



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง
การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้าน
ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (สำหรับผู้ประกอบการ)

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ และองค์กร

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร
และการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานขององค์กรกับคู่แข่งชั้น

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและองค์กร

1. ชื่อ – สกุล
2. เพศ ชาย หญิง
3. อายุ ปี
4. ชื่อองค์กร
5. จังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน
6. รูปแบบขององค์กร
 สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วน บริษัท
7. ท่านได้รับความรู้เรื่องการผลิตสุราแช่ที่บ้านจากทางใด
 ศึกษาด้วยตนเอง ญาติพี่น้อง
 หน่วยงานราชการ โปรรະນຸ
 หน่วยงานเอกชน โปรรະນຸ
 อื่น ๆ โปรรະນຸ
8. ท่านได้เงินลงทุนมาจากแหล่งใด
 เงินทุนตนเอง เงินทุนจากญาติพี่น้อง
 เงินกลุ่ม เงินกู้จากธนาคาร
 อื่น ๆ โปรรະນຸ
9. ระดับตลาดขององค์กร
 ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด
 ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ
10. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เป็นลูกค้าประเภทใด
 ลูกค้าประจำ ลูกค้าขาจร
11. ท่านขนส่งสินค้าโดยวิธีใด
 รถขององค์กร รถรับจ้าง
 ลูกค้ามารับเอง อื่น ๆ โปรรະນຸ

ตอนที่ 2 พิจารณาความสำคัญของวิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร และเปรียบเทียบผลการดำเนินงานในองค์กรของท่านกับผลการดำเนินงานของกลุ่มแข่งขัน

1. กรุณาเลือกวิธีการประเมินผลการดำเนินงานที่ท่านคิดว่าจะมีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับในช่องว่างทางซ้ายมือโดยแยกพิจารณาในแต่ละมิติ โดยเรียงอันดับความสำคัญ ดังนี้

- 1 หมายถึง ผลการดำเนินงานที่ท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1
- 2 หมายถึง ผลการดำเนินงานที่ท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2
- 3 หมายถึง ผลการดำเนินงานที่ท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

2. วงกลมระดับผลการดำเนินงานขององค์กรในแต่ละหัวข้อที่เลือกเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

- คะแนน 1 หมายถึง ผลการดำเนินงานในองค์กรของท่าน แย่กว่า คู่แข่งขัน มาก
 คะแนน 2 หมายถึง ผลการดำเนินงานในองค์กรของท่าน แย่กว่า คู่แข่งขัน
 คะแนน 3 หมายถึง ผลการดำเนินงานในองค์กรของท่าน ไม่แตกต่างจาก คู่แข่งขัน
 คะแนน 4 หมายถึง ผลการดำเนินงานในองค์กรของท่าน ดีกว่า คู่แข่งขัน
 คะแนน 5 หมายถึง ผลการดำเนินงานในองค์กรของท่าน ดีกว่า คู่แข่งขัน มาก

อันดับ	วิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร	แยกว่ามาก					ดีกว่ามาก				
.....	มิติที่ 1 ผลการดำเนินงานทางการเงิน										
.....	1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	2. กำไรสุทธิในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	3. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	1	2	3	4	5					
.....	4. ประสิทธิภาพในการผลิตในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	5. การลดลงของต้นทุนในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	มิติที่ 2 ผลการดำเนินงานทางการตลาดหรือลูกค้า										
.....	1. ส่วนแบ่งตลาดในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	2. ความพึงพอใจในสินค้าและบริการของลูกค้าในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	3. การลดลงของจำนวนลูกค้าที่มาร้องเรียนในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	5. จำนวนลูกค้าที่กลับมาซื้อสินค้าเป็นประจำในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	มิติที่ 3 ผลการดำเนินงานทางด้านกระบวนการภายในองค์กร										
.....	1. การตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	2. การลดลงของจำนวนสินค้าที่เสียหายในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	3. การเพิ่มขึ้นของจำนวนผลผลิตในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	4. การลดลงของจำนวนครั้งที่ผลิตไม่ทันตามแผนในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	5. การลดลงของจำนวนครั้งที่จัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลาให้ลูกค้าในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					

อันดับ	วิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร	แยกว่ามาก					ดีกว่ามาก				
	มิติที่ 4 ผลการดำเนินงานทางด้านการพัฒนาบุคลากร										
.....	1. ทักษะและความสามารถของพนักงานในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	2. ทักษะและความพึงพอใจของพนักงานในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	3. การมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	4. การลดลงของอัตราการขาดงานของพนักงานในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
.....	5. ประสิทธิภาพในการผลิตของพนักงานในรอบ 1 ปี	1	2	3	4	5					
	มิติที่ 5 ผลการดำเนินงานทางด้านอนาคต										
.....	1. การวางแผนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ	1	2	3	4	5					
.....	2. การวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	1	2	3	4	5					
.....	3. การวางแผนทางด้านกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขัน	1	2	3	4	5					
.....	4. การวางแผนในการหาตลาดใหม่ ๆ	1	2	3	4	5					
.....	5. ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น วัตถุดิบขาดแคลน)	1	2	3	4	5					

ตอนที่ 3 กรุณาให้คะแนนระดับความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าตรงกับองค์กรของท่านมากที่สุด

คะแนน 1 หมายถึง คุณลักษณะดังกล่าว *ไม่ตรง* กับองค์กรของท่านเลย

คะแนน 2 หมายถึง คุณลักษณะดังกล่าว *ตรง* กับองค์กรของท่าน *เล็กน้อย* (ตรงประมาณ 1 – 25%)

คะแนน 3 หมายถึง คุณลักษณะดังกล่าว *ตรง* กับองค์กรของท่าน (ตรงประมาณ 26 – 50%)

คะแนน 4 หมายถึง คุณลักษณะดังกล่าว *ตรง* กับองค์กรของท่าน *มาก* (ตรงประมาณ 51 – 75%)

คะแนน 5 หมายถึง คุณลักษณะดังกล่าว *ตรง* กับองค์กรของท่าน *มากที่สุด* (ตรงประมาณ 76 – 100%)

ปัจจัยทางการตลาด	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก					เห็นด้วยอย่างมาก				
ลักษณะมุ่งทางการตลาด (Market Orientation)										
1. วัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ท่านได้ไปพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ท่านได้มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. องค์กรของท่านได้แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งภายในองค์กร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. ท่านได้พิจารณาจุดแข็ง – จุดอ่อนของคู่แข่งอยู่เสมอ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความรุนแรงทางการแข่งขัน (Competitive Intensity)										
1. มีสงครามทางการส่งเสริมการขาย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ใช้การแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลัก	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาโดยง่าย และสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. องค์กรของท่านมีจุดแข็งมากกว่าคู่แข่ง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)										
1. ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในสินค้าและบริการมาก	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ลูกค้าที่มีร้องเรียนมีจำนวนที่ลดลง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ท่านมีระบบการจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้าที่เพียงพอ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามสำหรับลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง
การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้าน
ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (สำหรับลูกค้า)

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการขององค์กร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 1 กรุณาเติมข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์ลงในช่องว่างให้ครบถ้วน

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 ปีขึ้นไป
3. จังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน
4. รายได้

<input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 20,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป
5. รูปแบบองค์กรที่ท่านซื้อสินค้า

<input type="checkbox"/> สหกรณ์	<input type="checkbox"/> กลุ่มเกษตรกร	<input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วน	<input type="checkbox"/> บริษัท
---------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------
6. ท่านรู้จักองค์กรได้อย่างไร

<input type="checkbox"/> งานแสดงสินค้า	<input type="checkbox"/> การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์
<input type="checkbox"/> คำแนะนำจากคนรู้จัก	<input type="checkbox"/> เป็นสินค้าในชุมชน
7. วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของท่าน

<input type="checkbox"/> เพื่อบริโภค	<input type="checkbox"/> เพื่อเป็นของฝาก	<input type="checkbox"/> เพื่อขายต่อ
--------------------------------------	--	--------------------------------------
8. ความถี่ในการซื้อสินค้า

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี	<input type="checkbox"/> 5 – 10 ครั้งต่อปี
<input type="checkbox"/> 11 – 15 ครั้งต่อปี	<input type="checkbox"/> 16 ครั้งต่อปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 กรณารายลำดับปัจจัยที่ท่านคำนึงถึงในการเลือกซื้อสินค้า ตั้งแต่ 1 - 5 โดยให้ 1 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรก และ 5 หมายถึงปัจจัยที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับที่ 5

- _____ ด้านตัวสินค้า เช่น รสชาติ กลิ่น สี คุณภาพ ความสะอาด บรรจุภัณฑ์ ฉลาก
- _____ ด้านราคา เช่น มาตรฐานของราคา ความสะดวกในการชำระเงิน การให้ส่วนลดเมื่อชำระ
เงินสด
- _____ ด้านสถานที่ เช่น ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมหาง่าย สามารถติดต่อได้ง่าย ที่จอดรถสะดวกสบาย
เพียงพอ
- _____ ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก
แถม) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์
- _____ ด้านบุคลากร เช่น ความสุภาพของพนักงานขาย มีพนักงานคอยแนะนำสินค้า ความรู้
ของพนักงานขายเกี่ยวกับสินค้า
- _____ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น ความสะอาดของสถานที่ สถานที่ที่กว้างขวางเลือกชม
สินค้าได้สะดวก ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพ ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์
- _____ ด้านกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ตาม
กำหนด การแก้ปัญหาเมื่อส่งมอบไม่ทัน การแจ้งให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา
- _____ ด้านคำร้องเรียนหรือคำติชม เช่น ปรักิริยาของผู้ขายเมื่อมีการร้องเรียนหรือติชม การ
จัดการกับคำร้องเรียนหรือติชม

ตอนที่ 3 กรณาวงกลมระดับความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการที่ตรงกับทัศนคติของท่านมากที่สุด

คะแนน 1 หมายถึง ท่านคิดว่าคุณลักษณะในหัวข้อนี้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้มาก ควรปรับปรุงอย่างยิ่ง

คะแนน 2 หมายถึง ท่านคิดว่าคุณลักษณะในหัวข้อนี้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ควรปรับปรุง

คะแนน 3 หมายถึง ท่านคิดว่าคุณลักษณะในหัวข้อนี้ เท่ากับที่คาดหวังไว้

คะแนน 4 หมายถึง ท่านคิดว่าคุณลักษณะในหัวข้อนี้ สูงกว่าที่คาดหวังไว้

คะแนน 5 หมายถึง ท่านคิดว่าคุณลักษณะในหัวข้อนี้ สูงกว่าที่คาดหวังไว้มาก

คุณลักษณะของสินค้าและบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ข้อเสนอแนะ
	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง	ไม่พอใจ	พอใจบ้าง เล็กน้อย	พอใจ มาก	พอใจ อย่างยิ่ง	
1. ด้านตัวสินค้า						
- รสชาติของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- กลิ่นของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- สีของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- ความสะอาดของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	1	2	3	4	5	
- ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	
2. ด้านราคา						
- มาตรฐานของราคา	1	2	3	4	5	
- ความสะดวกในการชำระเงิน	1	2	3	4	5	
- การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	1	2	3	4	5	
3. ด้านสถานที่						
- ทำเลที่ตั้งเหมาะสม ง่าย	1	2	3	4	5	
- สามารถติดต่อได้ง่าย (เช่น ทางโทรศัพท์ โทรสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์)	1	2	3	4	5	
- มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย เพียงพอ	1	2	3	4	5	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
- ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	1	2	3	4	5	
- การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม	1	2	3	4	5	
- เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	

คุณลักษณะของสินค้าและบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ข้อเสนอแนะ
	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง	ไม่พอใจ	พอใจบ้าง เล็กน้อย	พอใจ มาก	พอใจ อย่างยิ่ง	
5. ด้านบุคลากร - ความสุภาพของพนักงานขาย - มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในตัวสินค้า - ความรู้ของพนักงานขายเกี่ยวกับสินค้า	1 1 1	2 2 2	3 3 3	4 4 4	5 5 5	
6. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร - ความสะอาดของสถานที่ - สถานที่กว้างขวางสามารถเลือกชมสินค้า ได้สะดวก - พนักงานมีใบรับรองคุณภาพ - ชื่อเสียงดี เป็นที่รู้จัก - ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์	1 1 1 1 1	2 2 2 2 2	3 3 3 3 3	4 4 4 4 4	5 5 5 5 5	
7. ด้านกระบวนการ - ความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อ - การส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ทันตามกำหนด - การแก้ปัญหาเมื่อไม่สามารถส่งมอบ ผลิตภัณฑ์ได้ทันตามกำหนด - มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืน สินค้าที่มีปัญหา	1 1 1 1	2 2 2 2	3 3 3 3	4 4 4 4	5 5 5 5	
8. คำร้องเรียนหรือคำติชม - ปฏิกริยาของผู้ขายเมื่อมีการร้องเรียน หรือติชม - การจัดการกับคำร้องเรียนหรือติชม	1 1	2 2	3 3	4 4	5 5	
9. ความพึงพอใจโดยรวมในสินค้าและ บริการ	1	2	3	4	5	

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวชนิตา พันธุ์มณี
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤษภาคม 2522
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนนารีรัตน์ จังหวัดแพร่ ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษาปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2543
ทุนการศึกษา	ได้รับทุนอุดหนุนบัณฑิตศึกษาทุนชาชาคาว่า กองทุนชาชาคาว่า ประจำปีการศึกษา 2544 ได้รับทุนโครงการผลิตและพัฒนาอาจารย์ ทบวงมหาวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2546

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved