



**ภาคผนวก**

**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลทั่วไปของผู้รับเหมาก่อสร้างที่ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

**5. รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการ**

1.  บริษัทจำกัด/บริษัทมหาชนจำกัด 2.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด 3.  บุคคลธรรมดา  
4.  ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 5.  อื่น ๆ .....

**6. ทุนจดทะเบียนปัจจุบัน**

1.  ไม่เกิน 1 ล้านบาท 2.  1.1 – 5 ล้านบาท 3.  5.1 – 10 ล้านบาท  
4.  มากกว่า 10 ล้านบาท

**7. ระยะเวลาในการประกอบกิจการ**

1.  ไม่เกิน 5 ปี 2.  6 – 10 ปี 3.  11 – 15 ปี  
4.  16 – 20 ปี 5.  มากกว่า 20 ปี

**8. ในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมา กิจการของท่านมีมูลค่างานก่อสร้างโดยเฉลี่ย โครงการละประมาณเท่าไร**

1.  ไม่เกิน 500,000 บ. 2.  500,001 – 1,000,000 บ. 3.  1,000,001 – 5,000,000 บ.  
4.  5,000,001 – 10,000,000 5.  มากกว่า 10,000,000 บ.

**9. จำนวนพนักงานในกิจการของท่าน**

1.  ไม่เกิน 20 คน 2.  21 – 50 คน 3.  51 – 100 คน  
4.  มากกว่า 100 คน

**10. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ออกจากรีตสำหรับงานระบายน้ำ**

1.  กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ 2.  ผู้จัดการทั่วไป 3.  ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ  
4.  พนักงานฝ่ายจัดซื้อ 5.  วิศวกร 6.  อื่น ๆ .....

**11. กิจการของท่านรับงานก่อสร้างจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

1.  หน่วยงานราชการ 2.  หมู่บ้านจัดสรร 3.  หน่วยงานเอกชน  
4.  บุคคลทั่วไป 5.  อื่น ๆ.....

**12. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ขายที่ออกจากรีตจากสื่อประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

1.  สอบถามจากเพื่อนร่วมอาชีพ 2.  สมุดโทรศัพท์ 3.  วารสารก่อสร้าง  
4.  ป้ายโฆษณา ใบปลิว 5.  อินเทอร์เน็ต 6.  อื่น ๆ.....

13. กิจกรรมของท่านซื้อท่อคอนกรีตจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.  โรงงานผลิต                      2.  ร้านวัสดุก่อสร้าง                      3.  ตัวแทนหรือพนักงานขาย  
4.  อินเทอร์เน็ต                      5.  อื่น ๆ .....

14. กิจกรรมของท่านซื้อผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตจากโรงงานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.  บริษัท พี.คอนกรีตโปรดักส์ จำกัด  
2.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจริญไพศาลบล็อกเชียงใหม่  
3.  บริษัท พี.พี.เอส คอนกรีต จำกัด  
4.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ ส.วิศวกร คอนกรีต  
5.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส.สายปายค้าวัสดุและปิโตรเลียม  
6.  บริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด  
7.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด 299 คอนกรีตโปรดักส์  
8.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์คอนกรีต  
9.  ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิษณุคอนกรีตคอนสตรัคชั่น  
10.  ไม่ทราบโรงงานผลิต  
11.  อื่นๆ .....

**ส่วนที่ 3 : ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่คอนกรีตสำหรับงาน  
ระบายนํ้า**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

**15. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่คอนกรีตสำหรับงาน  
ระบายนํ้า**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. บริษัทที่มีผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่หลากหลาย เช่น เส้าเข็ม เส้ารั้ว แผ่นพื้นคอนกรีต ท่อคอนกรีต บ่อพักคอนกรีต บล็อกคอนกรีต เป็นต้น					
2. ความหลากหลายของขนาดท่อคอนกรีต					
3. มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)					
4. ความหลากหลายของชั้นคุณภาพ					
5. ความแข็งแรงของท่อคอนกรีต					
6. ไม่มีรอยแตกร้าวหรือปากท่อเสียหาย					
7. เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย					
8. การให้คำปรึกษาแนะนำ					
9. ชื่อเสียงบริษัทเป็นที่ยอมรับ					
10. มีการรับประกันคุณภาพสินค้า					
11. บริการหลังการขาย เช่น รับวางท่อ วางบ่อพัก เป็นต้น					

16. ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่อคอนกรีตสำหรับงานระบายน้ำ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาที่อคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น					
2. ส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด					
3. ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้					
4. ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น					
5. วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย					

17. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่อคอนกรีตสำหรับงาน  
ระบายนํ้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา					
2. ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า					
3. ความสะอาดเรียบร้อยของบริษัท หรือ โรงงานผลิต					
4. ความคุ้นเคยกับบริษัทหรือโรงงาน					
5. สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการ ขนส่ง					
6. มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า					
7. สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลง สินค้า					

18. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ออกนกริตสำหรับงานระบายน้ำ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น					
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น					
3. การขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน					
4. การขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง					
5. การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม					



**ส่วนที่ 4 : ปัญหาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างประสบในการซื้อผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตสำหรับงานระบายน้ำ**  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

**19. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์**

1.  โรงงานที่มีความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์คอนกรีตในจังหวัดเชียงใหม่มีน้อย
2.  ขนาดของท่อคอนกรีตและชั้นคุณภาพไม่ครอบคลุมที่ต้องการ
3.  ไม่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมใหม่สำหรับท่อคอนกรีต (มอก. 128-2549)
4.  ท่อคอนกรีตมีคุณภาพไม่แข็งแรง แตกหักง่าย
5.  ท่อคอนกรีตมีรอยร้าว หรือบริเวณปากท่อมีความเสียหาย
6.  เทคโนโลยีการผลิตไม่ทันสมัย
7.  พนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้
8.  บริษัทมีชื่อเสียงไม่ค่อยดี
9.  ไม่มีการรับประกันสินค้า
10.  ไม่มีการบริการหลังการขาย เช่น ไม่รับวางท่อคอนกรีต
11.  อื่นๆ .....

**20. ปัญหาด้านราคา**

1.  ราคาสินค้าแพงกว่าต้นทุนที่ควรจะเป็น
2.  ไม่มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าด้วยเงินสด
3.  ไม่ได้รับเครดิตการชำระเงิน หรือต้องซื้อสินค้าเงินสด
4.  ให้ระยะเวลาการชำระเงินน้อย
5.  ความหลากหลายของวิธีการชำระเงินมีน้อย
6.  อื่นๆ .....

## 21. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

1.  การจัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลา
2.  ติดต่อซื้อสินค้าไม่ค่อยสะดวก มีช่องทางการติดต่อน้อย
3.  บริษัทหรือโรงงานผลิตไม่สะอาดเรียบร้อย
4.  ไม่มีความคุ้นเคยกับบริษัทหรือโรงงานผลิต
5.  สภาพของรถส่งของไม่สมบูรณ์
6.  ไม่มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
7.  ไม่สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้
8.  อื่นๆ .....

## 22. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

1.  ไม่มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา วารสารก่อสร้าง
2.  ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น
3.  ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากพนักงานขายหน้าร้าน
4.  ไม่มีการขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงาน
5.  ไม่ได้รับข่าวสาร หรือการประชาสัมพันธ์ของบริษัท
6.  อื่นๆ .....

ข้อเสนอแนะ :

---



---



---



---

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลด้วยความตั้งใจ.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายจิรกฤต จันทรางกูร
วัน เดือน ปี เกิด	1 กรกฎาคม พ.ศ. 2522
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ปีการศึกษา 2536 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาวัสดุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2544
ประวัติการทำงาน	ปี 2544 - 2544 วิทยากรตลาด บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ปี 2544 - 2545 Account Executive ฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ปี 2546 - ปัจจุบัน หุ้นส่วนผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ ส.วิศวการ คอนกรีต