

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถามการฟื้นฟูการบริการที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีในการสร้างกลยุทธ์

**แบบสอบถาม**  
**การฟื้นฟูการบริการที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีในการสร้างกลยุทธ์**

แบบสอบถามนี้สอบถาม **ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ** ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสำรวจและวิจัย หัวข้อเรื่อง “กลยุทธ์สำหรับการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจส่งออกทางอากาศ” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทราบถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงความร่วมมือ ประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า และสร้างความพึงพอใจ โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 : การสอบถามถึงปัจจัยต่าง ๆ ของการฟื้นฟูการบริการ

นักวิจัยขอรับรองว่าจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ ข้อมูลที่ได้รับนั้นจะถูกนำเสนอในภาพรวมและถูกนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาเท่านั้น นักวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ทุกข้อ และขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่าน หรือเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม**

องค์กร : ..... ที่อยู่.....  
 ชื่อ-นามสกุล : ..... ตำแหน่ง.....  
 เบอร์โทรศัพท์ : ..... เบอร์โทรสาร..... E-mail : .....

**ส่วนที่ 2: การสอบถามถึงปัจจัยต่าง ๆ ของการศึกษาการฟื้นฟูการบริการ**

2.1 การบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	เกณฑ์การประเมิน	น้อยกว่าระดับ 3
2.1.1 โครงสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	5 4 3 2 1 N/A	โปรดระบุ

- 1) โครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีภายนอก เช่น สถานภาพด้านโครงข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ       .....
- 2) สถานภาพด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร       .....
- 3) สถานภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ       .....
- 4) สถานภาพบุคลากรกับความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ       .....

2.1.2 ความสามารถด้านบุคลากร	เกณฑ์การประเมิน	น้อยกว่าระดับ 3
2.1.2 ความสามารถด้านบุคลากร	5 4 3 2 1 N/A	โปรดระบุ

- 1) ความจำเป็น ในการพัฒนาบุคลากร หรือหาปัญหาที่จะต้องพัฒนาบุคลากร       .....
- 2) การวางแผน ในการพัฒนาบุคลากรมีกิจกรรมที่ต้องกำหนด       .....
- 3) การดำเนินการพัฒนาบุคคลตามที่ได้วางแผน       .....
- 4) การติดตามและประเมินผลการพัฒนากำลังคน       .....



3) การเข้าไปอยู่ในมุมมองของลูกค้าที่ทำให้ทราบภาษาของลูกค้า       .....

4) การจัดทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ มีการเรียบเรียงถ้อยคำให้ลูกค้า       .....

ทราบถึงข้อดีของสินค้า

5) การปรับแนวทางการตลาดและสินค้าให้สอดคล้องกับลูกค้า       .....

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด: 5 คือ ดีมาก 4 คือ ดี 3 คือ ปกติ 2 คือ ต่ำ 1 คือ ต่ำมาก  
N/A คือ ไม่ได้ให้บริการ

**2.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

---



---



---



---



---



---

**\*\*\* ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่าน \*\*\***