



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การตอบแบบสอบถามของท่านถือว่ามีคุณค่ายิ่งทางการศึกษา โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง

●แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ ตำแหน่งในกิจการ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลูกค้านักของธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

- โปรดทำเครื่องหมาย ในช่อง (✓) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้า

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. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า () 2. มัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. หรือเทียบเท่า
() 3. อนุปริญญา/ปวส. () 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รูปแบบธุรกิจของกิจการ

- () 1. เจ้าของกิจการคนเดียว () 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
() 3. บริษัทจำกัด () 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ตำแหน่งในสถานประกอบการของท่าน (ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้า)

- () 1. ผู้จัดการทั่วไป () 2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ
() 3. เจ้าของกิจการ () 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของท่าน

- () 1. 1-3 ปี () 2. 4-6 ปี
() 3. 7-9 ปี () 4. มากกว่า 9 ปี

7. ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ

- () 1. 1-5 ปี () 2. 6-10 ปี
() 3. 11-15 ปี () 4. มากกว่า 15 ปี

8. รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 1,000,000 บาท () 2. 1,000,001-2,000,000 บาท
() 3. 2,000,001-3,000,000 บาท () 4. 3,000,001-5,000,000 บาท
() 5. มากกว่า 5,000,000 บาท

9. ท่านสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงเดือนละกี่ครั้ง

- () 1. 1-2 ครั้ง () 2. 3-4 ครั้ง
() 3. 5-6 ครั้ง () 4. มากกว่า 6 ครั้ง

10. ท่านสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงครั้งละปริมาณเท่าไร

- () 1. 1 ทก ล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง () 2. 1 ลิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง
() 3. 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง () 4. มากกว่า 1 เทรเลอร์

11. ท่านเลือกซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงจากตัวแทนจำหน่ายใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
() 2. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
() 3. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)
() 4. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด (มหาชน)
() 5. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน)
() 6. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท เซเม็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
() 7. ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ภูมิใจไทยซีเมนต์ จำกัด
() 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านเลือกซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ถุงชนิดใดบ้าง เพื่อมาจำหน่าย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ปูนซีเมนต์ผสมก่อฉาบทั่วไป
() 2. ปูนซีเมนต์ผสมสูตรพิเศษ 40 กก.
() 3. ปูนซีเมนต์ฉาบพิเศษ
() 4. ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์งาน โครงสร้าง
() 5. ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ด้านทานซัลเฟต
() 6. ปูนมอร์ต้าก่อทั่วไป
() 7. ปูนมอร์ต้าฉาบทั่วไป
() 8. ปูนมอร์ต้าฉาบละเอียด
() 9. ปูนมอร์ต้าก่ออิฐมวลเบา
() 10. ปูนมอร์ต้าฉาบอิฐมวลเบา
() 11. ปูนมอร์ต้าเทพาระดับพื้น
() 12. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย					
2.มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน					
3.ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ					
4.ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย					
5.คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบ ลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแรงทนทาน เป็นต้น					
6.สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
7.รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์					
8.ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์					
9.มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน รองรับ					
10.มีการรับประกันคุณภาพสินค้า					
ปัจจัยด้านราคา					
11.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของ สินค้า					
12.ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น					
13.มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการ ชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต					
14.มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพ สินค้า					
15.ระยะเวลาการให้เครดิตนาน					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
16.ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า					
17.สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี					
18.การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิด นอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมา พร้อมกันได้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ต่อ)					
19.ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า					
20.ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา					
21.ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า					
22.มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า					
23.มีบริการให้เช่าอู่อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet)					
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					
24.การโฆษณาทางสื่อวิทยุ					
25.การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์					
26.การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์					
27.การให้ความสนับสนุนรายการ โทรทัศน์ / วิทยุ					
28.การให้ความสนับสนุนสโมสร / ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม					
29.การให้ส่วนลดการค้า					
30.การให้ส่วนลดเงินสด					
31.การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด					
32.การให้ของแถมสำหรับร้านค้า					
33.การให้ของแถมสำหรับลูกค้า					
34.การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า / ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ๓ จุดขาย					
35.การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน / การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง					
36.การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง					
37.การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (ต่อ)					
38.การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit					
39.บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ					
40.มีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม					
1.ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์					
2.อัตราดอกเบี้ย					
3.เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
4.การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงและการก่อสร้าง					
5.ความผันผวนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
6.ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
7.ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
8.การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความมีอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านภายในองค์กร					
1.เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี					
2.ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง					
3.ขั้นตอน ระเบียบ และขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร					
4.โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ					
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล					
1.สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย					
2.การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
3.การชักชวน จูงใจ จากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง					
ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล					
1.ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					
2.ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					
3.ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

สถานประกอบการของท่านประสบปัญหาด้านใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- () 1. สินค้าไม่ได้มาตรฐาน
- () 2. คุณสมบัติของสินค้าไม่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท
- () 3. สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ/ผู้ใช้
- () 4. ตราสินค้าที่เสนอขายไม่ได้การยอมรับจากผู้ซื้อ/ผู้ใช้
- () 5. บรรจุภัณฑ์ที่ไม่แข็งแรง
- () 6. กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ต้องสั่งจองล่วงหน้า
- () 7. อายุของผลิตภัณฑ์สั้นเกินไป ปูนเป็นเม็ด/เซตตัวเร็ว
- () 8. อื่นๆ.....

2 ปัญหาด้านราคา (Price)

- () 1. ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า
- () 2. ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น
- () 3. ราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย
- () 4. ไม่มีระดับราคาขายให้เลือกเช่น ราคาเงินสด/ราคาเครดิต
- () 5. ไม่มีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า หรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ
- () 6. อื่นๆ.....

3 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (Place)

- () 1. ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่สะดวก
- () 2. การจัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลา
- () 3. ท่าเลที่ตั้งไม่เหมาะสมและไม่ได้รับความสะดวกในการเข้ารับสินค้า
- () 4. ไม่มีการจัดเตรียมถุงสำรองให้ในกรณีสินค้าเกิดการเสียหายจากการขนส่ง
- () 5. อื่นๆ.....

4 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- () 1. ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ผู้ใช้โดยตรง เช่น แจก, แคม วัสดุส่งเสริมการขาย
- () 2. ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง เช่น สะสมคะแนนแลกของรางวัล
- () 3. พนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ไม่มีอรรถาศัยที่ดี ขาดความ สุภาพ อ่อนโยน ไม่น่าประทับใจ
- () 4. พนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ขาดความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถในการทำตลาด
- () 5. อื่นๆ.....

5 ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม

- () 1. เศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ
- () 2. คู่แข่งขันมีจำนวนมากขึ้น
- () 3. ค่านิยมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น นิยมใช้ปูนคอนกรีตผสมสำเร็จมากขึ้นเพื่อประหยัด ค่าแรงงาน
- () 4. อื่นๆ.....

6 ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรผู้ซื้อ

- () 1. นโยบายสินค้าคงคลังที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย
- () 2. ด้านยอดขายของบริษัทที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- () 3. ขั้นตอนกระบวนการจัดการต่างๆ ที่มีอยู่ ทำให้งานผิดพลาดได้ง่าย
- () 4. อื่นๆ.....

7 ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล

- () 1. อิทธิพลของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในร้านค้า
- () 2. ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อ
- () 3. ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- () 4. อื่นๆ.....

8 ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล

- () 1. ด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- () 2. เรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- () 3. ด้านประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- () 4. อื่นๆ.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายพัฒนศักดิ์ ลิ้มปิวรรณ
วัน เดือน ปี เกิด	19 พฤศจิกายน 2519
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2533 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนมัธยมพยุหะ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีการศึกษา 2533 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนบางสะพานวิทยา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีการศึกษา 2536 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนทวิธาภิเษก กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2543-ปัจจุบัน ทำงานที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดลิ้มเจริญลำเลียง ประกอบกิจการธุรกิจขนส่ง ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน ทำงานที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดลิ้มเจริญซีเมนต์ ตัวแทนจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ