

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

เลขที่.....

โครงการวิจัยเรื่อง

ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

สำหรับเจ้าหน้าที่

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

T1=

2. อายุ

1. 15-22 ปี

4. 36-40 ปี

2. 23-30 ปี

5. 41-50 ปี

T2=

3. 31-35 ปี

6. ตั้งแต่ 51 ขึ้นไป

3. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท

2. 5,001-10,000 บาท

3. 10,001-15,000 บาท

4. 15,001-20,000 บาท

T3=

5. 20,001 บาทขึ้นไป

4. อาชีพ

1. นักเรียน/ นักศึกษา

2. พนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง

3. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. ธุรกิจส่วนตัว

T4=

5. แม่บ้าน/ พ่อบ้าน

6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษา

3. อนุปริญญา

4. ปริญญาตรี

T5=

5. สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพการสมรส

1. โสด
2. สมรส
3. หม้าย
4. หย่าร้าง

T6=	
-----	--

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างสำหรับเจ้าหน้าที่

7. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ด้วยเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เชื่อมั่นในชื่อและคุณภาพของสินค้า
2. มีผู้แนะนำ
3. ราคา
4. โปรโมชั่น
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์
6. โฆษณา

7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

1. 5 ครั้งต่อเดือน
2. 4 ครั้งต่อเดือน
3. 3 ครั้งต่อเดือน
4. 4 ครั้งต่อเดือน
5. มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

T8=	
-----	--

9. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ใน 1 ครั้ง ปริมาณเท่าใด

1. 1 กล่องเล็ก (200 ml.)
2. 6 กล่องเล็ก (1200 ml.)
3. 1 กล่องใหญ่ (1 lt.)

T9=	
-----	--

4. มากกว่า 1 กล่องใหญ่ (มากกว่า 1 lt.)

10. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มไปเพื่อสิ่งใด

1. บริโภคเอง
2. ตนเองและบุคคลในครอบครัวบริโภค
3. ของฝาก
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

T10=	
------	--

11. ใครมีอิทธิพลที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม

1. ตัวท่านเอง
2. บุคคลในครอบครัว
3. ญาติ
4. เพื่อน

T11=	
------	--

5. พนักงานขาย

6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. หนังสือพิมพ์

2. วิทยุ

T12=

3. โทรทัศน์

4. โบรชัวร์/ แผ่นพับ/ ใบปลิว

5. การจัดแสดงสินค้า

6. บุคคลอื่นแนะนำ

7. นิตยสารสิ่งพิมพ์

8. อินเทอร์เน็ต

9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☒ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
ด้านผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1	
13. ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ						T13 =
14. ครายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ						T14 =
15. รสชาติของผลิตภัณฑ์						T15 =
16. ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรับรอง						T16 =
17. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด						T17 =
18. มีกระบวนการผลิตที่สามารถตรวจสอบได้						T18 =
19. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะอาด อยู่ในสภาพดี						T19 =
20. ขนาดของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกตาม ความต้องการ						T20 =
ด้านราคา						
21. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม						T21 =
22. ความสะดวกในการชำระเงิน						T22 =
23. มีการลดราคาผลิตภัณฑ์เป็นช่วงเวลา						T23 =
24. มีการลดราคาผลิตภัณฑ์เมื่อซื้อในจำนวนที่ กำหนด						T24 =

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	4	3	2	1	
25. การขายโดยใช้พนักงานขายออกเสนอขายตามบ้าน						T25 =
26. มีแคลคูลัสแนะนำผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งสามารถสั่งซื้อได้						T26 =
27. มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป						T27 =
28. มีบริการเครื่องขายอัตโนมัติ ณ จุดขาย						T28 =
ด้านส่งเสริมการตลาด						
29. โปรโมชั่นของผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนลดของแถม						T29 =
30. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ						T30 =
31. โฆษณามีความน่าสนใจ						T31 =
32. มีการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดแสดงสินค้า						T32 =
33. มีการจัดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของกระเช้าของขวัญ						T33 =

ตอนที่ 4 ร่วมแสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
นางสาวจันทร์จิรา จันท์กระจำ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PRO1	75.0500	124.4095	.2220	.8585
PRO2	75.0300	125.0544	.2378	.8580
PRO3	74.7900	118.8602	.5264	.8503
PRO4	75.1400	114.9351	.6805	.8448
PRO5	75.3200	113.5453	.6639	.8442
PRO6	75.2100	112.2471	.7023	.8424
PRO7	74.9300	116.8895	.6395	.8471
PRO8	75.0200	115.7182	.7258	.8448
PRI1	74.8300	118.4936	.6295	.8485
PRI2	75.1800	115.1634	.6224	.8462
PRI3	75.2100	115.7848	.5697	.8478
PRI4	75.2700	115.1127	.6117	.8464
PLE1	75.7200	123.7001	.2302	.8585
PLE2	75.4700	125.0745	.2196	.8584
PLE3	75.0400	118.5713	.5403	.8499
PLE4	75.220	114.4639	.6524	.8451
PROM1	75.1900	117.6019	.4867	.8507
PROM2	75.2000	118.1307	.5412	.8496
PROM3	75.0500	120.0744	.4656	.8521
PROM4	75.2400	117.0476	.5020	.8501
PROM5	75.0900	102.6552	.2661	.9077

Reliability Coefficients

N of Cases = 200.0

N of Items = 21

Alpha = .8583