

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถาม
สำหรับการศึกษา

แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ
พิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับการศึกษา

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	IOC
2.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์				
2.1.1 สินค้าภายในร้านจะต้องเป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการใช้งานในเรื่องความคงทนและประสิทธิภาพการใช้งาน	1	1	1	1
2.1.2 สินค้าภายในร้านบางส่วนจะเป็นสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ และเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0	0	0	0*
2.1.3 สินค้าภายในร้านจะเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศโดยนำเข้าจากประเทศที่มีชื่อเสียงในนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการก่อสร้าง เช่น อเมริกา เยอรมนี และ ญี่ปุ่น เป็นต้น	1	1	1	1
2.1.4 สินค้าภายในร้านจะต้องมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานที่กำหนด ดังนี้	1	1	1	1
				
2.1.5 สินค้าภายในร้านสามารถนำมาคืนได้เมื่อลูกค้าเกิดความไม่พอใจหรือไม่ประทับใจในสินค้าภายใน 45 วัน	1	1	1	1
2.1.6 ผลิตภัณฑ์ภายในร้านจะต้องมีความสวยงามและทันสมัย	1	0	1	0.67
2.2 การกำหนดราคา				
2.2.1 ร้านมีการกำหนดราคาสินค้าที่หลากหลายตามคุณภาพของสินค้าตั้งแต่ราคาต่ำสุดจนถึงราคาสูงสุดเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อตามความสามารถในการซื้อของลูกค้า	1	1	1	1

กลยุทธ์ทางการตลาด		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	IOC
2.2.2	ร้านมีการตั้งราคาสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่นในพื้นที่	1	1	1	1
2.2.3	สินค้าภายในร้านสามารถต่อรองราคาได้เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมาก	1	1	1	1
2.2.4	สินค้าภายในร้านจะต้องมีป้ายกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจนในรูปแบบป้าย LED ดังรูป	1	1	1	1
					
2.2.5	ร้านจะมีการผ่อนชำระสินค้าเมื่อซื้อครบ 5000 บาทขึ้นไป โดยไม่มีดอกเบี้ยเป็นระยะเวลา 3 เดือน	0	0	-1	-0.33*
2.3 สถานที่ตั้งของร้าน					
2.3.1	สถานที่ตั้งของร้านจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นได้ง่าย	1	1	1	1
2.3.2	ร้านจะต้องมีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการโดยจะต้องมีที่จอดรถสำหรับรถบรรทุก รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ไว้บริการ	1	1	1	1
2.3.3	ร้านจะต้องมีพื้นที่ภายในกว้างขวาง สะดวกต่อการให้บริการและการใช้งานรถเข็นสำหรับเลือกซื้อสินค้า	1	1	1	1
2.3.4	สถานที่ตั้งของร้านจะต้องอยู่ติดถนนเส้นทางหลักเพื่อการเดินทางมาใช้บริการที่สะดวก	1	1	1	1
2.3.5	ร้านจะต้องมีที่โซนนั่งรอสำหรับผู้ติดตามของลูกค้ามาใช้บริการและมีเครื่องดื่มไว้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	1	1	1	1
					

กลยุทธ์ทางการตลาด	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	IOC
2.3.6 ป้ายของร้านจะเป็นรูปแบบจอ LED แสดงผลเพื่อ ประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมในแต่ละวัน 	-1	0	-1	-0.67*
2.4 การส่งเสริมการตลาด				
2.4.1 ร้านจะมีกิจกรรมการสะสมคะแนนเพื่อรับส่วนลด 	1	1	1	1
2.4.2 ร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น 	1	1	1	1
2.4.3 ร้านจะมีการจัดกิจกรรมสินค้าส่วนลดเนื่องในโอกาส พิเศษ เช่น ลดส่งท้ายปี ลดในวันพ่อ และลดในวันเกิด ของผู้ใช้บริการ เป็นต้น	1	1	1	1

กลยุทธ์ทางการตลาด	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	IOC
				
2.4.4 ร้านจะมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก VIP โดยจะได้รับ ส่วนลดทุกรายการสินค้า 5 เปอร์เซ็นต์มีค่าสมัคร 499 บาทต่อปี	0	1	1	0.67
2.4.5 สมาชิกของร้านจะได้รับการจัดส่งสินค้าฟรีจากร้านโดย สมาชิกธรรมดาจะได้รับ 1 ครั้งต่อเดือนและสมาชิก VIP จะได้รับ 2 ครั้งต่อเดือน	1	1	1	1

แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับการศึกษา พบว่ามีข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่ามาตรฐาน ผู้ศึกษาจึงได้ปรับแบบสอบถามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยมีการปรับคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

ข้อ 2.1.2 ปรับคำถาม คือ สินค้าภายในร้านบางส่วนจะเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อ 2.2.5 เปลี่ยนคำถาม คือ ราคาของสินค้าภายในร้านจะมีราคาใกล้เคียงกับร้านค้าออนไลน์

ข้อ 2.3.6 ปรับคำถาม คือ ป้ายของร้านเป็นรูปแบบจอ LED เพื่อแสดงถึงความทันสมัยของร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

ข้อ 2.4.6 เพิ่มคำถาม คือ ร้านจะมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของทางร้านผ่านจอ LED

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการศึกษา



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้า ในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ข้าพเจ้าใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ตอบแบบสอบถามโปรดให้ข้อเท็จจริงในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามและคำตอบของท่านจะไม่มีผลต่อหน้าที่การงาน และข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาด

ตอนที่ 3 ความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

หากผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบสอบถามสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ เบอร์ 085-3055-522 หรือ E – mail: Yudtitam.su.63@ubu.ac.th

ขอขอบพระคุณที่กรุณาเสียสละเวลาในการกรอกข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง

นายยุติธรรม สุตะคาน

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.1 เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

1.2 อายุ

☐ ต่ำกว่า 36 ปี

☐ 36 – 45 ปี

☐ มากกว่า 45 ปี

1.3 สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย/หย่า

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.4 ระดับการศึกษาปัจจุบัน

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ ปวส./ปวท./อนุปริญญาขึ้นไป

1.5 อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ เกษตรกร

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานเอกชน

☐ ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.6 รายได้ (ต่อเดือน)

☐ น้อยกว่า 10,001 บาท

☐ 10,001–15,000 บาท

☐ รายได้มากกว่า 15,000 บาท

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาด

รูปแบบของร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

รูปแบบตัวอย่างร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่จะนำมาประกอบการตอบแบบสอบถามของเขตพื้นที่ตำบลอ่างศิลา อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี จะมีรูปแบบตามภาพที่แสดงดังต่อไปนี้



บริเวณหน้าร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และการตกแต่ง



แยกประเภทสินค้าต่าง ๆ



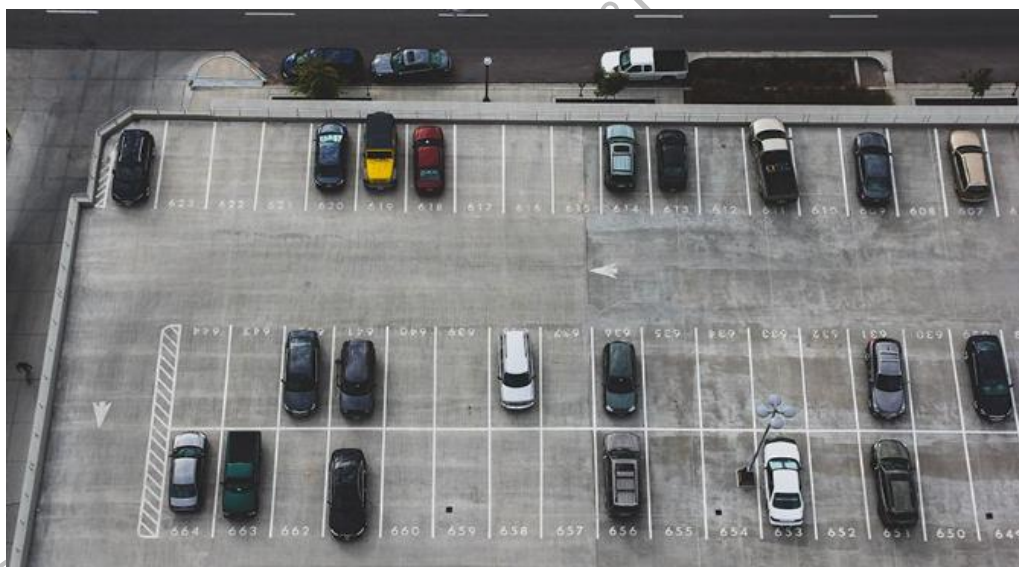
จัดเรียงสินค้าที่เป็นหมวดหมู่



จัดเรียงสินค้าคงคลัง



บริเวณภายนอกร้าน



พื้นที่จอดรถของร้านค้า

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์					
2.1.1 สินค้าภายในร้านจะต้องเป็นสินค้าที่มี ภาพลักษณ์ที่ดีในการใช้งานในเรื่องความคงทน และประสิทธิภาพการใช้งาน					
2.1.2 สินค้าภายในร้านบางส่วนจะเป็นสินค้าที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
2.1.3 สินค้าภายในร้านจะเป็นสินค้าที่นำเข้าจาก ประเทศ โดยนำเข้าจากประเทศที่มีชื่อเสียงใน ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการก่อสร้าง เช่น อเมริกา เยอรมนี และญี่ปุ่น เป็นต้น					
2.1.4 สินค้าภายในร้านจะต้องมีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพที่เป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานที่ กำหนด ดังภาพ 					
2.1.5 สินค้าภายในร้านสามารถนำมาคืนได้เมื่อลูกค้า เกิดความไม่พอใจหรือไม่ประทับใจในสินค้า ภายใน 45 วัน					
2.1.6 ผลิตภัณฑ์ภายในร้านจะต้องมีความสวยงามและ ทันสมัย					

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2 การกำหนดราคา					
2.2.1 ร้านมีการกำหนดราคาสินค้าที่หลากหลายตามคุณภาพของสินค้าตั้งแต่ราคาต่ำสุดจนถึงราคาสูงสุดเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อตามความสามารถในการซื้อของลูกค้า					
2.2.2 ร้านมีการตั้งราคาสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่นในพื้นที่					
2.2.3 สินค้าภายในร้านสามารถต่อรองราคาได้เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมาก					
2.2.4 สินค้าภายในร้านจะต้องมีป้ายกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจนในรูปแบบป้าย LED ดังภาพ					
					
2.2.5 ราคาของสินค้าภายในร้านจะมีราคาใกล้เคียงกับร้านค้าออนไลน์					
2.3 สถานที่ตั้งของร้าน					
2.3.1 สถานที่ตั้งของร้านจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นได้ง่าย					
2.3.2 ร้านจะต้องมีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการโดยจะต้องมีที่จอดรถสำหรับรถบรรทุก รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ไว้บริการ					

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.3.3 ร้านจะต้องมีพื้นที่ภายในกว้างขวาง สะดวกต่อการใช้บริการและการใช้งานรถเข็นสำหรับเลือกซื้อสินค้า					
2.3.4 สถานที่ตั้งของร้านจะต้องอยู่ติดถนนเส้นทางหลักเพื่อการเดินทางมาใช้บริการที่สะดวก					
2.3.5 ร้านจะต้องมีที่จอดรถสำหรับผู้ติดตามของลูกค้ามาใช้บริการและมีเครื่องดื่มไว้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย					
					
2.3.6 ป้ายของร้านจะเป็นรูปแบบจอ LED เพื่อแสดงถึงความทันสมัยของร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่					
					

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4 การส่งเสริมการตลาด					
2.4.1 ร้านจะมีกิจกรรมการสะสมคะแนนเพื่อรับส่วนลด 					
2.4.2 ร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น 					
2.4.3 ร้านจะมีการจัดกิจกรรมสินค้าส่วนลดเนื่องในโอกาสพิเศษ เช่นลดส่งท้ายปี ลดในวันพ่อ และลดในวันเกิดของผู้ใช้บริการ เป็นต้น 					

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4.4 ร้านจะมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก VIP โดยจะได้รับส่วนลดทุกรายการสินค้า 5 เปอร์เซ็นต์มีค่าสมัคร 499 บาทต่อปี					
2.4.5 สมาชิกของร้านจะได้รับการจัดส่งสินค้าฟรีจากร้านโดยสมาชิกธรรมดาจะได้รับ 1 ครั้งต่อเดือน และสมาชิก VIP จะได้รับ 2 ครั้งต่อเดือน					
2.4.6 ร้านจะมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของทางร้านผ่านจอ LED					

ตอนที่ 3 ความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ความต้องการที่จะเข้าใช้บริการของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3	ความต้องการที่จะมาใช้บริการที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ในระดับใด					

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ของ Krejcie and Morgan (1970)

ขนาด ประชากร (คน)	ขนาด ตัวอย่าง (คน)	ขนาด ประชากร (คน)	ขนาด ตัวอย่าง (คน)	ขนาด ประชากร (คน)	ขนาด ตัวอย่าง (คน)	ขนาด ประชากร (คน)	ขนาด ตัวอย่าง (คน)	ขนาด ประชากร (คน)	ขนาด ตัวอย่าง (คน)
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	3775
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	355	10,0000	384