

ภาคผนวก

PAYAP UNIVERSITY



มหาวิทยาลัยพายัพ
PAYAP UNIVERSITY

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

ที่ มทบ 0207/8.1/122

31 กรกฎาคม 2555

เรื่อง ขออนุญาตทำการศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการ และความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตรายชื่อดังเดิม"

เรียน กรรมการผู้สำเร็จ วิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ (1994) จำกัด

ซึ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบขอใบสมัครศึกษาวิทยานิพนธ์ (ฉบับร่าง)

ด้วย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (MBA) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ได้จัดการเรียน การสอนรายวิชา บธ. 99 วิทยานิพนธ์ ซึ่งนางสาววิภาวดี พุทธรัด รหัส 6308020378 นักศึกษาระดับสูงตรี วิทยาลัยบริหารธุรกิจ (MBA) มหาวิทยาลัยพายัพ มีความสนใจศึกษาในหัวข้อเรื่อง "ความสัมพันธ์ ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตรายชื่อดังเดิม"

ดังนั้น สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (MBA) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ โดยขอความ อนุเคราะห์ท่านอนุญาต ให้นักศึกษาเข้าทำการศึกษาวิทยานิพนธ์ในหัวข้อดังกล่าว โดยมี ดร. สุจิตต์ ไชยวรรณ เป็น อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อซึ่งผู้ประกอบธุรกิจห้างค้าปลีกชื่อดังเดิมสามารถ นำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและนำเสนอบริการที่เหมาะสมและก่อให้เกิดความ ภักดีของลูกค้า อันมีผลสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ ในการทำการศึกษาวิทยานิพนธ์ดังกล่าว จะเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับประชาชน ในจังหวัดเชียงใหม่ ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีได้สอบถาม ณ สถานที่ประกอบ การ

โดยตรง

จึงขอเรียนขอโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

(Signature)
(ดร. สุจิตต์ ไชยวรรณ)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(Signature)

ฐฐ/พพ/บพ
โทร. 407, 7215, 7210

มหาวิทยาลัยพายัพ อ.เมือง เชียงใหม่ 50000 โทร. (053) 851478-86 โทรสาร (053) 241983

Payap University, A. Muang, Chiang Mai 50000, THAILAND Tel. (66 53) 851478-86 FAX. (66 53) 241983 www.payap.ac.th

SEP. 05 2012 01:55PM P1

FRX NO. : 053904809

FROM : TONTREPHONCHITNONGM1

แบบสอบถาม เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและ
ความภักดีของลูกค้า : กรณีศึกษาซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย

ชื่อหัวเรื่องงานวิจัย

ภาษาไทย : ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีของ
ลูกค้า : กรณีศึกษาซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ภาษาอังกฤษ : Relationship Between Perceptions of Service Quality and
Customer Loyalty: The Local Supermarket in Chiang Mai

ชื่อผู้วิจัย : นางสาววิมลนิชา พุทธิเกิด

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. สุติกุล ไชยวรรณ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิทยานิพนธ์นี้ทำขึ้นเพื่อ

- 1) ศึกษาการรับรู้คุณภาพของการบริการในซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น โดยใช้มาตร
วัดคุณภาพการบริการ (SERVEQUAL Scale) ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988)
- 2) ศึกษาความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น
- 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและ
ความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1) ข้อมูลจากการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น
และนักวิชาการที่สนใจในด้านคุณภาพของการบริการ (SERVEQUAL) และความภักดีของลูกค้า
- 2) เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านคุณภาพของการบริการ (SERVEQUAL) และความ
ภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นในการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการใน
ซูเปอร์มาเก็ตและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจต่อไป

3) ผู้ประกอบการธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าสูงขึ้น

4) ผู้ประกอบการธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและนำเสนอบริการที่เหมาะสม ก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้าอันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันได้

ท้องถิ่น

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้ เนื่องจากท่านเป็นสมาชิกของซูเปอร์มาร์เก็ต

จำนวนผู้เข้าร่วมการวิจัย 400 คน ระยะเวลาที่จะทำวิจัยทั้งสิ้น 2 สัปดาห์

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย ท่านจะต้องตอบคำถามของแบบสอบถาม

ดังนี้

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาของคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นประเด็นข้อคำถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 คุณภาพของการบริการประกอบด้วย 5 มิติ คือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 22 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความภักดีของลูกค้า

เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น มีลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยจะถูกเก็บรักษาไว้ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคลแต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม

แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและความภักดีของลูกค้า : กรณีศึกษา
ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ()

1. ท่านเป็นสมาชิกซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นหรือไม่

- (1) ใช่ (ทำแบบสอบถามต่อ) (2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

3. อายุ

- (1) 16-20 ปี (2) 21-25 ปี (3) 26-30 ปี (4) 30-35 ปี
(5) 36-40 ปี (6) 41-45 ปี (7) 46-50 ปี (8) มากกว่า 50 ปี

4. ระดับการศึกษา

- (1) ประถมศึกษา (2) มัธยมศึกษาตอนต้น (3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
(4) อนุปริญญา/ปวส. (5) ปริญญาตรี (6) ปริญญาโทขึ้นไป
(7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

- (1) ข้าราชการ (2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (3) พนักงานบริษัท
(4) ครู/อาจารย์ (5) ธุรกิจส่วนตัว (6) รับจ้าง/ลูกจ้าง
(7) นิสิต/นักศึกษา (8) เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง (9) เกษียณ
(10) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ไม่เกิน 10,000 บาท (2) 10,001 – 15,000 บาท
(3) 15,001 – 20,000 บาท (4) 20,001 – 25,000 บาท
(5) 25,001 – 30,000 บาท (6) 30,001 – 35,000 บาท
(7) มากกว่า 35,000 บาท

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- (1) 1 คน (2) 2 คน (3) 3 คน (4) 4 คน (5) 5 คน ขึ้นไป

8. ความถี่ในการไปใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น

- (1) ทุกวัน (2) เมื่อผ่าน (3) ทุกครั้งที่ต้องการซื้อสินค้า (4) ไม่แน่นอน
(5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นต่อครั้ง

- (1) ไม่เกิน 100 บาท (2) 101 – 300 บาท (3) 301 – 500 บาท (4) 501 – 800 บาท
(5) 801 – 1,000 บาท (6) 1,000 – 2,000 บาท (7) มากกว่า 2,000 บาท

10. สาขาซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นที่เคยไปใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) สาขานวรัฐ (2) สาขามีโชคพลาซา (3) สาขาภาคฝรั่ง
(4) สาขานิรมิตดีเดลี (แอร์พอร์ต) (5) สาขาเจเจมาเก็ต

11. สาขาซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด

- (1) สาขานวรัฐ (2) สาขามีโชคพลาซา (3) สาขาภาคฝรั่ง
(4) สาขานิรมิตดีเดลี (แอร์พอร์ต) (5) สาขาเจเจมาเก็ต

12. เพราะเหตุใดท่านจึงไปใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นสาขาดังกล่าวบ่อยที่สุด

- (1) ใกล้ที่ทำงาน (2) ใกล้บ้าน (3) ที่จอดรถมีความสะดวกสบาย
(4) พนักงานให้บริการที่ดี (5) การตกแต่งร้านทันสมัย
(6) อื่นๆ _____

ส่วนที่ 2 คุณภาพของการบริการประกอบด้วย 5 มิติ คือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness)

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้ แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคุณภาพของการบริการที่ท่านเห็นว่าตรงมากที่สุด

ปัจจัยคุณภาพ ของการบริการ	คุณภาพของการบริการ						
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	1	2	3	4	5	6	7
ความเชื่อถือได้ (Reliability)							
1. ชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นสามารถปฏิบัติตามตามสโลแกนที่ให้กับลูกค้าที่ว่า "ทางเลือกของคนคิดสรร"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีการให้บริการอย่างถูกต้อง เช่น การออกใบเสร็จรับเงินตรงตามป้ายราคาสินค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีการให้บริการที่ตรงเวลา เช่น เวลาในการเปิด - ปิด และเวลาในการส่งมอบสินค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. พนักงานของชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นไม่เคยให้บริการที่ผิดพลาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ท่านมีความไว้วางใจในการช่วยเหลือของพนักงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
การให้ความมั่นใจ (Assurance)							
6. ชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นเป็นชูเปอร์มาเก็ตที่มีชื่อเสียงในด้านการให้บริการที่เป็นเลิศในระดับมากที่สุด ในจังหวัดเชียงใหม่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ท่านรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการกับชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. พนักงานของชูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีทักษะในการให้บริการ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย รวมถึงความรู้อื่น ๆ เพื่อตอบปัญหาของท่านได้อย่างชัดเจน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยคุณภาพ ของการบริการ	คุณภาพของการบริการ						
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	1	2	3	4	5	6	7
9. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นปฏิบัติ ต่อท่านอย่างสุภาพอ่อนโยน นอบน้อม และมี ไม่ตรีจิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)							
10. ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีอุปกรณ์และ เครื่องอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ สินค้า เช่น รถเข็นสินค้า และรถเข็นสำหรับ ผู้สูงอายุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีการตกแต่งตัว อาคารภายนอกและภายในได้อย่างสวยงาม และสะอาดในระดับมากที่สุด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น แต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบที่สะอาดเรียบร้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีการตกแต่งจัดวาง สินค้าสะดวกต่อการเลือกซื้อและมีป้ายบอก รายละเอียดต่าง ๆ ที่ชัดเจนและสวยงาม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
การเอาใจใส่ (Empathy)							
14. การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปได้ด้วย ความสะดวก ไม่ยุ่งยาก ทำได้ง่ายและมี ความคล่องตัว เช่น ช่วงเวลาที่รอรับบริการ ไม่นานเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. พนักงานซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นให้ข้อมูล แก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นยินดีรับฟัง ความคิดเห็นของลูกค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมี ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าแต่ละ คนที่แตกต่างกัน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมีพนักงานคอยดูแล อย่างเพียงพอแก่ลูกค้าทุกคน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยคุณภาพ ของการบริการ	คุณภาพของการบริการ						
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	1	2	3	4	5	6	7
การตอบสนอง (Responsiveness)							
19. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมี ความรู้และสามารถแนะนำการใช้สินค้าให้ ท่านอย่างชัดเจนและทันทีทันใด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมี ความพร้อมในการให้บริการแก่ท่าน ตลอดเวลา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. พนักงานของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นมี ความตั้งใจช่วยเหลือท่านและตอบสนอง ความต้องการของท่านได้ทุกครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. เมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ พนักงาน ของซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นยินดีปลื้มตัวจาก ธุระอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานให้บริการ เพื่อมา ให้บริการแก่ท่านทันที	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 3 ความภักดีของลูกค้า

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้ แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความภักดีของลูกค้าที่ท่านเห็นว่าตรงมากที่สุด

ความภักดีของลูกค้า	ความภักดีของลูกค้า						
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	1	2	3	4	5	6	7
1. ใน 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านให้บริการ ซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นบ่อยกว่า ซูเปอร์มาเก็ตอื่น ๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ท่านจะใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น ต่อไปอีกในอนาคตและบ่อยขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ท่านใช้บริการซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่น อย่างสม่ำเสมอเป็นระยะเวลานาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ความภักดีของลูกค้า	ความภักดีของลูกค้า						
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	1	2	3	4	5	6	7
4. ท่านไม่คิดที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการ ซูเปอร์มาร์เก็ตอื่นแม้ว่าซูเปอร์มาร์เก็ต อื่นมีการส่งเสริมการขายอย่างรุนแรง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ถ้าสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นขึ้น ราคาหรือมีราคาสูงกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต อื่น ท่านยังคงเลือกใช้บริการที่ ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นอยู่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ท่านเต็มใจแนะนำให้เพื่อนและคนใน ครอบครัวไปใช้บริการ ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล: บิวนิชา พุทธเกิด

วุฒิการศึกษา

ระดับปริญญาตรี: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เกษตรศาสตร์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2548

ระดับปริญญาโท: วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (โภชนศาสตร์ศึกษา)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2551

ประสบการณ์ทางวิชาการหรือการทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ (พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน)

สถานที่ติดต่อ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000