ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ที่ร้านค้าสมัยใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เพื่อใช้ประกอบการศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการต่อไป

โดยมีข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และข้อมูลที่ท่านตอบจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

นายวัชรินทร์ กิติพฤฒิพันธุ์
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> 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. อาชีพ

( ) 1. ข้าราชการ ( ) 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) 3. เกษตรกร ( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 5. ผู้รับเหมาก่อสร้าง ( ) 6. ช่าง วิศวกร สถาปนิก

( ) 7. อื่น (ระบุ) ……..

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย

( ) 3. อนุปริญญา ( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี ( ) 6. อื่น ๆ (ระบุ) ……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน

( ) 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 บาท ขึ้นไป

7. เหตุผลที่ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องซื้อ<u>วัสดุก่อสร้าง</u> (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เพราะต้องการขยายพื้นที่อยู่อาศัย

( ) 2. เพราะต้องการซ่อมแซม

( ) 3. เพราะต้องการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอย

( ) 4. เพราะต้องการเปลี่ยนวัสดุภายในบ้าน

( ) 5. ต้องการสร้างที่อยู่อาศัยใหม่

8. ท่านใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำหรือไม่

( ) 1. มีร้านประจำ ( ) 2. ไม่มีร้านประจำ

9. ท่านมีการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

( ) 1. มีการเปรียบเทียบ ( ) 2. ไม่มีการเปรียบเทียบ

10. ท่านมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างมานานเท่าใด

( ) 1. น้อยกว่า 1 ปี ( ) 2. 1 – 3 ปี

( ) 3. 3 – 5 ปี ( ) 4. 5 ปีขึ้นไป

11. ท่านรู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อโดยทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. สื่อ ( ) 2. บุคคลในครอบครัวหรือญาติ

( ) 3. เพื่อนหรือคนรู้จัก ( ) 4. รู้จักเอง/ขับรถผ่าน

( ) 5. พนักงานขาย ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)……..

12. สื่อที่ทำให้ทราบร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ

( ) 1. หนังสือพิมพ์ ( ) 2. ใบปลิว

( ) 3. วิทยุ ( ) 4. แผ่นพับ

( ) 5. ป้าย ( ) 6. อื่นๆ ระบุ…….

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

13. เหตุผลที่ท่านซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าสมัยใหม่ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ( ) 2. สถานที่จอดรถสะดวก

( ) 3. มีบริการขนส่งสินค้า ( ) 4. มีการให้ส่วนลด

( ) 5. มีสินค้าหลากหลายให้เลือก ( ) 6. มีการให้เครดิต

( ) 7. ราคามาตรฐาน (ขายไม่เกินราคาที่ทางการกำหนดไว้)

( ) 8. สินค้าได้มาตรฐาน ( ) 9. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจน

( ) 10. อื่นๆ (ระบุ).....

14. ท่านซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. กระเบื้องปูพื้น ( ) 11. กระเบื้องแผ่นเรียบ

( ) 2. ฝ้าเพดาน ( ) 12. วงกบ , ประตูหน้าต่าง

( ) 3. อุปกรณ์ห้องน้ำชักโครก ( ) 13. อ่างล้างหน้า

( ) 4. ปูนซีเมนต์ ( )14. ยิบซั่ม

( ) 5. ก๊อกน้ำ ( ) 15. ท่อน้ำประปา

( ) 6. กระเบื้องมุงหลังคา ( ) 16. ประตู พี.วี.ซี

( ) 7. หิน ดิน ทราย ( ) 17. น๊อต ตะปู

( ) 8. ลูกบิด บานพับ มือจับ กลอน ( ) 18. สุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ

( ) 9. เหล็กเส้น ( ) 19.ท่อประปาและอุปกรณ์

( ) 10. เหล็กรูปพรรณ ( ) 20. เซรามิค

( ) 21 อื่นๆ (ระบุ).....

15. ค่าใช้จ่ายในการซื้อ<u>วัสดุก่อสร้าง</u>แต่ละครั้งโดยเฉลี่ยเท่าใด

( ) 1. ต่ำกว่า 1,000 บาท ( ) 2. 1,000 – 5,000 บาท

( ) 3. 5,001 – 10,000 บาท ( ) 4. 10,001 – 50,000 บาท

( ) 5. 50,001 – 100,000 บาท ( ) 6. 100,001 – 500,000 บาท

( ) 7. 500,001 – 1,000,000 บาท ( ) 8. มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงระดับความสำคัญของท่านที่คิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่มากที่สุดเพียงช่องเดียว

- ท่านคิดว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อท่านในการเลือกซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ในระดับใด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1. ชื่อเสียงของร้านจำหน่าย					
2. ยี่ห้อของสินค้าที่จำหน่ายในร้าน					
3. คุณภาพของสินค้า					
4. มาตรฐานของสินค้า					
5. ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าแต่ละประเภท					
6. ความหลากหลายครบถ้วนของสินค้า					
7. ความทันสมัยของสินค้า					
8. ความใหม่ของสินค้า					
9. ความเพียงพอของจำนวนสินค้า					
10.ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา					
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ)……..					
<u>ด้านราคา</u>					
1. กำหนดราคา มีความเป็นมาตรฐาน					
2. มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า					
3. การต่อรองราคา					
4. การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต					
5. การให้ส่วนลดเงินสด					
6. การให้สินเชื่อ / การผ่อนชำระ					
7. การติดป้ายราคา					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)…….					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน					
2. ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านลูกค้า					
3. พื้นที่ร้านกว้างขวาง					
4. สถานที่จอดรถสะดวก					
5. มีสถานที่พักรอให้บริการแก่ลูกค้า					
6. จัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่					
7. บรรยากาศภายในร้านดี สะดวกสบายเป็นกันเอง					
8. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน					
9. ระยะเวลาที่เปิดให้บริการเหมาะสม					
10. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า					
11. ความสะดวกในการเลือกซื้อ					
12. ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์					
13. อื่น ๆ (โปรดระบุ)……..					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง					
2. การลด แลก แจก แถม					
3. มีจดหมาย หรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า					
4. ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและ เงื่อนไขพิเศษ					
5. การสาธิตสินค้า					
6. การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน					
7. พนักงานให้ความรู้ในตัวสินค้า					
8. ความเพียงพอของพนักงานให้บริการ					
9. เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า					
10. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี					
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ) ……					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

<u>คำชี้แจง</u> ในแต่ละหัวข้อโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาในการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ภาพพจน์ชื่อเสียงของร้านไม่ดี
( ) 2. ยี่ห้อของสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก
( ) 3. สินค้าแต่ละประเภทไม่มีความหลากหลายด้านยี่ห้อ
( ) 4. ชนิดของสินค้าไม่ครบไม่หลากหลาย
( ) 5. สินค้าไม่มีคุณภาพ
( ) 6. สินค้าไม่ตรงมาตรฐาน
( ) 7. สินค้าไม่ทันสมัย
( ) 8. สินค้ามีปริมาณไม่เพียงพอ
( ) 9. ไม่มีความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา
( ) 10. อื่นๆ (โปรดระบุ) …….....
( ) ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ปัจจัยด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ราคาแพงเกินไป
( ) 2. ราคาไม่คงที่
( ) 3. ต่อรองราคาไม่ได้
( ) 4. ไม่มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
( ) 5. ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด
( ) 6. ไม่มีการให้สินเชื่อ / การผ่อนชำระ
( ) 7. ไม่มีการติดป้ายราคา
( ) 8. การกำหนดราคาไม่มีความเป็นมาตรฐาน
( ) 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ)…….....
( ) ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

( ) 1. ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลสถานที่ใช้งาน

( ) 2. ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลบ้าน

( ) 3. สถานที่คับแคบ

( ) 4. สถานที่จอดรถไม่สะดวก

( ) 5. การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ

( ) 6. ไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน

( ) 7. ไม่มีสถานที่พักรอบริการแก่ลูกค้า

( ) 8. บรรยากาศในร้านไม่ดี เช่น สกปรก ,ฝุ่นมาก ฯลฯ

( ) 9. ระยะเวลาเปิดให้บริการไม่เหมาะสม

( ) 10. ไม่มีบริการใดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน

( ) 11. ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการจัดส่งสินค้า

( ) 12. ติดต่อทางโทรศัพท์ไม่ได้

( ) 13. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

( ) ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

( ) 2. ไม่มีการลด แลก แจก แถม

( ) 3. ไม่มีพนักงานขาย

( ) 4. ไม่มีจดหมายหรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า

( ) 5. ไม่มีเงื่อนไขพิเศษสำหรับสมาชิก/ ลูกค้าเก่า

( ) 6. ไม่มีการสาธิตสินค้า

( ) 7. พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ

( ) 8. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์

( ) 9.พนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า

( ) 10. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

( ) ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

✧ ขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ✧

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นายวัชรินทร์ กิติพฤฒิพันธุ์

วัน เดือน ปี เกิด 22 มีนาคม 2520

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี ปีการศึกษา 2538

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2543

ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2543 – 2544 ตำแหน่ง Technician Support
บริษัท ซีสแควร์ จำกัด
พ.ศ. 2545 – 2548 ตำแหน่ง วิศวกรโรงงาน
บริษัท องกรณ์ห้องเย็น จำกัด
พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์
บริษัทมิสเตอร์ทอมเซลล์แอนด์เซอร์วิสจำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved