



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ภาคผนวก ก แบบสอบถามภาษาไทย

#### เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท  
บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา  
ถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วน กะเหรี่ยง ซิลเวอร์  
ผลการศึกษาที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง และวางแผนการดำเนินงานด้านการบริการ  
ของห้างหุ้นส่วน กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ อันจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วน จำกัด  
กะเหรี่ยง ซิลเวอร์

ผู้ศึกษา ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้.

นางสาว ชาลิสสา ทวีอภิรติมณี

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- [ ]1. ชาย [ ]2. หญิง

2. อายุ

- [ ]1. ต่ำกว่า 20 ปี [ ]2. 20-30 ปี [ ]3. 31 – 40 ปี  
[ ]4. 41-50 ปี [ ]5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- [ ]1. ประถมศึกษา [ ]2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
[ ]3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. [ ]4. ปวส. ปวท. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
[ ]5. ปริญญาตรี [ ]6. ปริญญาโท  
[ ]7. สูงกว่าปริญญาโท ระบุ.....

4. ลักษณะของธุรกิจหลักที่ท่านดำเนินกิจการหรือทำงานอยู่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ]1. นำเข้า-ส่งออก [ ]2. ธุรกิจขายปลีก  
[ ]3. ธุรกิจขายส่ง [ ]4. ธุรกิจประเภทแฟรนไชส์  
[ ]5. ธุรกิจประเภท E-commerce [ ]6. ธุรกิจประเภทอื่นๆ ระบุ.....

5. ตำแหน่งหน้าที่ของท่านในกิจการ

- [ ]1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ [ ]2. หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ  
[ ]3. ผู้บริหารระดับสูง [ ]4. เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ  
[ ]5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านซื้อสินค้าไปจำหน่ายในประเทศใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ]1. ประเทศไทย [ ]2. สหรัฐอเมริกา [ ]3. อังกฤษ  
[ ]4. เยอรมัน [ ]5. อิตาลี [ ]6. ออสเตรเลีย  
[ ]7. เนเธอร์แลนด์ [ ]8. สเปน [ ]9. ฝรั่งเศส  
[ ]10. แคนาดา [ ]11. จีน [ ]12. ญี่ปุ่น  
[ ]13. ออสเตรเลีย [ ]14. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องประดับจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ ของท่านมากที่สุด

- [ ]1. ตัวท่านเอง [ ]2. บุคคลในครอบครัว  
 [ ]3. ผู้บังคับบัญชาในสายงาน [ ]4. ลูกค้า  
 [ ]5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. วัตถุประสงค์ในการซื้อ

- [ ]1. ซื้อเพื่อนำไปขายต่อ [ ]2. ซื้อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้า  
 [ ]3. ซื้อเพื่อเติมสินค้าคงคลังที่หมดไป [ ]4. ซื้อเพื่อนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จำหน่าย  
 [ ]5. ซื้อเพื่อนำไปแสดงในงานจัดแสดงสินค้า  
 [ ]3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. หมวดของสินค้าที่ท่านซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ]1. แหวน [ ]2. ต่างหู [ ]3. จี้ประดับ  
 [ ]4. สร้อยคอ [ ]5. สร้อยข้อมือ [ ]6. สร้อยข้อเท้า  
 [ ]7. กำไล [ ]8. แหวนนิ้วเท้า [ ]9. พวงกุญแจ  
 [ ]10. ลูกปัดเงิน 925 [ ]11. เข็มกลัดเงิน [ ]12. ลูกปัดเงินชาวเขา  
 [ ]13. อุปกรณ์การร้อยเรียง เช่น เชือก สลึง และสายหนัง

10. ส่วนใหญ่ท่านซื้อสินค้าจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ สาขาไหน

- [ ]1. สาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ [ ]2. สาขาเชียงใหม่  
 [ ]3. สาขาลำพูน

11. ท่านซื้อสินค้าจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ เมื่อไร

- [ ]1. เมื่อลูกค้าสั่งซื้อ [ ]2. เมื่อสต็อกสินค้าหมด  
 [ ]3. เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ [ ]4. เมื่อมีการจัดแสดงสินค้าที่เมืองไทย  
 [ ]5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ความถี่ในการซื้อสินค้าจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อปี

- [ ]1. มากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง [ ]2. เดือนละ 1 ครั้ง  
 [ ]3. 2-3 เดือนต่อครั้ง [ ]4. 4-5 เดือนต่อครั้ง  
 [ ]5. 6-7 เดือนต่อครั้ง [ ]6. 8-9 เดือนต่อครั้ง  
 [ ]7. 10-11 เดือนต่อครั้ง [ ]8. ปีละ 1 ครั้ง  
 [ ]9. อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. จำนวนเงินในการซื้อสินค้าที่ท่านซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง
- [ ]1. น้อยกว่า 10,000บาท [ ]2. 10,000บาท- 50,000บาท  
 [ ]3. 50,001บาท – 100,000บาท [ ]4. มากกว่า 100,001บาท
14. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ หจก. กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [ ]1. ความน่าเชื่อถือขององค์กร [ ]2. ชื่อเสียง  
 [ ]3. ผลงานที่ผ่านมา [ ]4. การประชาสัมพันธ์  
 [ ]5. มีสินค้าและอุปกรณ์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ [ ]6. ราคา  
 [ ]7. พนักงานเป็นกันเองและทำงานดี [ ]8. พนักงานมีความรู้ความชำนาญ  
 [ ]9. ราคามีความเหมาะสมและยุติธรรม [ ]10. มีบริการหลังการขาย  
 [ ]11. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องด้านหลังแต่  
ละข้อเพียงช่องเดียวให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อข้อความดังกล่าว  
โดยความพึงพอใจมากที่สุด = 5 คะแนน มาก = 4 คะแนน ปานกลาง = 3 คะแนน  
น้อย = 2 คะแนน น้อยที่สุด = 1 คะแนน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product)</b>					
1. มาตรฐานเนื้อเงิน .925					
2. สินค้ามีคุณภาพดี					
3. สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือดี					
4. สินค้าผลิตด้วยมือในทุกขั้นตอนการผลิต (Handmade)					
5. สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามความต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ					
6. สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย					
7. มีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ					
8. สินค้าเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด					
9. ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนิน กิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น					
10. ความสามารถในการผลิตตามความต้องการของ ลูกค้า (รับทำตามคำสั่งของลูกค้า)					
11. สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ กำหนด					
12. อื่น ๆ ระบุ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
<b>2. ด้านราคา</b>					
1. ราคายุติธรรม					
2. ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ					
3. ราคาที่สามารถต่อรองได้					
4. การรับชำระด้วยบัตรเครดิต					
5. มีหลายระดับราคาให้เลือก					
6. มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน					
7. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. การเดินทางไปมาสะดวก					
2. มีที่จอดรถเพียงพอ					
3. มีช่องทางที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น					
4. มีร้านค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกันให้ลูกค้าสะดวกใน การซื้อมากขึ้น					
5. มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและ ประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ					
6. มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก					
7. มีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า					
8. เวลาเปิด-ปิดร้าน					
9. อื่นๆ ระบุ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม					
2. การจัดทำอิเล็กทรอนิกส์แคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า					
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
4. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า					
5. มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ					
6. การบริการจัดส่งสินค้า					
<b>5. ด้านบุคคล</b>					
1. พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร					
2. พนักงานมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี					
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
4. พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว					
5. การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค					
6. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า					
7. พนักงานสามารถให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
<b>6. ด้านกระบวนการ</b>					
1. การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง					
2. การดำเนินงานมีความถูกต้อง รวดเร็ว ทันตามเวลา					
3. ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
4. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ					
5. การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง					
6. ความถูกต้องในการคิดเงิน					



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>6. ด้านกระบวนการ (ต่อ)</b>					
7. ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน					
8. มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจำหน่าย					
9. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
<b>7. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
1. ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน					
2. ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า / บริการ					
3. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ					
4. ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาใช้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์					
5. การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน					
6. ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน					
7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม,ชา กาแฟ ฯลฯ					
8. การติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน					
9. อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วน จำกัด กะเหรี่ยง  
ซิลเวอร์

ปัญหา	ระดับปัญหา			
	พบบ่อย	พบเป็น บางครั้ง	พบน้อย มาก	ไม่พบเลย
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
1. มีเปอร์เซ็นต์ของเนื้อเงินต่ำ				
2. มีลวดลายรูปแบบสินค้าให้เลือกน้อย				
3. งานที่ลูกค้าสั่งทำบางครั้งไม่ตรงกับความต้องการ				
4. งานที่ลูกค้าสั่งทำผลิตหรือส่งสินค้าได้ล่าช้ากว่ากำหนดเวลา				
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....				
<b>2. ด้านราคา</b>				
1. สินค้ามีน้ำหนักมาก ทำให้มีราคาสูง				
2. สินค้ามีราคาสูงกว่าร้านคู่แข่งอื่นๆ				
3. ราคาไม่สามารถต่อรองได้				
4. ไม่มีการให้เงินเชื่อแก่ลูกค้า				
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....				
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
1. สถานที่ตั้งหายาก				
2. การคมนาคมไม่สะดวก				
3. ป้ายชื่อร้านค้าไม่เด่นชัด ยกแก่การสังเกต				
4. สถานที่คับแคบ				
5. ไม่มีบริเวณที่จอดรถ				
6. เวลาเปิด-ปิดร้านที่ไม่สะดวกต่อการซื้อสินค้า				
7. การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าร้านไม่น่าดึงดูด				
8. อื่นๆ โปรดระบุ.....				

ปัญหา	ระดับปัญหา			
	พบบ่อย	พบเป็นบางครั้ง	พบน้อยมาก	ไม่พบเลย
<b>1. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจการมีน้อย				
2. ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม				
3. ไม่มีการจัดทำเอกสารหรือคู่มือแนะนำในการให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเก็บรักษาหรือทำความสะอาดเครื่องประดับเงินแก่ลูกค้า				
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....				
<b>5. ด้านบุคคล</b>				
1. พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ				
2. พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถามหรือในการให้บริการ				
3. พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ				
4. พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า				
5. พนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและไม่ซื่อสัตย์				
6. พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน				
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....				
<b>6. ด้านกระบวนการ</b>				
1. ไม่มีการปรับหรือเปลี่ยนสินค้า				
2. ขั้นตอนยุ่งยาก				
3. ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ				
4. การส่งสินค้าไม่ตรงเวลา				
5. ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง				
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....				

ปัญหา	ระดับปัญหา			
	พบบ่อย	พบเป็น บางครั้ง	พบน้อย มาก	ไม่พบเลย
<b>7. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>				
1. บรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ				
2. ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับการบริการ				
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น				
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....				

ข้อเสนอแนะสำหรับทางร้านในการปรับปรุงการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 ขอขอบคุณทุกท่าน  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ภาคผนวก ข Questionnaire

### On Customer Satisfaction towards the Service Marketing Mixed Factors of Karen Silver Limited Partnership

This questionnaire is considered as a part of Master of Business Administration for Executives program, Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The objective of this questionnaire is to study customer satisfaction towards the service marketing mixed factors of Karen Silver Limited Partnership. Data from the filled questionnaire will be analyzed and be used as the essential approach to improve and set the appropriate service operation plan for Karen Silver Limited Partnership in order to meet with the greatest satisfaction of its customers.

**Direction: This questionnaire is composed of 3 parts as follows.**

- Part 1 : Personal information
- Part 2 : Information about customer satisfaction towards service marketing mixed factors
- Part 3: Problems and Suggestions for Karen Silver Limited Partnership as obtained from customer comments.

I would like to take this opportunity to send you the sincere gratitude for your kind cooperation in completing this questionnaire.

Ms. Chalisa Tawee-apiradeemanee  
Researcher

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Part 1: Personal Information**

## 1. Sex

1. Male  2. Female

## 2. Age

1. Less than 20 years  2. 20-30 years  3. 31 – 40 years  
 4. 41-50 years  5. 51 years or over

## 3. Educational Background

1. Elementary school  2. Secondary school  
 3. High school and vocational certificate  4. Higher vocational certificate/  
Diploma/or equivalence  
 5. Undergraduate  6. Graduate  
 7. Post-graduate (specify) .....

## 4. Nature of your main business or the business you are working for (can reply more than 1 answer)

1. Import-export  2. Retail business  
 3. Wholesale business  4. Franchise business  
 5. E-commerce business  6. Others, please specify.....

## 5. Your position at work

1. Purchasing officer  2. Head of Purchasing Department  
 3. Executive Administrator  4. Owner / Entrepreneur  
 5. Other, please specify.....

## 6. Country (-ies) of your customers (can reply more than 1 answer)

1. Thailand  2. America  3. Great Britain  
 4. Germany  5. Italy  6. Australia  
 7. Netherlands  8. Spain  9. France  
 10. Canada  11. P.R. China  12. Japan  
 13. Hong Kong  14. Other, please specify.....

7. Who influences your purchasing decision to purchase ornaments from Karen Silver Limited Partnership the most?

1. Yourself  2. Family members  
 3. Your boss  4. Customers  
 5. Other, please specify.....

8. Purpose of purchasing products from Karen Silver Limited Partnership

1. To sell them to others  2. To sell them to specific customers according to their orders.  
 3. To replace the sold-out stock  4. To reproduce the new product from the Selected products of Karen Silver Limited Partnership  
 5. To demonstrate in Trade Fairs  
 3. Other, please specify .....

9. The categories of products purchased from Karen Silver Limited Partnership (can reply more than 1 answer)

1. Rings  2. Earrings  3. Lockets/Pendants  
 4. Necklaces  5. Bracelets  6. Anklets  
 7. Bangles  8. Foot rings  9. Key chains  
 10. Silver nuggets (Beads) with .925 gm.  11. Silver belt  
 12. Hill tribe silver nuggets / beads  
 13. Equipments for knitting such as string, sling, and leather string

10. Which branch you purchase the Karen Silver products from?

1. Watergate center branch  2. Chiang Mai branch  
 3. Sumpeng branch

11. When do you purchase the products from Karen Silver Limited Partnership

1. At the time customers make an order.  
 2. At the time the stock is sold-out.  
 3. At the time there are some special occasions.

]4. At the time when there is any Fair Trade in Thailand

]5. Other, please specify.....

12. In a year, how often do you purchase products from Karen Silver Limited Partnership?

]1. more than once a month

]2. once a month

]3. Once every 2-3 months

]4. Once every 4-5 months

]5. Once every 6-7 months

]6. Once every 8-9 months

]7. Once every 10-11 months

]8. Once a year

]9. Other, please specify.....

13. Approximate amount of expense you spend when purchasing the products from Karen Silver Limited Partnership in each time.

]1. Less than 10,000 baht

]2. 10,000 baht - 50,000 baht

]3. 50,001 baht – 100,000 baht

]4. Over than 100,001 baht

14. Reason (s) for purchasing products from Karen Silver Limited Partnership (can reply more than 1 answer)

]1. Reliability of organization

]2. Fame of organization

]3. Previous works

]4. Public relations

]5. Fully perfect products and equipments

]6. Price

]7. Friendly and gook working staff

]8. Proficiency of staff

]9. Proper and fair price

]10. Post-service available

]11. Other, please specify.....



**Part 2: Information about customer satisfaction towards service marketing mixed factors of Karen Silver Limited Partnership**

**Direction** Please read the items below and check ✓ in a box in correspond with your level of satisfaction. Please be advised that the highest satisfaction level = 5, high satisfaction level = 4 moderate satisfaction level = 3, less satisfaction level = 2, and the least satisfaction level = 1.

Service Marketing Mixed Factors	Levels of Satisfaction				
	The highest 5	High 4	Moderate 3	Less 2	The Least 1
<b>1. Product/Service</b>					
1. .925 silver substance					
2. Good quality of product					
3. Produced by proficient silversmith					
4. Handmade					
5. All categories of product available such as rings, earrings, necklaces, and etc. in correspond with the need of customers					
6. Diversity of design					
7. Regular new arrivals					
8. Products are served with the market need					
9. Reliability and fame of the shop such as its long run business operation and no cheat found.					
10. Capacity in producing product according to the need of customers (made to order)					
11. Punctuality in producing and delivering products to customers.					
12. Other, please specify.....					

Service Marketing Mixed Factors	Levels of Satisfaction				
	The highest 5	High 4	Moderate 3	Less 2	The Least 1
<b>2. Price</b>					
1. Fair price					
2. Cheap price comparing to other competitive shops.					
3. Price negotiation is allowed.					
4. Credit card payment available.					
5. Alternative price ranks.					
6. Clear price determination.					
7. Various types of payment available.					
8. Other, please specify.....					
<b>3. Place</b>					
1. Convenient location					
2. Sufficient parking lot					
3. Alternative ways to access like email, and fax, and etc.					
4. There are similar shops in the same area to bring the better convenience to customers.					
5. As a result of arranging products according to its categories and design, it is easy for customers to select the products.					
6. A large number of products for display.					
7. Products are presented at trade fairs.					
8. Open – Close Hours					
9. Other, please specify.....					

Service Marketing Mixed Factors	Levels of Satisfaction				
	The highest	High	Moderate	Less	The Least
	5	4	3	2	1
<b>4. Promotion</b>					
1. Products are nicely displayed in the window and in the shop.					
2. Electronic catalogue is available.					
3. Advertisement through various media					
4. Marking promotions available such as discount.					
5. Premium for the special occasions.					
6. Product delivery service.					
<b>5. People</b>					
1. Staffs are friendly.					
2. Staffs have special knowledge of products and are able to provide useful advises to customers.					
3. Staffs are willing to provide services.					
4. Staffs provide services to customers as fast as required.					
5. Staffs provide services to customers impartially.					
6. The numbers of staff are sufficient enough to facilitate any convenience to customers.					
7. Staffs are able to provide services and solve any problems for customers.					
8. Other, please specify.....					
<b>6. process</b>					
1. Accurate product delivery.					
2. Accurate, fast, and on-time operation.					
3. Uncomplicated steps of service.					
4. Convenient and fast contact.					
5. Fast and accurate solving any problems for customers.					
6. Accurate calculation.					

Service Marketing Mixed Factors	Levels of Satisfaction				
	The highest 5	High 4	Moderate 3	Less 2	The Least 1
<b>6. Process (Continue)</b>					
7. Providing service to customers impartially.					
8. Product quality check was tested before distribution.					
9. Other, please specify.....					
<b>7. Physical Evidence</b>					
1. The large and cleanliness of a shop.					
2. The well-arranged and well-categorized of products/services.					
3. The convenience of parking lot.					
4. The modernity of stationeries such as computer.					
5. The interior decoration and atmosphere.					
6. Clear shop's title board.					
7. Facilities offered in the welcome room such as drinking water, tea, coffee, and etc.					
8. Clear price card for each product.					
9. Other, please specify.....					

**Part 3: Problems and Suggestions for Karen Silver Limited Partnership as obtained from customers**

Problems	Frequency of Found Problems			
	Often	Sometime	Rare	Never
<b>1. Product</b>				
1. Low percentage of silver substance.				
2. Limited design and pattern.				
3. Orders are not served with customer need.				
4. Orders are late produced or late delivered according to the determined due date.				
5. Other, please specify.....				
<b>2. Price</b>				
1. High weight of silver substance which causes the higher price.				
2. High price rate comparing to other competitive shops.				
3. Price negotiation is not allowed.				
4. No credit offer to customers.				
5. Other, please specify.....				
<b>3. Place</b>				
1. Location of shop is difficult to find.				
2. Inconvenient transportation.				
3. Shop sign is not outstanding and difficult to see.				
4. Limited space of shop.				
5. No parking lot.				
6. Inconvenient office hours to buy products.				
7. Unattractive window display.				
8. Other, please specify.....				

Problems	Frequency of Found Problems			
	Often	Sometime	Rare	Never
<b>4. Promotion</b>				
1. Insufficient advertisement and publicity.				
2. No marketing promotion campaign such as discount, product exchange, and premiums.				
3. No suggestion documents or handbooks about the information of how to keep or clean silverware to customers.				
4. Other, please specify.....				
<b>5. People</b>				
1. No enthusiastic staff.				
2. Staffs do not have sufficient knowledge about products to reply customers to any questions or provide services to customers.				
3. Impolite staff in offering services.				
4. Delay providing solutions to customers.				
5. Unreliable and dishonest staffs.				
6. Staffs provide the unclear information.				
7. Other, please specify.....				
<b>6. Process</b>				
1. Product's repair and change are not allowed.				
2. Complicated steps of service.				
3. Inconvenient and slow making contact.				
4. Over due product delivery.				
5. Inaccurate product delivery.				
6. Other, please specify.....				

Problems	Frequency of Found Problems			
	Often	Sometime	Rare	Never
<b>7. Physical Evidence</b>				
1. Small and uncomfortable atmosphere.				
2. No seats available.				
3. Other extra service facilities such as copy machine, and drinking water.				
4. Other, please specify.....				

**Other suggestions for service improvement.**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you very much for your kind cooperation.

ภาคผนวก ค รูปภาพสินค้า



สร้อยคอหินสี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved





สร้อยแขน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

จี้ประดับ



ต่างหู



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

บรรยากาศในร้าน



## การจัดวางสินค้าภายในร้าน

สินค้าจะถูกจัดตามหมวดหมู่ โดยแบ่งออกเป็นโซน เช่น โซนสร้อยแขน สร้อยคอ ต่างหู จี้ประดับ ลูกปัดแก้ว ลูกปัดเงินชาวเขา และอุปกรณ์ร้อยเรียง



เชือก สายหนัง และเชือกเทียน



สร้อยคอ



จี้ประดับ จัดตามโทนสี



สร้อยแขน



ลูกปัดแก้ว

การทำหน้ากล่องสินค้า



ลูกปัดเงินขาวเขา

จีประดับและต่างหูที่เป็นชุดจะจัดอยู่ในกล่องเดียวกัน หน้ากล่องสินค้าจะแสดงรหัสสินค้า จำนวนสินค้า ที่บรรจุต่อห่อ ราคา และชื่อของสินค้า สินค้าที่มีรูปร่างลักษณะคล้ายกันจะจัดวางในชั้นเดียวกัน



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวชาลิตา ทวีอภิรติมณี
วัน เดือน ปีเกิด	5 เมษายน 2522
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง โรงเรียนพาณิชย์การ ลานนา ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2544
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2537 - ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ห้างหุ้นส่วนจำกัด กระเหรียง ซิลเวอร์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved