



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ
ของบริษัท บอรอด คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอด คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการดำเนินการด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา และนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวธณัฐดา อุตสุภา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง และเติมข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20 – 29 ปี
 3. 30 – 39 ปี 4. 40 – 49 ปี
 5. 50 – 59 ปี 6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. 4. ปวส./ อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
 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. กิจการของท่านจัดตั้งมาแล้วกี่ปี

1. ไม่เกิน 5 ปี 2. 6-10 ปี
 3. 11-15 ปี 4. 16-20 ปี
 5. 20 ปี ขึ้นไป

7. จำนวนพนักงานในการกิจการของท่าน

1. ไม่เกิน 50 คน 2. 51-100 คน
 3. 101-150 คน 4. 150 คนขึ้นไป

8. กิจการของท่านรับเหมาก่อสร้าง โดยเฉลี่ยปีละกี่โครงการ

1. 1-5 โครงการ 2. 6-10 โครงการ
 3. 11-15 โครงการ 4. 15 โครงการขึ้นไป

9. กิจการของท่านรับเหมางานก่อสร้าง โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่มูลค่างานก่อสร้างโครงการละเท่าไร

1. ไม่เกิน 500,000 บาท 2. 500,001-1,000,000 บาท
 3. 1,000,001-1,500,000 บาท 4. 1,500,001-2,000,000 บาท
 5. 2,000,001-2,500,000 บาท 6. 2,500,001-3,000,000 บาท
 7. 3,000,001-3,500,000 บาท 8. 3,500,001 บาทขึ้นไป

10. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

1. ไม่เกิน 400,000 บาท 2. 400,001-800,000 บาท
 3. 800,001-1,200,000 บาท 4. 1,200,001-1,600,000 บาท
 5. 1,600,001-2,000,000 บาท 6. มากกว่า 2,000,001 บาท

11. อำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ขึ้นอยู่กับใคร

1. พนักงานฝ่ายจัดซื้อ 2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
 3. ผู้จัดการทั่วไป 4. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
 5. เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. กิจการของท่านรู้จัก บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. หนังสือพิมพ์ 2. วิทยุ
 3. บุคคลในครอบครัวหรือญาติ 4. เพื่อนหรือคนรู้จัก
 5. พนักงานขายของ บริษัท บอรอลฯ 6. รู้จักเอง
 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. กิจการของท่านเป็นลูกค้าของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด มานานเท่าใด

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

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ
ของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง : ให้ท่านพิจารณาว่าท่านมีความพึงพอใจต่อปัจจัยต่างๆ ของบริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด ในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องแต่ละช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน					
ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีความหลากหลายของเกรดสินค้า					
สินค้ามีคุณภาพสูงกว่ายี่ห้ออื่น					
ชื่อเสียงตรายี่ห้อ					
การแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า					
ปริมาณ (จำนวนคิว) ขึ้นต่ำในการสั่งซื้อ					
การบริการจัดส่งสินค้า					
การบริการหลังการขาย					
อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านราคา					
ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
ราคาถูกกว่าผู้ขายรายอื่น					
ราคาสามารถต่อรองได้					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า					
ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า					
ระยะเวลาการให้เครดิต					
มีส่วนลดให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด					
มีส่วนลดพิเศษให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากๆ					
อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ด้านการจัดจำหน่าย					
ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย					
การติดต่อกับบริษัทฯหรือพนักงานขายทำได้ง่ายสะดวก					
ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า					
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า					
การส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา					
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ					
สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ได้					
การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า					
อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร					
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจนเข้าใจง่าย					
การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การที่บริษัทมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม					
การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม					
พนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
พนักงานขายมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้					
พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า					
พนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ					
พนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์					
พนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี					
อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ท่านประสบปัญหา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

- 1) คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
- 2) มีสินค้าให้เลือกน้อย
- 3) สินค้ามีคุณภาพต่ำกว่ายี่ห้ออื่น
- 4) ตรายี่ห้อไม่เป็นที่รู้จัก
- 5) ไม่มีการแนะนำและแก้ไขปัญหากเกี่ยวกับสินค้า
- 6) กำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อสูงเกินไป
- 7) บริการจัดส่งสินค้าไม่มีคุณภาพ
- 8) ไม่มีบริการหลังการขาย
- 9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านราคา

- 10) ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ
- 11) ไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก
- 12) ราคาต่อรองยาก
- 13) ผู้ขายไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ทราบล่วงหน้า
- 14) ราคาสินค้าสูงกว่าท้องตลาด
- 15) ระยะเวลาการให้เครดิตน้อยเกินไป
- 16) ไม่มีส่วนลดให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด
- 17) ไม่มีส่วนลดพิเศษให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ
- 18) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- 19) ทำเลที่ตั้งหายาก
- 20) ทำเลที่ตั้งจอดรถได้ลำบากและมีที่จอดรถไม่เพียงพอ
- 21) การติดต่อกับทางบริษัท หรือ พนักงานขายได้ลำบาก
- 22) ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก
- 23) การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา
- 24) ความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามที่สั่ง
- 25) ไม่รับสั่งซื้อทางโทรศัพท์

- 26) พนักงานไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน
- 27) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

- 28) ไม่มีการโฆษณา
- 29) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อกและแผ่นพับไม่น่าสนใจ
- 30) แผ่นพับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน
- 31) ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 32) ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก
- 33) พนักงานขายพูดจาไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์
- 34) พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
- 35) พนักงานขายขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้าไม่สามารถอธิบายสินค้าได้อย่างถูกต้อง
- 36) พนักงานขายมีบุคลิกไม่ดีและไม่น่าเชื่อถือ
- 37) พนักงานขายไม่มีความจริงใจและไม่ซื่อสัตย์
- 38) พนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า
- 39) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ตาราง ก แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้ำ ต่อส่วนประสมทางการตลาด
ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรด คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่

ปัจจัย			ความพึงพอใจ
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ได้	ด้านการจัดจำหน่าย	4.12 (มาก)
2	พนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09 (มาก)
3	พนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและ ซื่อสัตย์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06 (มาก)
4	พนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01 (มาก)
5	พนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้ำดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01 (มาก)
6	การติดต่อกับบริษัทหรือพนักงานขายทำได้ ง่ายสะดวก	ด้านการจัดจำหน่าย	3.98 (มาก)
7	พนักงานขายมีความเข้าใจถึงความต้องการ ของลูกค้ำและแก้ปัญหาให้กับลูกค้ำได้	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93 (มาก)
8	ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.86 (มาก)
9	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับ สินค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83 (มาก)
10	การบริการจัดส่งสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)
11	จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)
12	คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน	ด้านผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)

ตาราง ก (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้ำ และปัญหาต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย)
 จำกัด สาขาเชียงใหม่

ปัจจัย			ความพึงพอใจ
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
13	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)
14	การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.69 (มาก)
15	ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	ด้านราคา	3.65 (มาก)
16	การส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา	ด้านการจัดจำหน่าย	3.63 (มาก)
17	ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพ สินค้า	ด้านราคา	3.60 (มาก)
18	ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	3.57 (มาก)
19	ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการ เปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า	ด้านราคา	3.56 (มาก)
20	การบริการหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.54 (มาก)
21	มีความหลากหลายของเกรดสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.47 (มาก)
22	ราคาสามารถต่อรองได้	ด้านราคา	3.44 (ปานกลาง)
23	ราคาถูกกว่าผู้ขายรายอื่น	ด้านราคา	3.44 (ปานกลาง)
24	สินค้ามีคุณภาพสูงกว่ายี่ห้ออื่น	ด้านผลิตภัณฑ์	3.28 (ปานกลาง)
25	ปริมาณ (จำนวนคิว) ขึ้นต่ำในการสั่งซื้อ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.21 (ปานกลาง)
26	มีส่วนลดพิเศษให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็น จำนวนมากๆ	ด้านราคา	3.19 (ปานกลาง)

ตาราง ก (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า และปัญหาต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย)
 จำกัด สาขาเชียงใหม่

ปัจจัย			ความพึงพอใจ
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
27	ระยะเวลาการให้เครดิต	ด้านราคา	3.19 (ปานกลาง)
28	การแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.14 (ปานกลาง)
29	ชื่อเสียงตราหือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.05 (ปานกลาง)
30	มีส่วนลดให้ในกรณีที่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด	ด้านราคา	2.73 (ปานกลาง)
31	การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.46 (น้อย)
32	การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจนเข้าใจง่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.44 (น้อย)
33	การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.35 (น้อย)
34	การที่บริษัทมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.34 (น้อย)
35	การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.21 (น้อย)
36	อื่นๆ (เช่น การวางบิล ปริมาณสินค้าได้ไม่ตรงตามจำนวนที่สั่ง)	ด้านผลิตภัณฑ์	1.00 (น้อยที่สุด)

ภาคผนวก ค

ตาราง ข แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย)
 จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย			ความ พึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ	
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ร้อยละ	ลำดับ	ภาณุวัฒน์ เครือข่าย (2545) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	รัชชัญญ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	อื่นๆ * (เช่น การ วางบิล ปริมาณ สินค้าได้ไม่ตรง ตามจำนวนที่สั่ง)	ด้านผลิตภัณฑ์	1.00 (น้อยที่สุด)	4.8	22		
2	การโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.21 (น้อย)	66.9	1	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)
3	การที่บริษัทมี ส่วนร่วมส่งเสริม และช่วยเหลือ สังคม	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.34 (น้อย)	46.0	2	3.14 (ปานกลาง)	3.2 (ปานกลาง)
4	การส่งเสริมการ ขายด้วยการลด แลก แจก แคม	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.35 (น้อย)	40.3	3	3.62 (มาก)	4.16 (มาก)
5	การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ใน แคตาล็อกและ แผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.44 (น้อย)	12.9	14		

ตาราง ข (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย			ความพึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ	
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ร้อยละ	ลำดับ	ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	รัชชิษฐ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6	การให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับ สินค้าใหม่	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.46 (ปานกลาง)	15.3	13		
7	มีส่วนลดให้ใน กรณีที่ซื้อสินค้า เป็นเงินสด	ด้านราคา	2.73 (ปานกลาง)	24.2	9	4.60 (มากที่สุด)	3.66 (มาก)
8	ชื่อเสียงตราหือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.05 (ปานกลาง)	37.9	4	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)
9	การแนะนำและ ให้ความรู้เกี่ยวกับ สินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.14 (ปานกลาง)	11.3	15		3.84 (มาก)
10	ระยะเวลาการให้ เครดิต	ด้านราคา	3.19 (ปานกลาง)	32.3	5	4.45 (มาก)	3.86 (มาก)
11	มีส่วนลดพิเศษให้ ในกรณีที่ซื้อ สินค้าเป็นจำนวน มากๆ	ด้านราคา	3.19 (ปานกลาง)	26.6	7		3.66 (มาก)
12	ปริมาณ (จำนวน คิว) ขั้นต่ำในการ สั่งซื้อ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.21 (ปานกลาง)	31.5	6		

ตาราง ข (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย		ความพึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ		
ลำดับ	ย่อย		หลัก	ร้อยละ	ลำดับ	อันดับ	
			ค่าเฉลี่ย (แปดผล)			ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	รัชชิษฐ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
13	สินค้ามีคุณภาพสูงกว่ายี่ห้ออื่น	ด้านผลิตภัณฑ์	3.28 (ปานกลาง)	3.2	26	4.32 (มาก)	
14	ราคาถูกกว่าผู้ขายรายอื่น	ด้านราคา	3.44 (ปานกลาง)	25.8	8	4.63 (มากที่สุด)	
15	ราคาสามารถต่อรองได้	ด้านราคา	3.44 (ปานกลาง)	20.2	11		3.88 (มาก)
16	มีความหลากหลายของเกรดสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.47 (มาก)	8.9	17	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)
17	การบริการหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.54 (มาก)	20.2	10	4.15 (มาก)	
18	ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า	ด้านราคา	3.56 (มาก)	3.2	27		
19	ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	3.57 (มาก)	9.7	16		3.64 (มาก)
20	ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า	ด้านราคา	3.60 (มาก)	5.6	21		
21	การส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา	ด้านการจัดจำหน่าย	3.63 (มาก)	17.7	12		3.92 (มาก)

ตาราง ข (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย			ความพึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ	
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ร้อยละ	ลำดับ	ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	รัชชิษฐ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
22	ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	ด้านราคา	3.65 (มาก)	0.8	35		3.94 (มาก)
23	การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.69 (มาก)	4.0	24		
24	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	4.0	23	4.48 (มาก)	
25	คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน	ด้านผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)	3.2	25	4.32 (มาก)	3.86 (มาก)
26	จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	8.9	18		
27	การบริการจัดส่งสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)	6.5	20		
28	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83 (มาก)	-	38	3.88 (มาก)	
29	ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.86 (มาก)	7.3	19		

ตาราง ข (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้าย้ำเนกตามปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย			ความพึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ	
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ร้อยละ	ลำดับ	ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	รัชชิษฐ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
30	พนักงานขายมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93 (มาก)	3.2	28	4.27 (มาก)	
31	การติดต่อกับบริษัทหรือพนักงานขายทำได้ง่ายสะดวก	ด้านการจัดจำหน่าย	3.98 (มาก)	1.6	31		
32	พนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01 (มาก)	2.4	30		
33	พนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01 (มาก)	0.8	36	3.90 (มาก)	
34	พนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06 (มาก)	0.8	37		

ตาราง ข (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรด คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย			ความพึงพอใจ	ปัญหา		ระดับความสำคัญ	
ลำดับ	ย่อย	หลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ร้อยละ	ลำดับ	ภาณุวัฒน์ เครื่องจักร (2545) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	รัชชิษฐ์ พันธุ์ทอง (2547) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
35	พนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09 (มาก)	-	39	3.77 (มาก)	
36	สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ได้	ด้านการจัดจำหน่าย	4.12 (มาก)	1.6	32		
37	อื่นๆ (เช่น ไม่ยืดหยุ่นในการชำระเงิน และไม่ให้ความสำคัญแก่ลูกค้า โดยไม่มีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษให้ลูกค้า)	ด้านราคา	-	2.4	29		
38	อื่นๆ (เช่น การแก้ไขปัญหา ตอบปัญหาในการจัดจำหน่าย)	ด้านการจัดจำหน่าย	-	1.6			
39	อื่นๆ (เช่น พนักงานขับรถไม่มีมารยาท และไม่มียุทธศาสตร์ที่ดี)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	-	1.6			

* ไม่ได้นำมาพิจารณา เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำและมีจำนวนผู้ตอบเพียง 2 ราย

ภาคผนวก ง

ตาราง ค แสดงปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมาก จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขา เชียงใหม่

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
		ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
1	สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ได้	4.12 (มาก)			✓	
2	พนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ	4.09 (มาก)				✓
3	พนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์	4.06 (มาก)				✓
4	พนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.01 (มาก)				✓
5	พนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี	4.01 (มาก)				✓
6	การติดต่อกับบริษัทหรือพนักงานขายทำได้ง่ายสะดวก	3.98 (มาก)			✓	
7	พนักงานขายมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.93 (มาก)				✓

ตาราง ก (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมาก จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
8	ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า	3.86 (มาก)			✓	
9	พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า	3.83 (มาก)				✓
10	การบริการจัดส่งสินค้า	3.81 (มาก)	✓			
11	จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	3.79 (มาก)			✓	
12	คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน	3.75 (มาก)	✓			
13	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.70 (มาก)			✓	
14	การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า	3.69 (มาก)			✓	
15	ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.65 (มาก)		✓		
16	การส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา	3.63 (มาก)			✓	

ตาราง ก (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมาก จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
		ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
17	ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า	3.60 (มาก)		✓		
18	ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย	3.57 (มาก)			✓	
19	ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า	3.56 (มาก)		✓		
20	การบริการหลังการขาย	3.54 (มาก)	✓			
21	มีความหลากหลายของเกรดสินค้า	3.47 (มาก)	✓			

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวธณัฐดา อุตสุภา
วัน เดือน ปีเกิด	15 กันยายน 2523
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัฒโนทัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2545
ประวัติการทำงาน	ปี 2546 ที่ปรึกษากฎหมาย บริษัท เดอะไนท์ กรู๊ป รีเกิล เซอร์วิส จำกัด ปี 2547 เจ้าหน้าที่ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพและ แนะแนวการทำงานมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ ปี 2548-ปัจจุบัน ผู้บริหารงานขาย บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved