินสินเชื่อ					
4. ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
1. มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน					
2. มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว					
3. ส่งสินค้าถูกต้อง					
4. ส่งตรงเวลานัดหมาย					
5. สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต					
6. มีการออกใบส่งสินค้า และใบเสร็จรับเงินชัดเจน ถูกต้อง					
7. ส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง					
8. สั่งได้ทุกเวลา					
9. มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ					
10. กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก					
11. โรงงานสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายได้ง่าย					
12. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีการชิงโชค					
2. การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด					
3. การมีของแถม เช่น ซื้อ 10 ถึง แกรม 1 ถึง					
4. การให้เป่ารางวัลเมื่อซื้อถึงยอดที่กำหนด					
5. พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า					
6. พนักงานมีความสุภาพ					
7. พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ					
8. พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้					
9. ความถี่ในการเยี่ยมชมของพนักงานขาย					
10. การโฆษณา					
11. อื่นๆ ( โปรดระบุ ) .....					



ส่วนที่ 3. ปัญหาในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีรถมาจำหน่ายและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความเงา					
2. ไม่มีความปลอดภัย					
3. อายุการเก็บรักษาไม่นาน					
4. เคลือบแล้วเหนียว					
5. ใช้งานยาก ไม่สะดวก					
6. มีกลิ่นฉุนตกค้าง					
7. ทรายหือไม่เป็นที่รู้จัก					
8. ส่วนผสมของน้ำยาไม่เหมาะสม					
9. ความยากในการทำงาน					
10. ล้างเครื่องยาก					
11. ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่มีให้เลือก					
12. ตลาดไม่มีการระบุส่วนประกอบสินค้าหรือมีแต่ไม่ชัดเจน					
13. ตลาดไม่มีการระบุวันหมดอายุ					
14. ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า					
15. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาไม่คงที่					
2. ไม่มีการแข่งขันราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง					
3. ให้วงเงินสินเชื่อ					
4. ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า					
5. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน					
2. มีบริการขนส่งที่ล่าช้า					
3. ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง					
4. ส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย					
5. ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต					
6. มีการออกไปส่งสินค้า และใบเสร็จรับเงินไม่ชัดเจน ถูกต้อง					
7. ส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง					
8. ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา					
9. ปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ					
10. กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก					
11. โรงเคลือบไม่สามารถติดต่อกับผู้แทนจำหน่ายได้สะดวก					
12. อื่น(โปรดระบุ) .....					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการชิงโชค					
2. ไม่มีส่วนลด					
3. ไม่มีของแถม / หรือไม่น่าสนใจ					
4. ไม่มีเป่ารางวัล					
5. พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า					
6. พนักงานไม่มีความสุขภาพ					
7. พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ					
8. พนักงานขายไม่สามารถให้คำปรึกษาได้					
9. การเขียนเขียนของพนักงานขายไม่สม่ำเสมอ					
10. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....					

ข้อเสนอแนะอื่น.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายอนุวัตร ภูวเศรษฐ์
วัน เดือน ปี เกิด	6 ตุลาคม 2500
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2516 สำเร็จมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย พ.ศ. 2518 สำเร็จมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย พ.ศ. 2524 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (การตลาด) ม.รามคำแหง
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2524 – 2532 รองผู้จัดการ โรงงานบริษัท ศรีเอเชียมีลล์ จำกัด พ.ศ. 2524 – ปัจจุบัน ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ศรีเอเชีย (1989) จำกัด พ.ศ. 2544 – ปัจจุบัน ผู้จัดการ บริษัทเนเจอร์ไบรท์ จำกัด
ประวัติทางสังคม	พ.ศ. 2538 อดีตนายกสโมสรโรตารีลำปาง พ.ศ. 2548 ผู้ว่าการภาครับเลือก ภาค 3360 โรตารีสากล ปี 2550 – 51 พ.ศ. 2544 - ปัจจุบัน รองประธานหอการค้าจังหวัดลำปาง พ.ศ. 2546 - ปัจจุบัน อนุกรรมการประกันสังคมจังหวัดลำปาง ผู้แทนฝ่ายนายจ้าง พ.ศ. 2542 - ปัจจุบัน ประธานชมรมศิษย์เก่าโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน ( ชมรมลำปาง) พ.ศ. 2547 ประธานรุ่นศิษย์เก่า BCL รุ่น 10 พ.ศ. 2542 - ปัจจุบัน กรรมการมูลนิธิศาลเจ้าแม่ทับทิมลำปาง พ.ศ. 2544 - ปัจจุบัน กรรมการมูลนิธิโรตารีลำปาง พ.ศ. 2546 - ปัจจุบัน กรรมการมูลนิธิศูนย์แม่เรียงลำปาง