



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมา ในการเลือกใช้พื้นที่ไม่จริง
สำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเพื่อใช้ประกอบการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาโทบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้พื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูป
ในงานก่อสร้างของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ และเพื่อเป็นแนวทาง
ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

โดยข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาในการเลือกใช้
พื้นที่ไม่จริงสำเร็จรูปในงานก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นและข้อมูลที่ท่านตอบ จะถูกเก็บไว้
เป็นความลับจึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
ท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

นายณัฐวุฒิ จันทร์เจ้าฉาย

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 26 ปี () 2. 26 – 35 ปี
 () 3. 36 – 45 ปี () 4. 46 – 55 ปี
 () 5. มากกว่า 55 ปี

3. สถานภาพการสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย

4. ประสบการณ์อาชีพผู้รับเหมาก่อสร้าง

- () 1. ไม่ถึง 1 ปี () 2. 2-3 ปี
 () 3. มากกว่า 3ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี () 4. 5 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 10 ปี
 () 5. มากกว่า 10 ปี

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 () 3. อนุปริญญา () 4. ปริญญาตรี
 () 5. สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,000 – 15,000 บาท
 () 3. 15,001 – 20,000 บาท () 4. 20,001 – 25,000 บาท
 () 5. 25,001 – 30,000 บาท () 6. มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

7. รูปแบบของการประกอบธุรกิจ

- () 1. รับเหมาอิสระ (บุคคลธรรมดา) () 2. บริษัท(มหาชน)
 () 3. บริษัท (จำกัด) () 4. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 () 5. อื่น ๆ (ระบุ).....

8. มูลค่างานที่รับเหมาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- () 1. ต่ำกว่า 100,000 บาท
 () 2. มากกว่า 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 300,000 บาท
 () 3. มากกว่า 300,000 บาท แต่ไม่เกิน 500,000 บาท
 () 4. มากกว่า 500,000 บาท แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท
 () 5. 1,000,000 บาทขึ้นไป

9. ประเภทวัสดุผิวพื้น (ปูพื้น) ที่ท่านแนะนำให้ลูกค้าใช้ส่วนใหญ่

- () 1. กระเบื้อง () 2. หินขัด
 () 3. ไม้ () 4. กระเบื้องยาง
 () 5. พื้นไม้จริงสำเร็จรูป (กรุณาตอบข้อ 10 ด้วย)
 () 6. อื่นๆ (ระบุ).....

10. รูปแบบของพื้นไม้จริงสำเร็จรูปส่วนใหญ่ที่ใช้ในปัจจุบัน

- () 1. ไม้จริง (กระดานปูพื้น) () 2. ไม้ปาร์เก้
 () 3. ไม้จริงปิดทับวัสดุอื่น () 4. อื่นๆ (ระบุ).....

11. สถานที่ที่ท่านซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทต่าง ๆ

- () 1. ร้านวัสดุก่อสร้างทั่วไปใกล้ที่พัก () 2. ร้านวัสดุก่อสร้างทั่วไปใกล้ที่ทำงาน
 () 3. ร้านที่มีความคุ้นเคย () 4. สั่งซื้อ ณ โรงงานผลิต
 () 5. โมเดิร์นเทรด อาทิ บุญถาวร โฮมโปร โฮมเวิร์ก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้พื้นไม้สำเร็จรูป
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงระดับความสำคัญของท่านที่คิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 เลือกใช้พื้นไม้สำเร็จรูปมากที่สุดเพียงช่องเดียว

• ท่านคิดว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อไปนี้ มีอิทธิพลต่อท่านในการเลือกใช้พื้นไม้สำเร็จรูป ในระดับใด ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ชื่อเสียงของร้านจำหน่าย					
2.ยี่ห้อของสินค้า					
3.คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า					
4.ความทันสมัยของสินค้า					
5.ความเพียงพอของสินค้า					
6.ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา					
7.ความสะดวก/ง่ายในการติดตั้ง					
8.ความสะดวก/ง่ายในการบำรุงรักษา					
9.การมีบริการด้านการติดตั้ง					
10.การบริการด้านการจัดส่ง					
11.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านราคา					
1.ราคาเหมาะสมกับประเภทสินค้า					
2.มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า					
3.การต่อรองราคา					
4.เครดิตการชำระเงิน					
5.การให้ส่วนลด					
6.การให้สินเชื่อผ่อนชำระ					
7.การคิดป้ายราคา					
8.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.ทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่ใช้งาน					
2.ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักส่วนตัว					
3.ร้านที่มีความคุ้นเคยติดต่อมานาน					
4.สถานที่จอดรถสะดวก					
5.ที่พักรอให้บริการ					
6.การจัดวางแยกประเภทสินค้าชัดเจน					
7.ความรวดเร็วในการจัดส่ง					
8.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ					
2.การจัดรายการแจกแถม					
3.มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรง					
4.การสาธิตสินค้า					
5.การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย					
6.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ คำชี้แจง ในแต่ละหัวข้อโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาในการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ภาพพจน์ชื่อเสียงของบริษัทที่ผลิตสินค้า
- () 2. ยี่ห้อของสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก
- () 3. สินค้าไม่มีคุณภาพ และไม่มีมาตรฐาน
- () 4. สินค้าล้าสมัย
- () 5. สินค้ามีปริมาณไม่เพียงพอ
- () 6. ไม่มีความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา
- () 7. สินค้ายากแก่การติดตั้ง
- () 8. สินค้าบำรุงรักษายาก
- () 9. ไม่มีบริการด้านการจัดส่ง
- () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- () ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ปัจจัยด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ราคาแพง ไม่มีมาตรฐาน
- () 2. ราคาไม่เหมาะสมคุณภาพ
- () 3. ต่อรอราคาไม่ได้
- () 4. ไม่มีการให้เครดิตของสินค้า
- () 5. ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด
- () 6. ไม่มีการให้สินเชื่อ / การผ่อนชำระ
- () 7. ไม่มีการติดป้ายราคา
- () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- () ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลสถานที่ใช้งาน
- () 2. ท่าเลที่ตั้งอยู่ไกลที่พัก
- () 3. ไม่มีร้านที่คุ้นเคย
- () 4. สถานที่จอดรถไม่สะดวก
- () 5. ไม่มีสถานที่ที่พร้อมบริการแก่ลูกค้า
- () 6. ไม่มีการแยกประเภทสินค้าชัดเจน
- () 7. ความล่าช้าในการจัดส่ง
- () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- () ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
- () 2. ไม่มีการลดแลกแจกแถม
- () 3. ไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า
- () 4. ไม่มีการสาธิตสินค้า
- () 5. ไม่มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย
- () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
- () ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นายณัฐวุฒิ จันทร์เจ้าฉาย
วัน เดือน ปีเกิด	23 ธันวาคม 2511
ประวัติการศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาการขาย ตั้งตรงจิตรพาณิชย์การ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด พาณิชยการจรัสสินทวงศ์ ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต การจัดการทั่วไป ราชภัฏนครปฐม
ประวัติการทำงาน	2530 – 2533 ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนคลับเฮ้าส์ สนามกอล์ฟกรีนวัลเลย์ คันทรีคลับ บจ.ซูเฟินท์ 2533 - 2552 ผู้จัดการพัฒนาธุรกิจ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ 2552 - ปัจจุบัน ผู้จัดการความสัมพันธ์ลูกค้าธุรกิจ บมจ.ธนาคารทหารไทย