



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

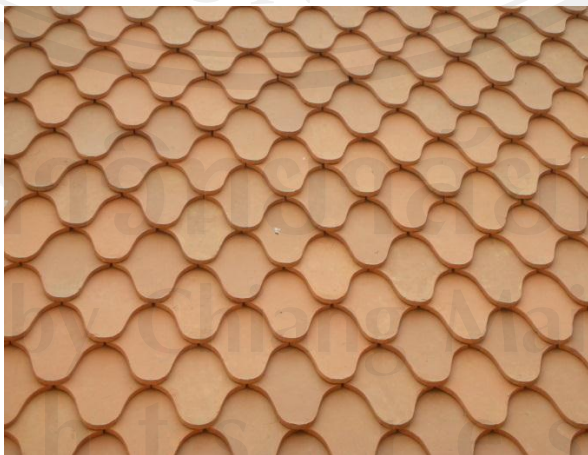
ภาคผนวก ก



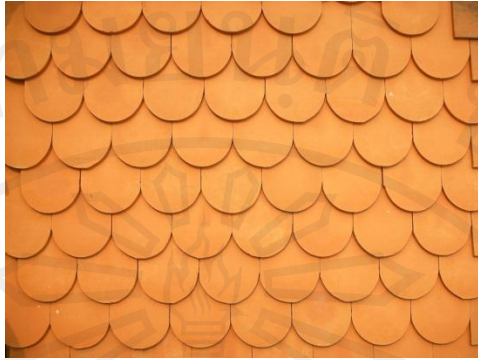
รูป 1 กระเบื้องดินเผาแบบล้านนา(ดินขอ)



รูป 2 กระเบื้องดินเผาแบบหางว่าว(ปลายแหลม)



รูป 3 กระเบื้องดินเผาแบบรูปคลื่น



รูป 4 กระเบื้องดินเผาแบบปลายมน



รูป 5 กระเบื้องปูนซีเมนต์แบบหางว่าว(ปลายแหลม)



รูป 6 กระเบื้องซีเมนต์แบบลอน

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์เพื่อจำหน่าย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยความคิดเห็นและข้อมูลที่ท่านตอบถือเป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไป

1.เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2.อายุ

- () 1. ไม่เกิน 20 ปี () 2. 21-30 ปี
() 3. 31-40 ปี () 4. 41-50 ปี
() 5. 51-60 ปี () 6. มากกว่า 60 ปี

3.สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

4.รูปแบบธุรกิจของกิจการของท่าน

- () 1. ร้านค้าหรือเจ้าของกิจการคนเดียว () 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
() 3. ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล () 4. บริษัทจำกัด
() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.ขนาดเงินลงทุนของกิจการในปัจจุบันโดยประมาณ

- () 1. ไม่เกิน 300,000 บาท () 2. 300,001-500,000 บาท
() 3. 500,001-700,000 บาท () 4. 700,001-1,000,000 บาท
() 5. 1,000,001 - 5,000,000 บาท () 6. มากกว่า 5,000,001 บาท

6.ระยะเวลาในการดำเนินการ

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

7. ประเภทลูกค้าที่มาซื้อกระเบื้องดินเผา/ซีเมนต์จากร้านค้าของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เจ้าของบ้านคนไทย
 () 2. เจ้าของบ้านชาวต่างชาติ
 () 3. โครงการต่างๆเช่น รีสอร์ท โรงแรม
 () 4. สถาปนิก
 () 5. ผู้รับเหมาหรือช่างฝีมือ
 () 6. วัด
 () 7. ส่วนงานราชการ
 () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8.ลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผา/ซีเมนต์ที่มีจำหน่ายในร้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. กระเบื้องดินเผา มุงหลังคา
 () 2. กระเบื้องดินเผา บุผนัง-ปูพื้น
 () 3. กระเบื้องซีเมนต์ มุงหลังคา
 () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9.ยอดขายกระเบื้องดินเผา/ซีเมนต์ เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

- () 1. ไม่เกิน 100,000 บาท () 2. 100,001-300,000 บาท
 () 3. 300,001-500,000 บาท () 4. มากกว่า 500,001 บาท

10.แหล่งผลิตกระเบื้องดินเผาในร้านค้าของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ภายในจังหวัดเชียงใหม่
 () 2. ภายในเขตพื้นที่ภาคเหนือ(ไม่รวมเชียงใหม่)
 () 3. จากเขตพื้นที่ภาคอื่น
 () 4. จากต่างประเทศ

11.แหล่งผลิตกระเบื้อง/ซีเมนต์ในร้านค้าของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ภายในจังหวัดเชียงใหม่
- () 2. ภายในเขตพื้นที่ภาคเหนือ(ไม่รวมเชียงใหม่)
- () 3. จากเขตพื้นที่ภาคอื่น
- () 4. จากต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยต่อไปนี้มีมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในร้านค้าของท่านใน ระดับใด

2.1 ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องดินเผา

| ปัจจัย | ระดับความสำคัญ | | | | |
|---|----------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 12.ความสม่ำเสมอของสีกระเบื้อง | | | | | |
| 13.ความแข็งแรงทนทานของกระเบื้อง | | | | | |
| 14.ความสวยงามของกระเบื้อง | | | | | |
| 15.มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก | | | | | |
| 16.สามารถสั่งผลิตตามแบบ/สีที่ต้องการได้ | | | | | |
| 17.ชื่อเสียงตราสินค้า(ยี่ห้อ) | | | | | |
| 18.ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ | | | | | |
| ปัจจัยด้านราคา | | | | | |
| 19.ความเหมาะสมของราคา | | | | | |
| 20.ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง | | | | | |
| 21.การให้เครดิตแก่ร้านค้า | | | | | |
| 22.ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้เครดิตแก่ร้านค้า(โปรดระบุ).....(วัน/เดือน) | | | | | |
| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | |
| 23.การบริการด้านขนส่ง (มีการคิดค่าบริการตามระยะทาง) | | | | | |
| 24.การมีพนักงานให้บริการขึ้น-ลงสินค้า | | | | | |
| 25.การส่งสินค้าตรงตามเวลา | | | | | |
| 26.การระมัดระวังสินค้าในการจัดส่ง | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| เช่นการจัดเรียงสินค้าที่แน่นอนหาพนักงานขับรถ/พนักงานขนของมีความระมัดระวังสินค้าเพื่อให้เกิดการเสียหายน้อยที่สุด | | | | | |
| 27.ช่องทางการส่งสินค้า เช่น โทรศัพท์/Internet/website | | | | | |
| 28.สินค้าในสต็อกเพียงพอต่อความต้องการ เช่น ตั้งแล้วมีของพร้อมส่ง | | | | | |
| 29.การส่งสินค้าถูกต้องครบถ้วน | | | | | |
| 30.คุณภาพของพนักงานที่รับส่งสินค้า มีความรู้ความเข้าใจและให้คำปรึกษาเรื่องกระเบื้องได้ดี | | | | | |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด | | | | | |
| 31.การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ เช่น สั่งซื้อเยอะก็จะมีส่วนลดที่มากขึ้น | | | | | |
| 32.การยอมให้เปลี่ยนสินค้าได้ (กรณีสินค้ามาจากโรงงานเดียวกัน) | | | | | |
| 33.การแถมสินค้าเพื่อเกิดความเสียหายระหว่างขนส่ง | | | | | |
| 34.การแจกป้ายโฆษณาจากบริษัทผู้ผลิตสินค้า เช่นป้ายไวเนล บิลบอร์ด | | | | | |
| 35.การให้โบรชัวร์ข้อมูลสินค้า (คุณภาพ/วิธีการใช้/ข้อมูลสินค้า) | | | | | |
| 36.การให้ชั้นวางเพื่อโชว์สินค้า | | | | | |

2.2 ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องซีเมนต์

| ปัจจัย | ระดับความสำคัญ | | | | |
|---|----------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 37.ความสม่ำเสมอของสีกระเบื้อง | | | | | |
| 38.ความแข็งแรงทนทานของกระเบื้อง | | | | | |
| 39.ความสวยงามของกระเบื้อง | | | | | |
| 40.มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก | | | | | |
| 41.สามารถสั่งผลิตตามแบบ/สีที่ต้องการได้ | | | | | |
| 42.ชื่อเสียงตราสินค้า(ยี่ห้อ) | | | | | |
| 43.ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ | | | | | |
| ปัจจัยด้านราคา | | | | | |
| 44.ความเหมาะสมของราคา | | | | | |
| 45.ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง | | | | | |
| 46.การให้เครดิตแก่ร้านค้า | | | | | |
| 47.ระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้เครดิตแก่ร้านค้า(โปรดระบุ).....(วัน/เดือน) | | | | | |
| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | |
| 48.การบริการด้านขนส่ง (มีการคิดค่าบริการตามระยะทาง) | | | | | |
| 49.การมีพนักงานให้บริการขึ้น-ลงสินค้า | | | | | |
| 50.การส่งสินค้าตรงตามเวลา | | | | | |
| 51.การระมัดระวังสินค้าในการจัดส่ง เช่นการจัดเรียงสินค้าที่แน่นหนา พนักงานขับรถ/พนักงานขนของมี | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| ความระมัดระวังสินค้าเพื่อให้เกิดการเสียหายน้อยที่สุด | | | | | |
| 52.ช่องทางการส่งสินค้า เช่น โทรศัพท์/Internet/website | | | | | |
| 53.สินค้าในสต็อกเพียงพอต่อความต้องการ เช่น สั่งแล้วมีของพร้อมส่ง | | | | | |
| 54.การส่งสินค้าถูกต้องครบถ้วน | | | | | |
| 55.คุณภาพของพนักงานที่รับส่งสินค้า มีความรู้ความเข้าใจและให้คำปรึกษาเรื่องระเบียบได้ดี | | | | | |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด | | | | | |
| 56.การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ เช่น สั่งซื้อเยอะก็จะได้รับส่วนลดที่มากขึ้น | | | | | |
| 57.การยอมให้เปลี่ยนสินค้าได้ (กรณีสินค้ามาจากโรงงานเดียวกัน) | | | | | |
| 58.การแถมสินค้าเพื่อเกิดความเสียหายระหว่างขนส่ง | | | | | |
| 59.การแจกป้ายโฆษณาจากบริษัทผู้ผลิตสินค้า เช่นป้ายไว้นิลบิลบอร์ด | | | | | |
| 60.การให้โบรชัวร์ข้อมูลสินค้า (คุณภาพ/วิธีการใช้/ข้อมูลสินค้า) | | | | | |
| 61.การให้ชั้นวางเพื่อโชว์สินค้า | | | | | |

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ(ถ้ามี)

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อสินค้ากระเบื้องดินเผาเพื่อจำหน่ายของร้านค้า

58.ด้านผลิตภัณฑ์.....

.....

59.ด้านราคา.....

.....

60.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....

.....

61.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด.....

.....

62.ด้านอื่นๆ.....

.....

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อสินค้ากระเบื้องซีเมนต์เพื่อจำหน่ายของร้านค้า

63.ด้านผลิตภัณฑ์.....

.....

64.ด้านราคา.....

.....

65.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....

.....

66.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด.....

.....

67.ด้านอื่นๆ.....

.....

ภาคผนวก ค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview)

- 4.1 การเข้ามาของบริษัทขนาดใหญ่ที่นำเข้าสินค้าจากประเทศจีนหรือเวียดนามมีผลกระทบต่อยอดขายหรือไม่
- 4.2 สภาพตลาดของกระเบื้องดินเผาหรือซีเมนต์หากเปรียบเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา ดีขึ้นหรือแย่ลงอย่างไร
- 4.3 ข้อเสนอแนะที่จะแนะนำให้แก่ผู้ผลิต
- 4.4 มุมมองความน่าสนใจของธุรกิจนี้ต่อไปในอนาคต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายอรรถพล สุจริตรัมย์

วัน เดือน ปีเกิด

29 ตุลาคม 2522

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2545

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2549

ประวัติการทำงาน

นักวิจัย โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์นมโดยใช้เทคโนโลยีเชื้อบริสุทธิ์ เริ่มต้นผสม ภาควิชาเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2546-2549

ผู้จัดการฝ่ายโรงงาน บริษัท โอม. เซรามิก รุฟ จำกัด 2549-ปัจจุบัน