



ภาคผนวก

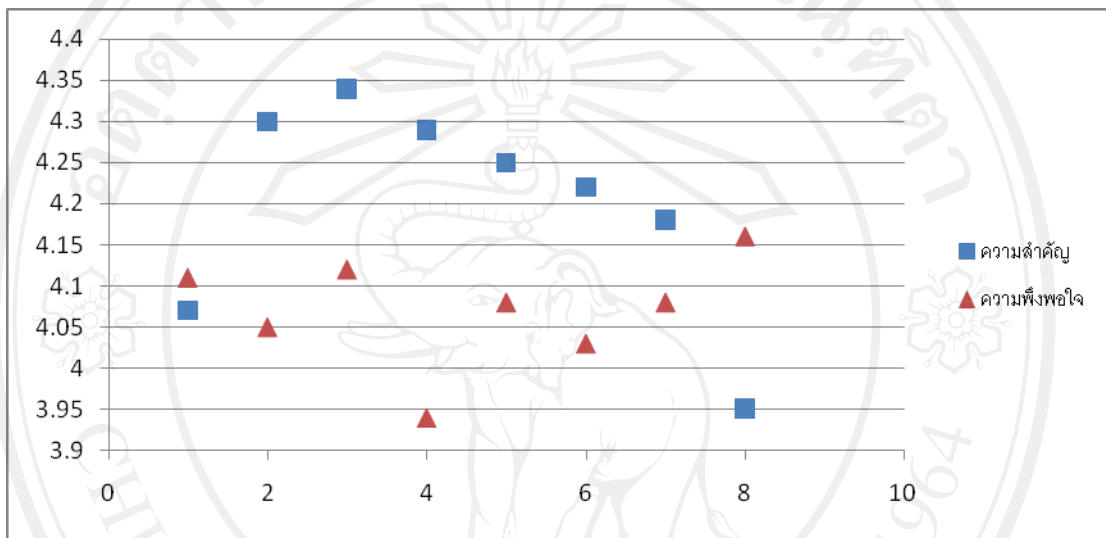
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ภาพที่ 1 แสดงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัย ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์

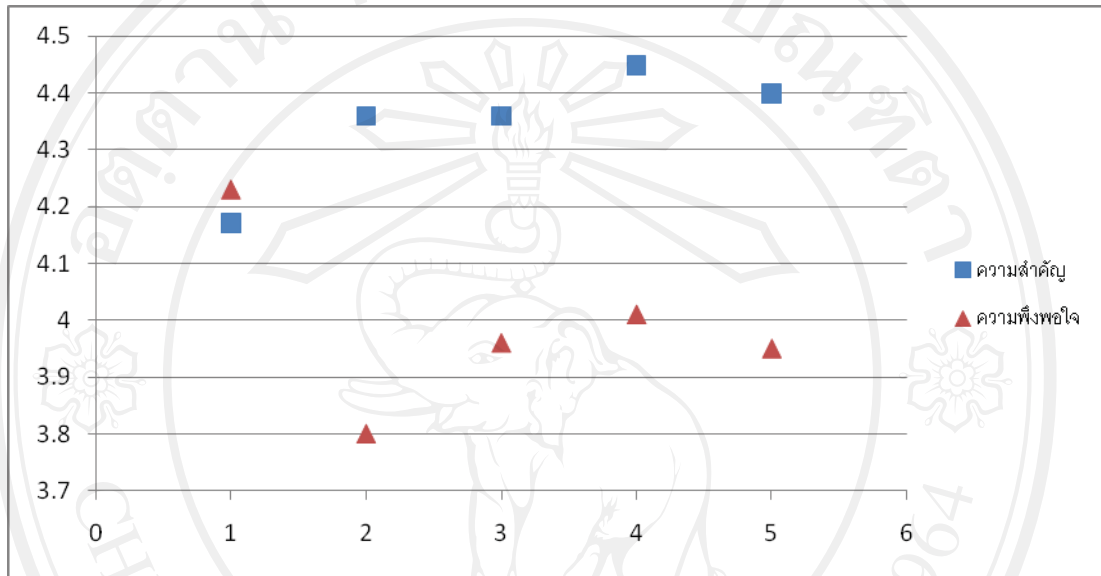


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. สินค้ามีความหลากหลายครบถ้วน (S)
2. สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (W)
3. บริษัทฯ มีการออกแบบ ถอดแบบสินค้า (W)
4. มีบริการหลังการขาย เช่น ตรวจสอบหน้างาน บริการติดตั้ง (W)
5. มีการรับประกันสินค้า (W)
6. สินค้าผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย น่าเชื่อถือ (W)
7. บริษัทฯ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในท้องถิ่น (W)
8. ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในท้องถิ่น (S)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในท้องถิ่น ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ มีบริการหลังการขาย เช่น ตรวจสอบหน้างาน บริการติดตั้ง

ภาพที่ 2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ (ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับความคาดหวัง) ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนการตลาดของบริษัท ฟินูลย์ คอนกรีต จำกัด ด้านราคา

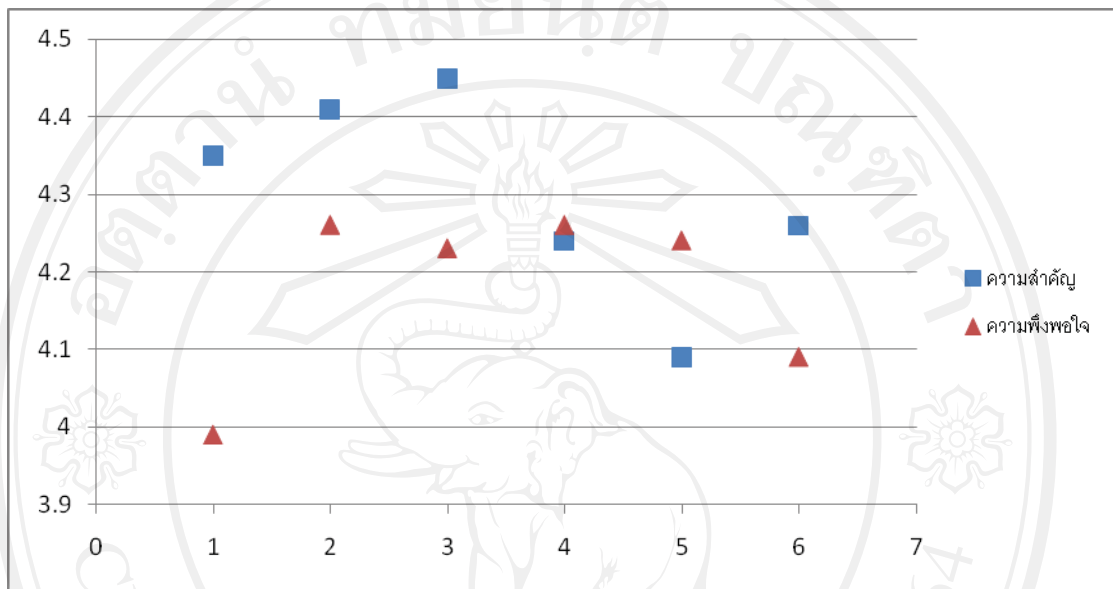


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน (S)
2. สามารถต่อรองราคาได้ (W)
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ (W)
4. สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (W)
5. ระยะเวลาการให้เครดิตที่เหมาะสม (W)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สามารถต่อรองราคาได้

ภาพที่ 3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ (ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับความคาดหวัง) ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านการจัดจำหน่าย

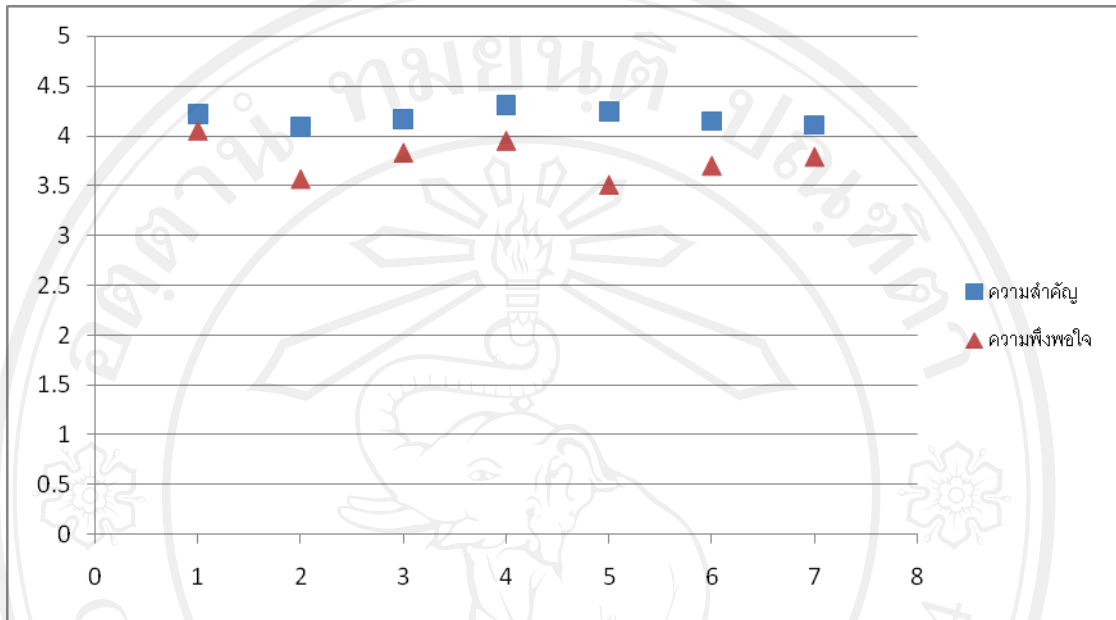


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. มีความสะดวกในการสั่งซื้อ (W)
2. มีช่องทางการสั่งซื้อเพียงพอ (W)
3. ขั้นตอนการสั่งซื้อและบริการรวดเร็ว (W)
4. สำนักงานขายอยู่ในทำเลที่เหมาะสม (S)
5. สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในทำเลที่เหมาะสม (S)
6. บริษัทฯ มีปริมาณสินค้าเพียงพอในการขาย (W)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ มีความสะดวกในการสั่งซื้อ

ภาพที่ 4 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านส่งเสริมการตลาด

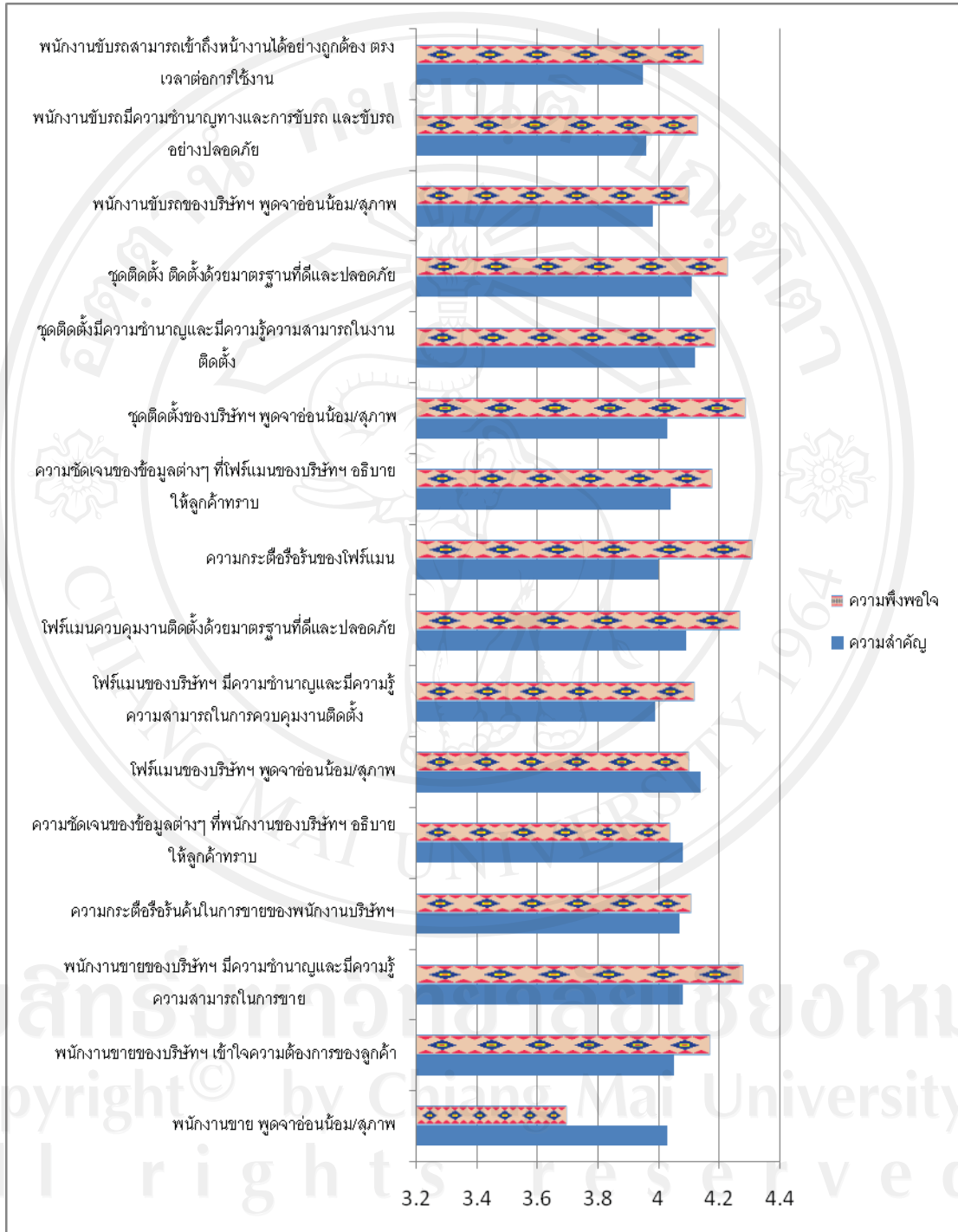


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. มีการแจกแผ่นพับที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทั้งในสำนักงานขาย สำนักงานของลูกค้า (W)
2. มีการแจกเอกสารวิชาการ ส่งเสริมความรู้ตามมาตรฐานวิศวกรรม (W)
3. มีการแจกตัวอย่างสินค้า การแจกของสมนาคุณ (W)
4. มีการให้ส่วนลดกับลูกค้าตามความเหมาะสม (W)
5. มีการให้คำปรึกษาทางวิศวกรรมฟรี (W)
6. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่เหมาะสม ได้แก่ ทำเนียบวัสดุ สมุดหน้าเหลือง เวบไซด์ นิตยสาร โสมบายเออร์ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ เป็นต้น (W)
7. มีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้า (W)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ มีการให้คำปรึกษาทางวิศวกรรมฟรี

ภาพที่ 5 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านบุคลากร

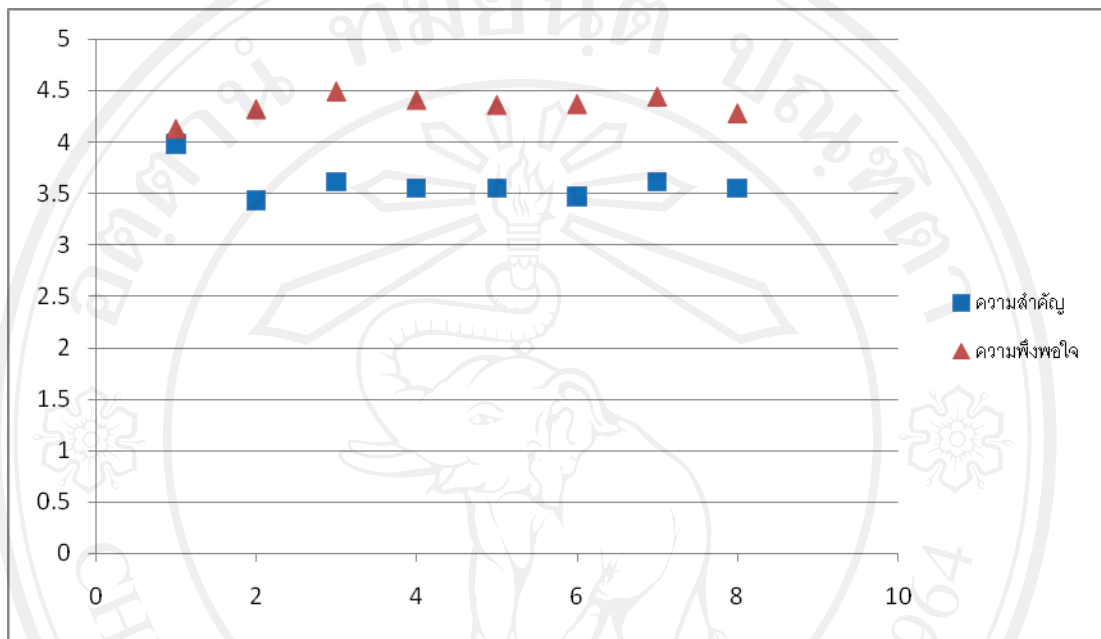


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. พนักงานขาย พูดยาอ่อนนุ่ม/สุภาพ (W)
2. พนักงานขายของบริษัทฯ เข้าใจความต้องการของลูกค้า (S)
3. พนักงานขายของบริษัทฯ มีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในการขาย (S)
4. ความกระตือรือร้นในการขายของพนักงานบริษัทฯ (S)
5. ความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ ที่พนักงานขายของบริษัทฯ อธิบายให้ลูกค้าทราบ (W)
6. โฟร์แมนของบริษัทฯ พูดยาอ่อนนุ่ม/สุภาพ (W)
7. โฟร์แมนของบริษัทฯ มีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในการควบคุมงานติดตั้ง (S)
8. โฟร์แมนควบคุมงานติดตั้งด้วยมาตรฐานที่ดีและปลอดภัย (S)
9. ความกระตือรือร้นของโฟร์แมน (S)
10. ความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ ที่โฟร์แมนของบริษัทฯ อธิบายให้ลูกค้าทราบ (S)
11. พนักงานชุดติดตั้งของบริษัทฯ พูดยาอ่อนนุ่ม/สุภาพ (S)
12. พนักงานชุดติดตั้งมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานติดตั้ง (S)
13. พนักงานชุดติดตั้ง ติดตั้งด้วยมาตรฐานที่ดีและปลอดภัย (S)
14. พนักงานขับรถของบริษัทฯ พูดยาอ่อนนุ่ม/สุภาพ (S)
15. พนักงานขับรถมีความชำนาญทางและการขับรถ และขับรถอย่างปลอดภัย (S)
16. พนักงานขับรถสามารถเข้าถึงหน้างานได้อย่างถูกต้อง ตรงเวลาต่อการใช้งาน (S)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นของโฟร์แมน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานขาย พูดยาอ่อนนุ่ม/สุภาพ

ภาพที่ 6 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

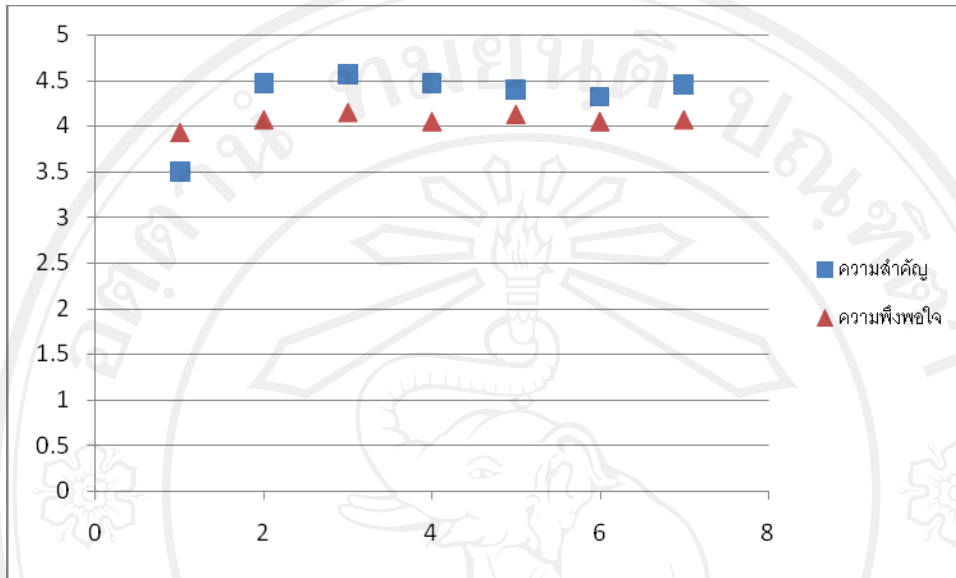


S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. สำนักงานมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (S)
2. สำนักงานชายมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งอย่างเป็นระเบียบ และสะอาด (S)
3. สำนักงานชายมีบรรยากาศอบอุ่นเป็นกันเอง (S)
4. สำนักงานชายมีป้ายสัญลักษณ์แสดงอย่างชัดเจน (S)
5. สำนักงานชายมีเอกสาร แยกตาถือค วางให้เห็นอย่างชัดเจน และหยิบง่าย (S)
6. สำนักงานชายมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร น้ำดื่ม กาแฟ ห้องน้ำ ที่นั่งคอย เป็นต้น (S)
7. สำนักงานชายมีสภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายนอกอาคารที่เหมาะสม (S)
8. สำนักงานชายมีระบบรักษาความปลอดภัย (S)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สำนักงานชายมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร น้ำดื่ม กาแฟ ห้องน้ำ ที่นั่งคอย เป็นต้น

ภาพที่ 7 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ



S = จุดแข็ง (Strength), W = จุดอ่อน (Weakness)

1. สินค้าที่ส่งจากโรงงานถึงหน้างานอยู่ในสภาพดี ไม่แตกหักเสียหาย (S)
2. บริษัทฯ สามารถจัดส่งได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (W)
3. มีความสะดวกในการรับสินค้าจากโรงงาน (W)
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการให้โรงงานผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (W)
5. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก (W)
6. มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (W)
7. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้ (W)

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สินค้าที่ส่งจากโรงงานถึงหน้างานอยู่ในสภาพดี ไม่แตกหักเสียหาย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญมากที่สุดคือ มีความสะดวกในการรับสินค้าจากโรงงาน และบริษัทฯ สามารถดำเนินการให้โรงงานผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละปัญหา 10 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อย	จำนวน	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก	153	ด้านกระบวนการให้บริการ	1
การต่อรองราคาทำได้น้อย	124	ด้านราคา	2
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ	119	ด้านราคา	3
สำนักงานขายอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม	100	ด้านการจัดจำหน่าย	4
สำนักงานขายไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร กาแฟ ห้องน้ำ ที่นั่งคอยเป็นต้น	100	ด้านการสร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพ	4
ไม่มีบริการหลังการขาย	95	ด้านผลิตภัณฑ์	5
พนักงานขายของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญ และไม่มีความรู้ ความสามารถในการขาย	93	ด้านบุคลากร	6
ขั้นตอนการสั่งซื้อ/บริการล่าช้า	88	ด้านการจัดจำหน่าย	7
ไม่มีการแจกตัวอย่างสินค้า การแจกของสมนาคุณ	88	ด้านการส่งเสริมการตลาด	7
ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก	83	ด้านผลิตภัณฑ์	8
สินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการจำหน่าย	82	ด้านการจัดจำหน่าย	9
โปรแกรมของบริษัทฯ พูดยาไม่สุภาพ	67	ด้านบุคลากร	10

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก (153) การต่อรองราคาทำได้น้อย (124) ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ (119) สำนักงานขายอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม และสำนักงานขายไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร กาแฟ ห้องน้ำ ที่นั่งคอยเป็นต้น (100) ไม่มีบริการหลังการขาย (95) พนักงานขายของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญ และไม่มีความรู้ ความสามารถในการขาย (93) ขั้นตอนการสั่งซื้อ/บริการล่าช้า และไม่มีการแจกตัวอย่างสินค้า การแจกของสมนาคุณ (88) ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก (83) สินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการจำหน่าย (82) โปรแกรมของบริษัทฯ พูดยาไม่สุภาพ (10)

ภาคผนวก ข

เลขที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด
คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวิจัย สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางนุสรา อุดล

นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตามความเป็นจริงมากที่สุด
ในความคิดเห็นของท่าน

- | | | | |
|---|--------------------------------------|---------------------------|-----------------|
| 1. เพศ | 1. ชาย | 2. หญิง | |
| 2. ประเภทธุรกิจ | 1. ผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร/ถนน/สะพาน | 3. เจ้าของโครงการ | |
| | 2. ผู้รับเหมางานระบบไฟฟ้า | 4. ตัวแทนจำหน่าย | |
| | 3. เจ้าของโครงการ | 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| 3. ตำแหน่งงาน | 1. วิศวกรโครงการ | 2. ผู้จัดการโครงการ | |
| | 3. เจ้าของโครงการ | 4. ฝ่ายจัดซื้อ | |
| | 5. ผู้ควบคุมงาน | 6. โฟร์แมน | |
| | 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |
| 4. อายุ | 1. ต่ำกว่า 20 ปี | 2. 20-29 ปี | 3. 30-39 ปี |
| | 4. 40-49 ปี | 5. 50-59 ปี | 6. 60 ปี ขึ้นไป |
| 5. ระดับการศึกษา | 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | |
| | 3. ปวส./อนุปริญญา | 4. ปริญญาตรี | |
| | 5. ปริญญาโท | 6. สูงกว่าปริญญาโท | |
| | 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |
| 6. ระยะเวลาที่เป็นลูกจ้างของบริษัท พินูลย์คอนกรีต จำกัด | 1. ต่ำกว่า 1 ปี | 2. 1-5 ปี | 3. 6-10 ปี |
| | 4. 11-15 ปี | 5. 15 ปีขึ้นไป | |

7. ท่านรู้จักบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ครั้งแรก จากสื่อใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ป้ายโฆษณา
 2. ป้ายหน้าโครงการ
 3. แคตตาล็อกสินค้า
 4. วารสาร PCC
 5. หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์
 6. หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์
 7. หนังสือพิมพ์ธุรกิจภาคเหนือ
 8. นิตยสาร โฮมบายเออร์
 9. สมุดหน้าเหลือง
 10. หนังสือทำเนียบวัสดุก่อสร้าง
 11. สติกเกอร์รถบรรทุกสินค้า
 12. สติกเกอร์รถพนักงาน
 13. เว็บไซต์ PCC
 14. เว็บไซต์ google
 15. พนักงานบริษัทฯ
 16. พนักงานขายบริษัทฯ
 17. ร้านวัสดุก่อสร้าง
 18. บุคคลอื่นแนะนำ
 19. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. ปัจจุบันท่านพบเห็นหรืออ่านข่าวสารต่างๆ ผ่านช่องทางใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
1. ไทยนิวส์
 2. เชียงใหม่นิวส์
 3. ธุรกิจภาคเหนือ
 4. ไทยรัฐ
 5. ข่าวสด
 6. คมชัดลึก
 7. ป้ายกลางแจ้ง
 8. Internet / e-mail
 9. วารสาร/นิตยสาร (โปรดระบุ).....
 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. เขียนเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ต้องการตอบ

ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจของท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจของท่านซื้อจากบริษัท พิบูลย์-คอนกรีต จำกัด
1. พื้นสำเร็จรูปแบบตัน(พื้นท้องเรียบ)	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
2. พื้นสำเร็จรูปแบบกลวง	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
3. พื้นโพลีเทนชั่น	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
4. เสาไฟฟ้าและอุปกรณ์	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่

5. รั้วสำเร็จรูป	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจของท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจของท่านซื้อจากบริษัท พิบูลย์-คอนกรีต จำกัด
6. ท่อกลม/ท่อเหลี่ยม	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
7. โครงสร้างสำเร็จรูป	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
8. คานสะพาน	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
9. เสาเข็ม	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
10. กำแพงกันดิน	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
11. เสารั้วลวดหนาม	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
12. ถังบำบัดเฟอร์โรซีเมนต์	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
13. คอนกรีตมวลเบาชนิดอบไอน้ำ	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่
14. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	1. ใช่ 2. ไม่ใช่	1. ใช่ 2. ไม่ใช่

10. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลิตภัณฑ์หลากหลาย
2. ความน่าเชื่อถือของบริษัท
3. คุณภาพผลิตภัณฑ์
4. คุณภาพการบริการ
5. ทำเลที่ตั้งใกล้โครงการ
6. ผลิตภัณฑ์ราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง
7. ลูกค้า/คู่ค้าแนะนำ
8. พนักงานขายบริษัทฯ เข้าพบ
9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านจะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด เมื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เมื่อต้องการใช้ทุกครั้ง
2. เมื่อโรงงานอื่นไม่มี
3. เมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้ ต้องผลิตจากบริษัทฯ เท่านั้น
4. เมื่อพบว่าโรงงานที่ใช้ประจำผลิตไม่ทัน
5. เมื่อพบว่า เป็นบริษัทฯ ที่ระบุอยู่ในแบบก่อสร้าง
6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. มีช่องทางการสั่งซื้อเพียงพอ										
ส่วนประสมการตลาด	ความสำคัญของปัจจัย ด้านต่างๆ					ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับ ความคาดหวัง (ความพึงพอใจ)				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. ขั้นตอนการสั่งซื้อและบริการ รวดเร็ว										
4. สำนักงานขายอยู่ในทำเลที่เหมาะสม										
5. สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในทำเลที่เหมาะสม										
6. บริษัทฯ มีปริมาณสินค้าเพียงพอในการขาย										
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....										
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)										
1. มีการแจกแผ่นพับที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ทั้งในสำนักงานขาย สำนักงานของลูกค้า										
2. มีการแจกเอกสารวิชาการ ส่งเสริมความรู้ ตามมาตรฐานวิศวกรรม										
3. มีการแจกตัวอย่างสินค้า การแจกของ สมนาคุณ										
4. มีการให้ส่วนลดกับลูกค้าตามความ เหมาะสม										
5. มีการให้คำปรึกษาทางวิศวกรรมฟรี										
6. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่ เหมาะสม ได้แก่ ทำเนียบวัสดุ สมุดหน้า เหลือง เว็บไซต์ นิตยสาร โฮมบายเออร์ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ เป็นต้น										
7. มีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้า เช่น เยี่ยมชม โรงงาน อบรมผลิตภัณฑ์ งานเลี้ยงขอบคุณ ลูกค้า เป็นต้น										
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....										
ปัจจัยด้านบุคลากร										
1. พนักงานขาย พูดย่ออ่อนนุ่ม/สุภาพ										

ส่วนประสมการตลาด	ความสำคัญของปัจจัย ด้านต่างๆ					ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับ ความคาดหวัง (ความพึงพอใจ)				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ									
1. สินค้าที่ส่งจากโรงงานถึงหน้างานอยู่ใน สภาพดี ไม่แตกหักเสียหาย										
2. บริษัทฯ สามารถจัดส่งได้ตรงตามเวลาที่ ต้องการ										
3. มีความสะดวกในการรับสินค้าจากโรงงาน										
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการให้โรงงานผลิต สินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า										
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ										
5. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก										
6. มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ										
7. มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้										
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....										

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่าน

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. สินค้าไม่หลากหลาย
 2. สินค้าไม่มีคุณภาพ
 3. ไม่มีการออกแบบ ถอดแบบสินค้า
 4. ไม่มีบริการหลังการขาย
 5. ไม่มีการรับประกันสินค้า
 6. สินค้าไม่ได้ผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย น่าเชื่อถือ
 7. ผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก
 8. ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก
 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ปัญหาด้านราคา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. การกำหนดราคาไม่มีมาตรฐาน
 2. การต่อรองราคาทำได้น้อย
 3. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ
 4. ไม่สามารถชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้
 5. ระยะเวลาการให้เครดิตไม่เหมาะสม
 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (Place) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. การสั่งซื้อสินค้าไม่สะดวก
 2. มีช่องทางการสั่งซื้อน้อย/ไม่เพียงพอ
 3. ขั้นตอนการสั่งซื้อ/บริการล่าช้า
 4. สำนักงานอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม
 5. สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม
 6. สินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการจำหน่าย
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ไม่มีการแจกแผ่นพับที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า
 2. ไม่มีการแจกเอกสารวิชาการ ส่งเสริมความรู้ตามมาตรฐานวิศวกรรม
 3. ไม่มีการแจกตัวอย่างสินค้า การแจกของสมนาคุณ
 4. ไม่มีการให้ส่วนลดกับลูกค้าตามความเหมาะสม
 5. ไม่มีการให้คำปรึกษาทางวิศวกรรม
 6. ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่เหมาะสม
 7. ไม่มีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้า
 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ปัญหาด้านบุคลากร (People) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. พนักงานขายของบริษัทฯ พุดจาไม่สุภาพ
 2. พนักงานขายของบริษัทฯ ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า
 3. พนักงานขายของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญและไม่มีความรู้ความสามารถในการขาย
 4. พนักงานขายของบริษัทฯ ไม่ค่อยกระตือรือร้นในการขาย
 5. พนักงานขายของบริษัทฯ อธิบายข้อมูลต่างๆ ไม่ค่อยชัดเจน
 6. โฟร์แมนของบริษัทฯ พุดจาไม่สุภาพ
 7. โฟร์แมนของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญและไม่มีความรู้ความสามารถในงานติดตั้ง
 8. โฟร์แมนของบริษัทฯ ควบคุมงานไม่ดี/ไม่ปลอดภัย
 9. โฟร์แมนของบริษัทฯ ไม่ค่อยกระตือรือร้นในการคุมงาน
 10. โฟร์แมนของบริษัทฯ อธิบายข้อมูลต่างๆ ไม่ค่อยชัดเจน
 11. ชุดติดตั้งของบริษัทฯ พุดจาไม่สุภาพ
 12. ชุดติดตั้งของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญและไม่มีความรู้ความสามารถในงานติดตั้ง
 13. ชุดติดตั้งของบริษัทฯ ติดตั้งไม่ดี/ไม่ปลอดภัย
 14. พนักงานขับรถของบริษัทฯ พุดจาไม่สุภาพ
 15. พนักงานขับรถของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญทางการขับรถ และขับรถไม่ปลอดภัย
 16. พนักงานขับรถของบริษัทฯ ไม่รู้จักหน้างาน ทำให้ล่าช้า
 17. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สำนักงานขายไม่มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย
2. สำนักงานขายไม่มีบรรยากาศที่ดี ไม่ได้ตกแต่งอย่างเป็นระเบียบ และไม่สะอาด
3. สำนักงานขาย บรรยากาศไม่อบอุ่นและไม่เป็นกันเอง
4. สำนักงานขายไม่มีป้ายสัญลักษณ์แสดงอย่างชัดเจน
5. สำนักงานขายไม่มีเอกสารเด็ดตาลีอควางให้เห็นอย่างชัดเจน และหายาก
6. สำนักงานขายไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร น้ำดื่ม กาแฟ ห้องน้ำ ที่นั่งคอย เป็นต้น
7. สำนักงานขายไม่มีสภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายนอกอาคารอย่างเหมาะสม
8. สำนักงานขายไม่มีระบบความปลอดภัย
9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (Process) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สินค้าที่ส่งจากโรงงานถึงหน้างานอยู่ในสภาพแตกหักเสียหาย
2. บริษัทฯ ไม่สามารถจัดส่งได้ตรงเวลา
3. ไม่มีความสะดวกในการรับสินค้าจากโรงงาน
4. บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินการให้โรงงานผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
5. ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก
6. มีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ
7. ระบบการทำงานไม่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือไม่ได้
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ในภาพรวม ท่านมีความพึงพอใจบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ในระดับใด

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. มากที่สุด | 2. มาก |
| 3. น้อย | 4. น้อยที่สุด |
| 5. ไม่พึงพอใจ | |

9. ข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

.....

ด้านราคา (Price)

.....

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และการบริการลูกค้า (Customer Services)

.....

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

.....

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

.....

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางนุสรา อุดล	
วัน เดือน ปี เกิด	6 กรกฎาคม 2508	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย ปีการศึกษา 2526 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วรรณคดีภาษาฝรั่งเศส คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2529	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2530 – 2531	หัวหน้าฝ่ายขาย บริษัท ลีดเดอร์เมด จำกัด
	พ.ศ. 2532 – 2534	หัวหน้าฝ่ายขาย บริษัท สยามเพอร์สตันส์ จำกัด
	พ.ศ. 2535 – 2536	ผู้จัดการฝ่ายธุรการ บริษัท เฟดเดอร์ลซ์พพลาย แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
	พ.ศ. 2537 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved