ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อหาข้อมูลประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สำหรับผู้บริหาร) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือมายังท่านเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ตามความเป็นจริงทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เชิงวิชาการแก่ผู้สนใจต่อไป

แบบสอบถามนี้มีจำนวน 9 หน้า ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม กิจการ และพฤติกรรมการซื้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์การ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคลและปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

สำหรับข้อมูลที่ท่านได้ตอบในแบบสอบถามชุดนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการซึ่งจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน โดยผู้ศึกษาจะปกปิดเป็นความลับและขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นายกฤษดา คำแสน
นักศึกษาปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กิจการ และพฤติกรรมการซื้อ

<u>คำชี้แจง :</u> โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน □หน้าข้อความ และ/หรือ กรอกข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1.เพศ

□1. ชาย □ 2. หญิง

2. อายุ

□ 1. ไม่เกิน 30 ปี □ 2. 31-40 ปี □ 3. 41-50 ปี

□ 4. 51-60 ปี □ 5. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

□ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี □ 2. ปริญญาตรี □ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งใด

□ 1. เจ้าของกิจการ □ 2. เจ้าหน้าที่จัดซื้อ □ 3. ช่างซ่อม/ช่างเทคนิค

□ 4. ญาติเจ้าของ □ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านมีประสบการณ์ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์นานเท่าใด

□ 1. น้อยกว่า 1 ปี □ 2. 1-2 ปี □ 3. 3-4 ปี

□ 4. 5-6 ปี □ 5. มากกว่า 6 ปี

6. ประเภทกิจการ

□ 1.ร้านซ่อม/อู่ซ่อม □ 2. ร้านค้าส่ง(ยี่ปั๊ว) □ 3. ร้านอะไหล่

□ 4. ร้านล้างรถ □ 5. ร้านอื่นๆ โปรดระบุ.....

7. จำนวนเงินหมุนเวียนของกิจการต่อเดือน

□ 1. ต่ำกว่า 50,001 บาท □ 2. 50,001 - 100,000 บาท

□ 3. 100,001 - 300,000 บาท □ 4. มากกว่า 300,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. ระยะเวลาการเปิดดำเนินการของกิจการ

☐ 1. น้อยกว่า 1 ปี ☐ 2. 1-5 ปี ☐ 3. 6-10 ปี

☐ 4. 11-15 ปี ☐ 5. มากกว่า 15 ปี

9. จำนวนพนักงานของกิจการทั้งหมด

☐ 1. ไม่เกิน 5 คน ☐ 2. 6-15 คน ☐ 3. 16-25 คน

☐ 4. มากกว่า 25 คนขึ้นไป

10. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์เมื่อใด

☐ 1. เมื่อสินค้าคงคลังหมด

☐ 2. เมื่อระดับสินค้าคงคลังถึงจุดสั่งซื้อ

☐ 3. เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

☐ 4. สั่งซื้อแบบวางแผนล่วงหน้าตามพยากรณ์ยอดขาย

☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์จากผู้ขายจำนวนกี่ราย

☐ 1. 1 ราย ☐ 2. 2 ราย ☐ 3. 3 ราย ☐ 4. 4 ราย ☐ 5. มากกว่า 4 ราย

12. สาเหตุที่เลือกซื้อจากผู้ผลิตรายนั้นๆ เพราะ(ตอบได้มากกกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ราคาถูก ☐ 2. มีสินค้าตรงที่ต้องการ

☐ 3. ให้เครดิต ☐ 4. ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่น

☐ 5. มีโปรมชั่นที่ดี ☐ 6. มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

☐ 7. พนักงานขาย ☐ 8. อื่นๆโปรดระบุ.....

13. ท่านหาข้อมูลผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์จากแหล่งใด (ตอบได้มากกกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. อินเทอร์เน็ต ☐ 2. โทรทัศน์

☐ 3. วิทยุ ☐ 4. หนังสือ/นิตยสาร

☐ 5. ป้ายโฆษณา ☐ 6. ช่างซ่อม/ช่างเทคนิค

☐ 7. พนักงานขาย ☐ 8. อื่นๆโปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

14. ปริมาณผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ที่ท่านซื้อต่อปี

☐ 1. น้อยกว่า 501 ลิตร ☐ 2. 501 – 1,500 ลิตร

☐ 3. 1,501- 2,500 ลิตร ☐ 4. 2,501 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2: ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อลูกค้าธุรกิจในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องตัวเลือกที่ตรงกับระดับการมีผล

	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ :						
	1. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ					
	2. ผลิตภัณฑ์มากจากบริษัทผู้ผลิตที่มีขนาดใหญ่					
	3. มีการรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9001					
	4. ได้รับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001					
	5. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอ					
	6. บรรจุภัณฑ์แข็งแรง ตรงตามมาตรฐาน					
	7 .มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) ที่ชัดเจน					
	8. มีบริการทดสอบน้ำมันหลังการใช้งาน					
	9. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าหลังการขาย					
ปัจจัยด้านราคา						
	1. ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ					
	2. ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ					
	3. มีการแจ้งราคาอย่างสม่ำเสมอ					
	4. มีใบแสดงรายละเอียดราคาชัดเจน					
	5. สามารถต่อรองราคาได้					
	6. ให้เครดิตในการชำระค่าสินค้าได้					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย :					
1. สามารถสั่งซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากผู้ผลิตที่บริษัทผู้ผลิตอยู่ใกล้กับบริษัท					
2. สามารถเลือกสั่งซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตได้สะดวก รวดเร็ว					
3. วิธีการสั่งซื้อสะดวกรวดเร็ว มีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อินเตอร์เน็ท อีเมล์ จดหมาย					
4. ผู้ผลิตสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา					
5. ผู้ผลิตที่การขนส่งสินค้ามีมาตรฐาน สินค้าไม่เกิดความเสียหายจากการขนส่ง					
6. ผู้ผลิตที่สามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีที่ต้องการอย่างเร่งด่วน					
7. ผู้ผลิตที่มีเว็บไซต์ของบริษัทผู้ผลิต เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาทางสื่อวิทยุ					
2. การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์					
3. การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์					
4. การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์ / วิทยุ					
5. การให้ความสนับสนุนสโมสร / ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม					
6. การให้ส่วนลดการค้า					
7. การให้ส่วนลดเงินสด					
8. การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด					
9. การให้ของแถมสำหรับร้านค้า					
10. การให้ของแถมสำหรับลูกค้า					
11. การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า / ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย					
12. การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านบุคคลากร					
1.พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันหล่อลื่นเป็นอย่างดี					
2.พนักงานขายมีความเอาใจใส่ และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมเยียนลูกค้า					
3.พนักงานขายมีความสุภาพม มีมารยาทในการให้บริการ					
4.พนักงานขายมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
5.พนักงานขายมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
1.ขั้นตอนในการส่งน้ำมันถูกต้องตามชนิดของสินค้าที่สั่งและได้รับตามจำนวนที่ถูกต้อง					
2.ขั้นตอนในการออกเอกสารมีความถูกต้อง					
3.ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า					
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ					
1.จากสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในสภาพดี มีความสวยงาม ความแข็งแรง					
2.จากสินค้าที่มีโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ท นิตยสาร เป็นต้น					
2.จากสินค้าที่มีสื่อทางการตลาด ณ จุดขาย เช่น ป้ายโฆษณา เอกสารแนะนำสินค้า ชั้นวาง/ชั้นโชว์สินค้า ใบราคาขาย เป็นต้น					
3.จากสินค้าที่มีการสนับสนุนเครื่องมือช่างต่างๆ เช่น ปั๊มลม ชุดประแจ/ไขควง อุปกรณ์เครื่องมือวัดต่างๆ ตู้เครื่องมือ เป็นต้น					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์การ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคลและปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความมีอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม					
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจ					
2. อัตราดอกเบี้ย					
3. เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อ					
4. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต					
5. ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับราคาน้ำมัน					
6. ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น					
7. ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการที่เป็นคู่แข่งในท้องถิ่น					
8. การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความมีอิทธิพล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านภายในองค์การ					
1. เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี					
2. นโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง					
3. ขั้นตอน ระเบียบ และขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร					
4.โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ					
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล					
1. สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างสถานประกอบการกับผู้แทนขายของผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น เช่น ความสนิทสนม ความ คุ้นเคย					
2. การอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อและติดตามสินค้าของผู้แทนขายของผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น					
3. การชักชวน จูงใจ จากผู้แทนขายของผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น					
ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล					
1. ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					
2. ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					
3. ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ					

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้ศึกษาวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นายกฤษดา คำแสน

วันเดือนปีเกิด 1 กรกฎาคม 2524

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 2539-2542
โรงเรียนศรีสวัสดิ์วิทยาคาร
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี 2543-2547
คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรมเคมี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2547-2548 วิศวกรฝ่ายขาย - บริษัท แคมฟิล ฟาร์ (ประเทศไทย) จำกัด
พ.ศ. 2548-2553 วิศวกรฝ่ายขาย แผนกอุตสาหกรรม - บริษัท บีพี-คาสตรอล (ประเทศไทย) จำกัด
พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน หัวหน้าเขตตัวแทนจำหน่าย แผนกตัวแทนจำหน่าย - บริษัท บีพี- คาสตรอล (ประเทศไทย) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved