



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ผลการทดสอบแบบสอบถาม

การทดสอบแบบสอบถามประกอบการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของร้านขายส่งต่อส่วน ประสมการตลาด บริการของ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ก่อนดำเนินการวิจัยภาคสนามจริง เพื่อลด ความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการศึกษา โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มลูกค้าร้านขายส่ง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาจำนวน 10 ราย ผู้ศึกษาเป็นผู้ดำเนินการทดสอบแบบสอบถาม ด้วยตนเอง ระยะเวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2552

วิธีการทดสอบแบบสอบถาม ภายหลังจากแจกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแล้ว ผู้ศึกษาได้ถาม คำถามเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. ท่านมีความเข้าใจคำถามแต่ละข้อดีแล้วหรือไม่ มีข้อใดที่อ่านแล้วเข้าใจยาก หรือ สมควรแก้ไขให้สะดวกต่อการตอบหรือไม่
2. มีคำถามใดที่อยากให้มีเพิ่มเติม หรือคิดว่าควรถามเกี่ยวกับแต่ละปัจจัยหรือไม่

จากการทดสอบแบบสอบถามพบว่าไม่มีผู้ใดเห็นว่าควรแก้ไขหรือเพิ่มเติมในส่วนของ แบบสอบถาม แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากชุดแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด พบว่า ในส่วนที่ 1 ไม่มีผู้ตอบผิด แต่ในส่วนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของร้านขายส่งที่มี ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยใช้การวัดความพึงพอใจแบบ Likert Scale มีผู้ตอบระดับความ พึงพอใจมากกว่า 1 คำตอบ จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (5) มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา จำหน่ายเสมอ ปัจจัยด้านราคา (3) ราคามัดจำขวด-ลัง และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ร้าน มีการแจกของสมนาคุณ และมีข้อที่ไม่ตอบจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (6) ขวดและ กระจบป้องกันน้ำอัดลมพอดีกับการจัดเรียงบนชั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (8) ขวดน้ำอัดลม กระจบ ป้องกันน้ำอัดลมและถังบรรจุขวดหีบจับสะดวก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (6) การที่บริษัทเป็น ผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่างๆ

เมื่อพิจารณาข้อผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามข้างต้น พบว่าข้อที่ไม่ตอบ มักเป็นข้อที่ อยู่ถัดจากข้อที่ตอบมากกว่า 1 คำตอบ ซึ่งอาจเกิดจากการตอบคำถามผิดช่อง และในข้อ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (8) ขวดน้ำอัดลม กระจบป้องกันน้ำอัดลมและถังบรรจุขวดหีบจับสะดวก มีผู้ไม่ตอบถึง 2 ราย ซึ่งข้อดังกล่าวเป็นข้อแรกในหน้าที่ 4 โดยเป็นคำถามสุดท้ายของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ถัด จากปัจจัยด้านราคา ซึ่งเป็นหัวข้อใหม่ อาจทำให้ผู้ตอบลืมตอบได้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้แก้ไขให้

แบบสอบถามใหม่มีการเรียง เพื่อลดความสับสนในการตอบคำถามผิดช่อง และทำให้ผู้ตอบเห็นคำถามในข้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (8) ขวดน้ำอืดลม ครอบงำน้ำอืดลมและถังบรรจุขวดหีบจับสะดวก นี้ได้ชัดเจนขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการสรุปคุณสมบัติ และนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. เพศ

	ความถี่	ร้อยละ
หญิง	7	70
ชาย	3	30
รวม	10	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 70

##### 2. อายุ

	ความถี่	ร้อยละ
26 – 30 ปี	2	20
36 – 40 ปี	3	30
41 – 45 ปี	1	10
46 – 50 ปี	2	20
56 – 60 ปี	2	20
รวม	10	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30

## 3. ตำแหน่ง

	ความถี่	ร้อยละ
เจ้าของ	8	80
ผู้จัดการ	2	20
รวม	10	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 80

## 4. ระดับการศึกษา

	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	20
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	10
มัธยมปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	1	10
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	2	20
ปริญญาตรี	4	40
รวม	10	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40

## 5. รูปแบบธุรกิจ

	ความถี่	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	9	90
ห้างหุ้นส่วน	1	10
รวม	10	100

ธุรกิจเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียวเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 90

## 6. จำนวนพนักงานในร้าน

	ความถี่	ร้อยละ
1 – 2 คน	5	50
3 – 5 คน	3	30
6 – 10 คน	1	10
11 – 20 คน	1	10
รวม	10	100

พนักงานในร้านส่วนใหญ่มีจำนวน 1 – 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50

## 7. ยอดขายเครื่องดื่มของกิจการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2550

	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	10
5,000 – 10,000 บาท	3	30
10,001 – 20,000 บาท	3	30
สูงกว่า 20,000 บาท	3	30
รวม	10	100

ยอดขายเครื่องดื่มของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในปี พ.ศ. 2550 คือ 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ สูงกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากัน

## 8. ยอดขายเครื่องดื่มของกิจการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2551

	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	10
5,000 – 10,000 บาท	3	30
10,001 – 20,000 บาท	2	20
สูงกว่า 20,000 บาท	4	40
รวม	10	100

ยอดขายเครื่องคั่วของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2551 ส่วนใหญ่ สูงกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40

### 9. สถานที่ตั้ง

	ความถี่	ร้อยละ
อำเภอเมืองเชียงใหม่	3	30
อำเภอสารภี	2	20
อำเภอป่าซาง	4	40
อำเภอเมืองลำพูน	1	10
รวม	10	100

กิจการส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 40

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของร้านขายส่งที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละส่วนประสมการตลาดบริการ เป็นดังต่อไปนี้

10	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ชื่อเสียงของน้ำอัดลมของบริษัท	4.50	พึงพอใจมากที่สุด	0.527
2	ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท	4.20	พึงพอใจมาก	0.789
3	คุณภาพของน้ำอัดลมของบริษัท	4.60	พึงพอใจมากที่สุด	0.516
4	ขวดและกระป๋องน้ำอัดลมสวยงาม	4.10	พึงพอใจมาก	0.738
5	มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ	3.67	พึงพอใจมาก	1.225
6	ขวด และกระป๋องน้ำอัดลมพอดีกับการจัดเรียงบนชั้น	4.22	พึงพอใจมาก	0.833
7	ขนาด และปริมาณของบรรจุของน้ำอัดลมเหมาะสม	4.50	พึงพอใจมากที่สุด	0.527
8	ขวดน้ำอัดลม กระป๋องน้ำอัดลมและถังบรรจุขวด หยิบจับสะดวก	4.38	พึงพอใจมาก	0.518
	รวม	4.27	พึงพอใจมาก	

11 ปัจจัยด้านราคา		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ราคาขายของผลิตภัณฑ์	3.30	พึงพอใจปานกลาง	0.675
2	กำไรต่อขวด	3.00	พึงพอใจปานกลาง	1.054
3	ราคามัคจำขวด-ถัง	3.22	พึงพอใจปานกลาง	1.093
4	การให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ	2.80	พึงพอใจปานกลาง	1.033
5	การให้เครดิตต่อร้านค้า	2.30	พึงพอใจน้อย	1.494
รวม		2.92	พึงพอใจปานกลาง	
12 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	มาตรฐานการจัดเรียงน้ำอัดลมในตู้เย็น ชั้นโชว์ สินค้า ชั้นวางสินค้า กองสินค้า โดยกำหนดให้ มี “โค้ก” ร้อยละ 50 ของพื้นที่	3.30	พึงพอใจปานกลาง	1.494
2	มาตรฐานการตั้งตู้แช่ ตู้กดน้ำอัดลมของบริษัท โดยกำหนดให้ใช้ตู้ของบริษัทเช่นน้ำอัดลมของ บริษัทเท่านั้น	3.00	พึงพอใจปานกลาง	1.414
3	ช่วงเวลาในการส่งน้ำอัดลม	3.40	พึงพอใจปานกลาง	1.174
4	ความถี่ในการส่งน้ำอัดลม	3.60	พึงพอใจมาก	1.265
5	มาตรฐานสินค้าคงคลังของบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด โดยให้มีสินค้าคงคลัง 1.5 เท่าของ ยอดขาย	3.70	พึงพอใจมาก	1.337
รวม		3.40	พึงพอใจปานกลาง	
13 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อ โฆษณาต่างๆ เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์, ป้ายโปสเตอร์	4.30	พึงพอใจมาก	0.483
2	กิจกรรมการสะสมฝาเพื่อแลกของรางวัล	2.50	พึงพอใจปานกลาง	1.080
3	กิจกรรมการส่งสลากยี่ห้อมือชิงรางวัล	2.30	พึงพอใจน้อย	1.252



13	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
4	การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	3.10	พึงพอใจปานกลาง	1.370
5	ร้านมีการแจกของสมนาคุณ	2.89	พึงพอใจปานกลาง	1.364
6	การที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่างๆ	2.89	พึงพอใจปานกลาง	1.453
<b>รวม</b>		<b>3.00</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>	
14	ปัจจัยด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	พนักงานแต่งกายในชุดเครื่องแบบของบริษัท	3.90	พึงพอใจมาก	1.197
2	พนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย	3.60	พึงพอใจมาก	1.174
3	พนักงานของบริษัทพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และมีมารยาท	3.00	พึงพอใจปานกลาง	1.333
4	พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ	3.10	พึงพอใจปานกลาง	1.101
5	พนักงานของบริษัทมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	3.30	พึงพอใจปานกลาง	0.823
6	พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.20	พึงพอใจปานกลาง	0.789
7	พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้า หรือ อุปกรณ์ใหม่	3.30	พึงพอใจปานกลาง	0.949
8	พนักงานดูแลสินค้าและมีความสำคัญในการจัดสินค้า	3.00	พึงพอใจปานกลาง	0.816
9	พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	2.80	พึงพอใจปานกลาง	1.317
10	พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม	3.40	พึงพอใจปานกลาง	1.174
<b>รวม</b>		<b>3.26</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>	
15	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดเรียงสินค้า	2.90	พึงพอใจปานกลาง	1.287

15	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
2	ความรวดเร็วในการให้บริการทางการเงิน เช่น การคิดเงิน/ทอนเงิน เป็นต้น.	3.70	พึงพอใจมาก	0.823
3	ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	3.90	พึงพอใจมาก	0.568
4	การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	3.50	พึงพอใจมาก	1.080
5	สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้	2.70	พึงพอใจปานกลาง	1.636
6	ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	3.20	พึงพอใจปานกลาง	1.229
7	ความถี่ในการส่งสินค้า	3.40	พึงพอใจปานกลาง	1.075
8	ความถี่ในการเยี่ยมชมร้านค้าการเยี่ยมชมร้านค้า สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง	3.70	พึงพอใจมาก	0.949
9	ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการสินค้าเพิ่มพิเศษ	3.10	พึงพอใจปานกลาง	1.449
<b>รวม</b>		<b>3.34</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>	
16	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท	3.90	พึงพอใจมาก	0.876
2	รูปลักษณะของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ตู้แช่สินค้า	3.80	พึงพอใจมาก	1.229
3	รูปลักษณะ สี สันของรถส่งสินค้า	3.70	พึงพอใจมาก	1.160
<b>รวม</b>		<b>3.80</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>	
<b>รวมทุกปัจจัย</b>		<b>3.43</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>	

โดยรวมทุกปัจจัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุดที่ 4.27 พึงพอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมต่ำที่สุด คือ 2.92 พึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยคุณภาพของน้ำอัดลมของบริษัทมีค่าเฉลี่ย 4.6 พึงพอใจมากที่สุดและปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยการให้

เครดิตต่อร้านค้า และปัจจัยกิจกรรมการส่งสลากี่ห่อเพื่อชิงรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 2.30 ฟังพอใจน้อย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นถึงการกระจายตัวของข้อมูลพบว่า ปัจจัยสินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุดที่ 1.636 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวห่างจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนปัจจัยบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์, ป้ายโปสเตอร์ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำที่สุดที่ 0.483 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวห่างจากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ในส่วนของคุณข้อ 17. อื่นๆ โปรดระบุ พบว่าไม่มีผู้ใดตอบข้อนี้ ซึ่งจะได้ตัดคำถามนี้ออกจากแบบสอบถามที่จะใช้จริงต่อไป

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ในด้านความพึงพอใจของร้านที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 90 หรือจำนวน 9 ราย ตอบในส่วนของคุณปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริการลูกค้าไม่ประทับใจ (บริการด้านสินค้า) น้ำเสียจากที่อื่นนำมาแลกกับร้าน ถ้าเวลาแลกกลับไม่รับแลกคืน
2. ควรจัดระเบียบใครซื้อเยอะควรได้ตัวเกมเยอะตามด้วย ไม่ใช่ได้เท่ากับซื้อปริมาณน้อย ควรส่งของให้เร็วขึ้น (ส่งช้า)
3. อยากให้บริษัทจัดให้มีรายการพิเศษบ่อยๆ
4. สินค้าบางครั้งไม่ครบตามที่ควร สินค้าน่าจะครบมากกว่านี้ (หมายความว่าบางอย่างสั่งแล้วไม่ได้)
5. ปัญหาการจัดเรียงสินค้า เนื่องจากลงผลิตภัณฑ์ใหม่แล้วไม่หมุนเวียนสินค้านำหน้าเก่ากับน้ำใหม่ (FIFO)
6. ยุ่งยากเรื่องการเปลี่ยนและคืนสินค้าที่แตกหักหรือเสียหาย
7. ไม่มีการดูแลในสินค้าที่ออกใหม่ โดยที่ร้านส่งช่วยซื้อลงมาจำหน่ายแต่จำหน่ายไม่หมดทำให้หมดอายุ แต่ทางบริษัทไม่ดูแลรับผิดชอบ
8. การเปลี่ยนคืนสินค้า สินค้าบางตัวของโค้กซื้อจากห้างมาแต่ไม่สามารถเปลี่ยนได้ทั้งที่สินค้านั้นก็เป็นของโค้ก พนักงานขายสื่อสารไม่ค่อยรู้เรื่องครับ
9. การส่งสินค้าช้ามาก สินค้าที่ส่งมาได้รับไม่ครบตามจำนวนที่ส่งไป สินค้าในช่วงหน้าร้อนชอบขาดบ่อยๆ

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษางานค้นคว้าแบบอิสระในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของร้านขายส่งต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาเชียงใหม่

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะถูกรักษาเป็นความลับ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 หน้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของร้านขายส่งที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ในด้านความพึงพอใจของร้านที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หรือเดิม  
ข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> (1) หญิง	<input type="checkbox"/> (2) ชาย
-----------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> (1) 20 ปี หรือ ต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> (2) 21 – 25 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 26 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> (4) 31 – 35 ปี
<input type="checkbox"/> (5) 36 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> (6) 41 – 45 ปี
<input type="checkbox"/> (7) 46 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> (8) 51 – 55 ปี
<input type="checkbox"/> (9) 56 – 60 ปี	<input type="checkbox"/> (10) มากกว่า 60 ปี
3. ตำแหน่ง
 

<input type="checkbox"/> (1) เจ้าของ	<input type="checkbox"/> (2) ผู้จัดการ
<input type="checkbox"/> (3) พนักงาน ระบุ) .....	<input type="checkbox"/> (4) อื่นๆ (โปรด
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> (1) ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> (3) มัธยมปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> (4) อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> (5) ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> (6) ปริญญาโท และสูงกว่า
5. รูปแบบธุรกิจ
 

<input type="checkbox"/> (1) เจ้าของคนเดียว	<input type="checkbox"/> (2) ห้างหุ้นส่วน
<input type="checkbox"/> (3) บริษัท จำกัด	
6. จำนวนพนักงานในร้าน
 

<input type="checkbox"/> (1) 1 – 2 คน	<input type="checkbox"/> (2) 3 – 5 คน
<input type="checkbox"/> (3) 6 – 10 คน	<input type="checkbox"/> (4) 11 – 20 คน
<input type="checkbox"/> (5) มากกว่า 20 คน	

7. ยอดขายเครื่องคั่วของกิจการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปี 2550
- (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  (2) 5,000 – 10,000 บาท
- (3) 10,001 – 20,000 บาท  (4) สูงกว่า 20,000 บาท
8. ยอดขายเครื่องคั่วของกิจการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ปี 2551
- (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  (2) 5,000 – 10,000 บาท
- (3) 10,001 – 20,000 บาท  (4) สูงกว่า 20,000 บาท
9. สถานที่ตั้ง
- (1) อำเภอจอมทอง  (2) อำเภอเชิงดาว
- (3) อำเภอไชยปราการ  (4) อำเภอดอยสะเก็ด
- (5) อำเภอดอยหล่อ  (6) อำเภอดอยเต่า
- (7) อำเภอฝาง  (8) อำเภอพร้าว
- (9) อำเภอแม่วาง  (10) อำเภอเมืองเชียงใหม่
- (11) อำเภอแม่แจ่ม  (12) อำเภอแม่แตง
- (13) อำเภอแมริม  (14) อำเภอแม่ฮอน
- (15) อำเภอแม่อาว  (16) อำเภอเวียงแหง
- (17) อำเภอสะเมิง  (18) อำเภอสันกำแพง
- (19) อำเภอสันทราย  (20) อำเภอสันป่าดง
- (21) อำเภอสารภี  (22) อำเภอหางดง
- (23) อำเภอแม่ก๊ก  (24) อำเภอฮอด
- (25) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของร้านขายส่งที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

คำชี้แจง ท่านมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด ในด้านต่างๆต่อไปนี้ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่า ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
<b>10. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
(1) ชื่อเสียงของน้ำอัดลมของบริษัท					
(2) ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท					
(3) คุณภาพของน้ำอัดลมของบริษัท					
(4) ขวดและกระป๋องน้ำอัดลมสวยงาม					
(5) มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ					
(6) ขวด และกระป๋องน้ำอัดลมพอดีกับการจัดเรียงบนชั้น					
(7) ขนาด และปริมาณของบรรจุภัณฑ์น้ำอัดลมเหมาะสม					
(8) ขวดน้ำอัดลม กระป๋องน้ำอัดลมและลิ้นบรรจุขวด หีบจับ สะดวก					
<b>11. ปัจจัยด้านราคา</b>					
(1) ราคาขายของผลิตภัณฑ์					
(2) กำไรต่อขวด					
(3) ราคามัดจำขวด-ลิ้น					
(4) การให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ					
(5) การให้เครดิตต่อร้านค้า					
<b>12. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย</b>					
(1) มาตรฐานการจัดเรียงน้ำอัดลมในตู้เย็น ชั้นโชว์สินค้า ชั้นวางสินค้า กองสินค้า โดยกำหนดให้มี “โลโก้” ร้อยละ 50 ของพื้นที่					
(2) มาตรฐานการตั้งตู้แช่ ตู้กดน้ำอัดลมของบริษัท โดยกำหนดให้ใช้ตู้ของบริษัทแช่น้ำอัดลมของบริษัทเท่านั้น					
(3) ช่วงเวลาในการส่งน้ำอัดลม					
(4) ความถี่ในการส่งน้ำอัดลม					
(5) มาตรฐานสินค้าคงคลังของบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด โดยให้มีสินค้าคงคลัง 1.5 เท่าของยอดขาย					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
<b>13. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
(1) บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์, ป้ายโปสเตอร์					
(2) กิจกรรมการสะสมฝาเพื่อแลกของรางวัล					
(3) กิจกรรมการส่งสลากยี่ห้อมือเพื่อชิงรางวัล					
(4) การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้					
(5) ร้านมีการแจกของสมนาคุณ					
(6) การที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่างๆ					
<b>14. ปัจจัยด้านบุคคล</b>					
(1) พนักงานแต่งกายในชุดเครื่องแบบของบริษัท					
(2) พนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย					
(3) พนักงานของบริษัทพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และมีมารยาท					
(4) พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ					
(5) พนักงานของบริษัทมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี					
(6) พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
(7) พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้า หรืออุปกรณ์ใหม่					
(8) พนักงานดูแลสินค้าและมีความสำคัญในการจัดสินค้า					
(9) พนักงานช่วยแก้ไขปัญหให้กับลูกค้า					
(10) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม					
<b>15. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
(1) ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดส่งสินค้า					
(2) ความรวดเร็วในการให้บริการทางการเงิน เช่น การคิดเงิน/ทอนเงิน เป็นต้น					
(3) ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน					
(4) การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว					
(5) สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้					



ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
(6) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า					
(7) ความดีในการส่งสินค้า					
(8) ความดีในการเยี่ยมชมร้านค้า การเยี่ยมชมร้านค้าสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง					
(9) ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการสินค้าเพิ่มพิเศษ					
<b>16. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ</b>					
(1) รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท					
(2) รูปลักษณ์ของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ตู้แช่สินค้า					
(3) รูปลักษณ์ สี สັນของรถส่งสินค้า					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ในด้านความพึงพอใจของร้านที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท

17. ท่านมีปัญหา หรือข้อเสนอแนะใดบ้าง ในด้านการบริการของ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาเชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณมากครับ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายนิรันดร สีแสง	
วันเดือนปีเกิด	27 ธันวาคม 2506	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตรบัณฑิต เอกพัฒนาชุมชน วิทยาลัยครูลำปาง	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2550- ปัจจุบัน	ผู้จัดการขายสาขา บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาลำพูน
	พ.ศ. 2545-2550	ผู้จัดการพัฒนาตลาดและกิจกรรมพิเศษ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด โรงงานลำปาง
	พ.ศ. 2540-2545	ผู้จัดการเขตขาย บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาเชียงใหม่
	พ.ศ. 2536-2540	ผู้จัดการเขตขาย บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาเชียงราย
	พ.ศ. 2535 -2536	นักพัฒนาตลาด บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด โรงงานลำปาง