



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษางานค้นคว้าแบบอิสระในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า วิทยาลัยฯ ในอำเภอมืองเชียงใหม่ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะถูกรักษาเป็นความลับ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

(1) หญิง

(2) ชาย

2. อายุ

(1) 21 – 30 ปี

(2) 31 – 40 ปี

(3) 41 – 50 ปี

(4) 51 – 60 ปี

(5) มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

(1) ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น

(2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า

(3) อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า

(4) ปริญญาตรี

(5) ปริญญาโท และสูงกว่า

4. ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งของท่าน โดยเฉลี่ยต่อเดือน
- (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท (2) 10,001 – 20,000 บาท
- (3) 20,000 – 30,000 บาท (4) 30,001 – 40,000 บาท
- (5) 40,001 – 50,000 บาท (6) 50,001 บาทขึ้นไป
5. ท่านประกอบธุรกิจประเภทใด
- (1) ร้านอาหาร (2) ร้านเครื่องดื่ม
- (3) โรงแรม (4) โรงเรียน
- (5) มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ (6) ห้างสรรพสินค้า
- (7) โรงพยาบาล (8) สถานบันเทิง
- (9) อุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแปรรูป
- (10) อื่นๆ (โปรดระบุ)
6. ความถี่ในการซื้อจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย
- (1) ทุกวัน (2) อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง
- (3) อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (4) อาทิตย์ละ 1 ครั้ง
- (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. ชนิดของน้ำแข็งที่สั่งซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- (1) น้ำแข็งหลอดเล็ก (2) น้ำแข็งหลอดใหญ่
- (3) น้ำแข็งก้อน (4) น้ำแข็งโม
- (5) น้ำแข็งถุงแพ็ค
8. ลักษณะของรถบรรทุกที่ท่านใช้ในการบรรทุกน้ำแข็ง
- (1) รถตู้สแตนเลส (2) รถมอเตอร์ไซค์พ่วง
- (3) รถกระบะ (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
9. โดยเฉลี่ยท่านสั่งน้ำแข็งจำนวนกี่กระสอบต่อวัน
(1 กระสอบ มีน้ำหนักประมาณ 21 กิโลกรัม)
- (1) 1 กระสอบ/วัน (2) 2 กระสอบ/วัน
- (3) 3 กระสอบ/วัน (4) 4 กระสอบ/วัน
- (5) มากกว่า 5 กระสอบ

10. นอกจากโรงงานน้ำแข็งทวิชัยแล้ว ท่านซื้อน้ำแข็งจากที่ใดบ้าง

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) 1 โรงน้ำแข็งนิ่มรุ่งเรือง (2) โรงน้ำแข็งวังสิงห์คำอุตสาหกรรม
- (3) โรงน้ำแข็งวังสิงห์คำ รัตนโกสินทร์ (4) โรงน้ำแข็งวังสิงห์คำ สาขาแม่ปิง
- (5) โรงน้ำแข็งสโนไอซ์ (6) โรงน้ำแข็งแสงชัย
- (7) โรงน้ำแข็งเวียงพิงค์ไอซ์ (8) โรงน้ำแข็งยศดำรงค์
- (9) โรงน้ำแข็งเวียงพิงค์ไอซ์ (10) ไม่มีการซื้อจากที่อื่น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกซื้อน้ำแข็ง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวิชัย	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน					
2. ได้น้ำแข็งปริมาณมาก					
3. น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน					
4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า					
5. น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข					
6. สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า					
7. ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ					
8. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
9. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ					
10. เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน					
ด้านราคา					
1. ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป					
2. ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป					
3. ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด					
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
6. มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ					
7. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้					
8. มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงน้ำแข็งทวิชัย	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
9. มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ					
ด้านการจัดจำหน่าย					
1. ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว					
2. มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ					
3. มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ					
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
5. มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง					
6. อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน					
7. โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ					
7. รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด					
8. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยความสะอาด					
9. อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ					
10. ทางเข้า-ออก สะดวก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
2. มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว					
3. มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า					
4. มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่					
5. มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่					
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง					
7. ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียง					
8. มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือกล่องรับความคิดเห็น					
9. มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ					
10. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก					
11. มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหาและข้อเสนอแนะ

ท่านพบปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงน้ำแข็งทิวชัย ในข้อใดบ้าง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) คุณภาพของน้ำแข็งไม่ได้ตามมาตรฐาน มีสิ่งปนเปื้อน
- (2) ใต้น้ำแข็งในปริมาณน้อย
- (3) น้ำแข็งไม่ได้มาตรฐาน มีรูปทรงไม่สวยงาม
- (4) น้ำแข็งละลายเร็ว
- (5) น้ำแข็ง ไม่ได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข
- (6) น้ำแข็งขาดตลาด มีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า
- (7) น้ำแข็ง ไม่มีตราหือ หรือตราหือไม่เป็นที่รู้จัก
- (8) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
- (9) น้ำหนักของน้ำแข็งไม่ถูกต้อง ไม่มีความน่าเชื่อถือ
- (10) เครื่องชั่งน้ำหนักไม่ได้มาตรฐาน

ปัญหาด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ราคาแตกต่างจากโรงน้ำแข็งทั่วไป
- (2) ราคาสูงกว่าคู่แข่งชั้นหรือโรงน้ำแข็งทั่วไป
- (3) ราคาไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด
- (4) ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ
- (5) ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ
- (6) ไม่มีการให้เครดิตในการผ่อนชำระ
- (7) ไม่สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้
- (8) ไม่มีส่วนลดกรณีซื้อในปริมาณมาก
- (9) ไม่มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด
- (10) ไม่มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ได้รับบริการช้า
- (2) ไม่มีสถานที่สำหรับนั่งรอในการรับบริการ
- (3) พื้นที่ให้บริการไม่เพียงพอ
- (4) สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
- (5) ไม่มีระบบบัตรคิว ทำให้การเข้ารับบริการไม่เป็นไปตามลำดับก่อน – หลัง

- (6) อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงยาก ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
- (7) ไม่มีการอำนวยความสะดวกด้านระบบสาธารณูปโภค
- (8) อยู่ห่างจากตัวเมือง ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางนานและเสียต้นทุนค่าน้ำมันสูงขึ้น
- (9) ทางเข้า – ออกโรงน้ำแข็งไม่สะดวก
- (10) รถขนส่งน้ำแข็งไม่สะดวก
- (11) ไม่มีการปรับปรุงสภาพของโรงงานให้ถูกสุขลักษณะ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) พนักงานผู้ให้บริการ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- (2) ในฤดูร้อนน้ำแข็งละลายเร็ว ทางโรงน้ำแข็งไม่มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้กับลูกค้า
- (3) ไม่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า
- (4) ไม่มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่อใด ๆ ในพื้นที่
- (5) ไม่มีการแจกของให้กับลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ เช่น ปฏิทิน
- (6) ไม่มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม หรือชุมชนบริเวณใกล้เคียง
- (7) มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียงเป็นประจำ
- (8) ไม่มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนลูกค้าหรือกล่องรับความคิดเห็น
- (9) พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ
- (10) ช่องทางการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก
- (11) ไม่มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม แก่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ทางวิทยาศาสตร์เชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายภัทรพงษ์ นิมมลรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	22 พฤษภาคม 2518
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2530-2535 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2536-2539 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย St Andrew's College, New Zealand ปีการศึกษา 2539-2543 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ BS University of Missouri Rolla ปีการศึกษา 2543-2547
ประวัติการทำงาน	2551-ปัจจุบัน โรงน้ำแข็งทวีชัย จังหวัดเชียงใหม่ 2548-2550 หจก ภัทร แคร่ จังหวัดเชียงใหม่ 2547-2548 Sweet Basil Thai Cuisine Oregon

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved