



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถามการวิจัย
เรื่อง
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูง
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การตอบแบบสอบถามของท่านถือว่ามีคุณค่ายิ่งทางการศึกษา โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

1 () ชาย

2 () หญิง

2. อายุ

1 () 20-30 ปี

2 () 31-40 ปี

3 () 41-50 ปี

4 () 51-60 ปี

5 () สูงกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาของท่าน

1 () มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า

3 () มัธยมศึกษาปีที่ 6 ,ปวช. หรือเทียบเท่า

3 () อนุปริญญา/ ปวส.

4 () ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

5 () สูงกว่าปริญญาตรี

6 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่**

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความเป็นจริง

11. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูงของสถานประกอบการของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม					
11.1 ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง					
11.2 ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าปลีกรายย่อย					
11.3 ภาวะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น การขยายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์					
11.4 เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อปูนซีเมนต์สูง					
11.5 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการผลิตปูนซีเมนต์และการก่อสร้าง					
11.6 การผันผวนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับปูนซีเมนต์สูง					
11.7 ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์สูง					
11.8 ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยภายในองค์กร					
11.9 วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี ฯลฯ					
11.10 นโยบายการจัดซื้อของสถานประกอบการของท่าน เช่น จำนวนการสั่งซื้อ นโยบายการรักษาสินค้าคงคลัง					
11.11 กระบวนการ ขั้นตอน และระบบการจัดซื้อที่สะดวก รวดเร็ว เช่น การใช้ระบบคอมพิวเตอร์					
11.12 การตัดสินใจซื้อได้โดยบุคคลที่รับผิดชอบเพียงคนเดียว					
11.13 การมีแผนกจัดซื้อสินค้าโดยตรงของสถานประกอบการของท่าน					
11.14 กระบวนการ ขั้นตอนการจัดซื้อที่ต้องผ่านการพิจารณาจากกลุ่มบุคคลที่รับผิดชอบหรือผู้จัดการภายในสถานประกอบการ					
11.15 ลักษณะการจัดซื้อ/การทำสัญญาของสถานประกอบการ เช่น ปริมาณการจัดซื้อในแต่ละครั้ง ระยะเวลาของสัญญาจัดซื้อ					
11.16 ประสบการณ์และความชำนาญในการจัดซื้อของสถานประกอบการ					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11.17 ระบบการจัดเก็บ ควบคุม และตรวจสอบสินค้า เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป					
ปัจจัยระหว่างบุคคล					
11.18 ความนิยมในตราสินค้าปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง					
11.19 อำนาจการต่อรองในการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง					
11.20 สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายปูนซีเมนต์สูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย					
11.21 การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายปูนซีเมนต์สูง					
11.22 การชักชวน จูงใจ จากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายปูนซีเมนต์สูง					
ปัจจัยเฉพาะบุคคล					
11.23 ทักษะคติของกิจการท่านที่มีต่อตราสินค้า					
11.24 ทักษะคติของกิจการท่านที่มีต่อผู้แทนขาย เช่น ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์					
11.25 ทักษะคติของกิจการท่านเกี่ยวกับความเสี่ยงในการลงทุน เช่น การเปลี่ยนแปลงราคาต้นทุน					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์					
11.26 สินค้ามีมาตรฐาน					
11.27 สินค้าหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ					
11.28 สินค้ามีคุณลักษณะเหมาะสมกับการใช้งาน					
11.29 ครายี่ห้อของสินค้า					
11.30 บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน					
11.31 การบริการหลังการขาย					
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่					
11.32 ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า					
11.33 ความสะดวกในการขนส่งสินค้า					
11.34 ความเหมาะสมของพื้นที่จัดเก็บสินค้า					
11.35 การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมคลังสินค้าของผู้ผลิต					
11.36 ความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น ระบบ Web Sale หรือสั่งซื้อทาง Online หรือ Internet					
11.37 การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา					
11.38 กระบวนการสั่งซื้อ					
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา					
11.39 ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง					
11.40 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
11.41 การมีหลายระดับราคาให้เลือก					
11.42 การให้เครดิตการชำระเงิน					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด					
11.43 การรับคืนสินค้า					
11.44 การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด					
11.45 การส่งเสริมการขายโดยการโฆษณาให้กับผู้ค้าส่ง					
11.46 การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย เช่น วารสารภายใน					
11.47 ความรู้เกี่ยวกับปูนซีเมนต์สูงและการแนะนำของพนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต่อสถานประกอบการของท่าน					
11.48 การโฆษณาของผู้ผลิตมีความดี น่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคจำได้					
11.49 พนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีความรู้ประสบการณ์ และสามารถสูง					
11.50 พนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ					
11.51 อื่น ๆ					

๒/๓๗
380
๒1811๗
๒.๗
เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง

12. สถานประกอบการของท่านประสบปัญหาด้านใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านผลิตภัณฑ์

- () สินค้าไม่ได้มาตรฐาน
- () สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการ
- () สินค้ามีคุณลักษณะไม่เหมาะสม
- () บรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรงทนทาน
- () อื่น ๆ

ด้านสถานที่

- () ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้าไม่เหมาะสม
- () ขาดความสะดวกในการขนส่งสินค้า
- () พื้นที่จัดเก็บสินค้าไม่มีความเหมาะสม
- () การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม
- () ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น ระบบ Web Sale หรือสั่งซื้อทาง Online หรือ Internet
- () การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา
- () กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก
- () อื่น ๆ

ด้านราคา

- () ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น
- () ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ
- () ราคาสินค้าไม่มีให้เลือกหลายระดับ
- () ไม่มีการให้เครดิตชำระเงิน หรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ
- () อื่น ๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- () ไม่มีการรับคืนสินค้า
- () การบริการหลังการขายไม่ดี
- () ขาดการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด
- () ขาดการส่งเสริมการขายโดยการโฆษณาจากผู้ผลิตและผู้จำหน่าย
- () ขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์จากผู้ผลิตและผู้จำหน่าย เช่น วารสารภายใน

- () ความรู้เกี่ยวกับปูนซีเมนต์สูงและการแนะนำของพนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย
- () การโฆษณาของผู้ผลิตขาดความน่าสนใจ ผู้บริโภคจำไม่ได้
- () พนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขาดความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถ
- () พนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขาดความสุภาพ อ่อนน้อม ไม่น่าประทับใจ
- () อื่น ๆ

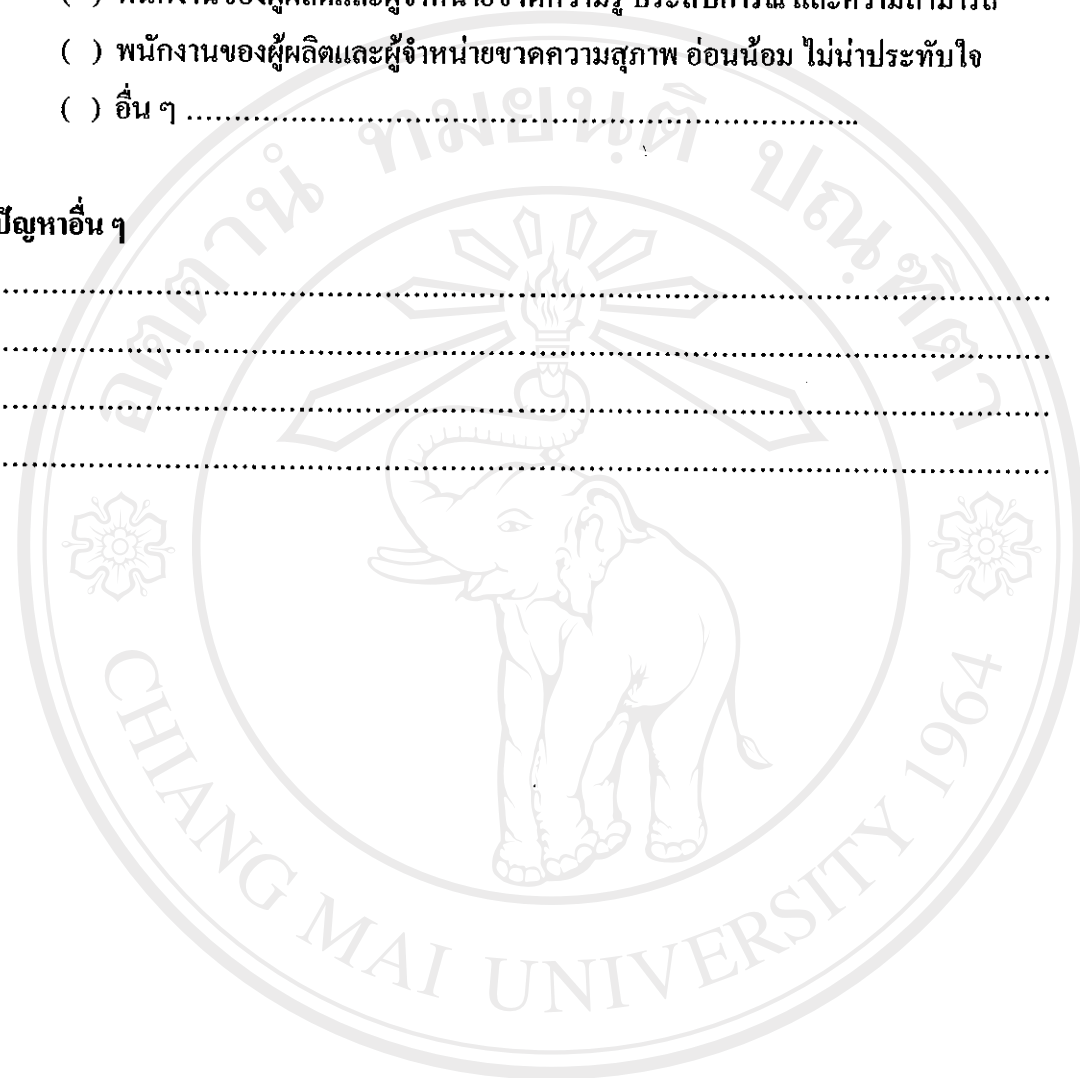
ปัญหาอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายวสันต์ ลิจิตเสถียร
วัน เดือน ปีเกิด	10 กรกฎาคม 2509
ประวัติการศึกษา	2533 ปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประสบการณ์ทำงาน	2531 – 2532 หัวหน้ากลุ่มงานสร้างสรรค์งานโฆษณา บริษัท ซิลเวอร์บอร์ดสตูดิโอ จำกัด 2532 – 2533 ผู้อำนวยการบริหารงานลูกค้า บริษัท แอด ไมร์ แอนคเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด 2533 – 2536 ผู้อำนวยการธุรกิจอบรมสัมมนา และกรรมการบริหาร บริษัท โปรเฟสชันแนลแมนเนจเมนท์ จำกัด 2536 – 2538 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท กรุงเทพธุรกิจ จำกัด 2539 – 2539 ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจแฟรนไชส์ บริษัท ชินวัตรเทเลวิซ จำกัด 2539 – 2540 ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ บริษัท ชินวัตรเทเลวิซ จำกัด 2540 – 2542 ผู้จัดการภาคเหนือตอนบน บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) 2542 – ปัจจุบัน ผู้จัดการกลุ่มภาคเหนือ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์ในหนังสือสงวนลิขสิทธิ์โดยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved