



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าธัญชาติอบกรอบ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของ นางสาวณัฐยา วัชรโชติพิมาย
2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเข้าธัญชาติอบกรอบ
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้าธัญชาติอบกรอบของผู้บริโภค
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเข้าธัญชาติอบกรอบของผู้บริโภค
3. กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงหรือตรงกับตัวท่านมากที่สุด
4. ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับผู้ศึกษา

1. เพศ () IV1
() ชาย () หญิง
2. อายุ () IV2
() ต่ำกว่า 15 ปี () 16-25 ปี
() 26-35 ปี () 36-45 ปี
() 46 ปีขึ้นไป
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด () IV3
() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ () IV4
 () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัท () ธุรกิจส่วนตัว
 () รับจ้างทั่วไป () แม่บ้าน
 () อื่นๆ ระบุ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () IV5
 () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 - 10,000 บาท
 () 10,001 – 15,000 บาท () 15,001 – 20,000 บาท
 () 20,001 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพ () IV6
 () โสด () สมรส
 () หย่าร้าง
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว () IV7
 () 1-2 คน () 3-4 คน
 () 5 คน ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติบกรอบ ในอำเภอ
เมืองเชียงใหม่**

สำหรับผู้ศึกษา

1. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติบกรอบยี่ห้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () DV1
 () เนสท์เล่ (Nestlé) เช่น โกโก้ครั้นช์ ไมโล ฮันนี่สตาร์ท เป็นต้น
 () เคลล็อกส์ (Kellogg's) เช่น คอนเฟล็กซ์ โกโก้ป๊อบ
 () ฮาน่า (Hahna)
 () อัลเพน (Alpen)
 () เฟมิลีเยน (Familia)
 () อาหารยอคคุณ หรือ โคนเน่
 () อื่นๆ ระบุ.....

2. ลักษณะผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบที่ท่านซื้อ () DV2
- () แบบแผ่นอบกรอบ () แบบเม็ดกลมอบกรอบ
- () แบบอักษรต่างๆอบกรอบ () แบบคุกกี้ผสมข้าวสาลีอบกรอบ
- () แบบเมล็ดข้าวพอง
- () แบบอื่นๆ ระบุ.....
3. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () DV3
- () แบบมีใยอาหารสูง () แบบที่มีแร่ธาตุและวิตามินสูง
- () แบบน้ำตาลน้อยและไขมันต่ำ
- () แบบสารอาหารครบถ้วนและมีตัวต้านอนุมูลอิสระ
- () แบบอื่นๆ ระบุ.....
4. ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบรสใด () DV4
- (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () รสช็อคโกแลต () รสธรรมชาติ (ไม่ใช่รสชาติอื่น)
- () รสผลไม้ () รสหวาน (เคลือบน้ำตาล)
- () รสน้ำผึ้ง () อื่นๆ ระบุ.....
5. ปกติท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบขนาดใด () DV5
- () ขนาดเล็ก 20-50 กรัม (ราคา 10-15บาท)
- () ขนาดกลาง 100-250 กรัม (ราคา 50-100บาท)
- () ขนาดใหญ่ มากกว่า 250 กรัม (ราคา 120-300บาท)
6. ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบต่อครั้ง () DV6
- () ทุกวัน () 4-6 ครั้ง/สัปดาห์
- () 1-3ครั้ง/สัปดาห์ () 2-3 ครั้งต่อเดือน
- () เดือนละครั้ง () อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. ความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบของท่าน () DV7
- () ทุกวัน () 4-6 ครั้ง/สัปดาห์
- () 1-3ครั้ง/สัปดาห์ () 2-3 ครั้งต่อเดือน
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. ปริมาณในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติออกรอบครั้งละกี่หน่วย (กล่อง/ถุง/กระป๋อง) () DV8
- () 1-2 หน่วย () 3 -4 หน่วย
() 5 หน่วย () มากกว่า 5 หน่วย
9. ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติออกรอบที่ท่านซื้อแต่ละครั้งจะบริโภคหมดภายใน () DV9
- () หนึ่งวัน () 2 - 3 วัน
() หนึ่งสัปดาห์ () หนึ่งเดือน
() อื่นๆ (โปรดระบุ)
10. ส่วนใหญ่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติออกรอบเพื่อ () DV10
- () รับประทานเอง () ให้เด็กที่บ้านรับประทาน
() ให้ทุกคนในบ้านรับประทาน () อื่นๆ ระบุ.....
11. ใครเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติออกรอบของท่าน () DV11
- () ตัวท่านเอง () บุตร
() ครอบครัว () พนักงานขาย
() อื่นๆ ระบุ.....
12. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติออกรอบด้วยเหตุผลใด () DV12
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () คุณค่าทางโภชนาการ () เชื่อมั่นในยี่ห้อผลิตภัณฑ์
() รสชาติอร่อย () บุตรหลานชอบรับประทาน
() ควบคุมน้ำหนัก () ของแถมที่ได้จากผลิตภัณฑ์
() ราคาที่คุ้มค่า () ต้องการความสะดวก รวดเร็ว
() สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ () สื่อประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์
() หาซื้อได้ง่าย () อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่
() อื่นๆ ระบุ
13. ส่วนใหญ่ท่านบริโภคอาหารรัฐชาติออกรอบในลักษณะใด () DV13
- () เป็นอาหารหลัก () เป็นอาหารเสริม
() เป็นอาหารว่าง

14. นอกเหนือจากวิถีชีวิตประจำวันปกติแล้ว ท่านบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบ
ในโอกาสใดบ้าง
() DV14
() เวลาเดินทาง/ท่องเที่ยว () เวลาเร่งรีบ/มีเวลาจำกัด
() เมื่อต้องการลดน้ำหนัก () เวลาต้องการความสะดวก
() อื่นๆ ระบุ.....
15. ส่วนใหญ่ท่านจะบริโภคอาหารรัฐชาติอบกรอบในช่วงเวลาใดและที่ใด () DV15
() ช่วงเช้าที่บ้าน () ช่วงเช้าที่ทำงาน
() ช่วงสายที่บ้าน () ช่วงสายที่ทำงาน
() ช่วงเย็นที่บ้าน () ช่วงเที่ยงที่ทำงาน
16. ส่วนใหญ่ท่านรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบโดยผสมกับ
() DV16
() รับประทานเปล่าๆ () รับประทานผสมกับนม
() รับประทานผสมกับน้ำผลไม้ () รับประทานผสมกับโยเกิร์ต
() อื่นๆ ระบุ.....
17. ส่วนใหญ่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบจากสถานที่ใด มากที่สุด () DV17
() ร้านขายของชำ/ร้านขายปลีก () ห้างสรรพสินค้าขายปลีก/ขายส่ง
() ร้านสะดวกซื้อ () ซูเปอร์สโตร์
() ซูเปอร์มาร์เก็ต () อื่นๆ ระบุ.....
18. ท่านพิจารณาสิ่งใดดังต่อไปนี้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบ
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () DV18
() ราคา () รสชาติ
() คุณค่าทางโภชนาการ () ความสะดวกในการรับประทาน
() รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบ
() รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

19. หากไม่มียี่ห้อที่ท่านซื้อประจำ ท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบอย่างไร
- () DV19
- () รอซื้อ ยี่ห้อเดิมในวันอื่นหรือหาซื้อให้ได้จากที่อื่นนั้น
- () ลองแบบใหม่ที่ไม่เคยซื้อ
- () เลือกยี่ห้ออื่นที่มีรสชาติเดิม หรือคล้ายกัน
- () เลือกซื้ออาหารเข้าแบบอื่นแทน เช่น ขนมนึ่ง เป็นต้น
20. กิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบใดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบ
- () DV20
- () ส่วนลดเงินสด () คุ้มครองส่วนลดในการซื้อครั้งหน้า
- () มีของแถมในกล่อง () ของแถมเพิ่มเติมเมื่อซื้อจำนวนมาก
- () รายการชิงโชค () สะสมฉลาก/คุ้มครองแลกของ
21. สื่อประเภทใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบของท่านมากที่สุด
- () DV21
- () โทรทัศน์ () วิทยุ
- () นิตยสารสุขภาพ () หนังสือพิมพ์/แผ่นพับ
- () โฆษณา ๓ จุดขาย () กิจกรรมแนะนำสินค้า
22. สื่อในห้างประเภทใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบของท่านมากที่สุด
- () DV22
- () ใบปลิวโฆษณา () การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่เห็นได้ชัด
- () แฉกโฆษณาที่ชั้นสินค้า () ที่วีในห้าง
- () การกระจายเสียงในห้าง () พนักงานในห้าง
- () การทดลองชิมฟรี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบของผู้บริโภค ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบต่อไป นี้ แล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบของผู้บริโภค		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.	คุณค่าและประโยชน์ต่อสุขภาพ					
2.	เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก					
3.	ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า					
4.	ข้อมูลโภชนาการและสารอาหารบนฉลาก					
5.	ความหลากหลายของส่วนผสมอาหารเข้ารัฐชาติอบกรอบ					
6.	ความหลากหลายของรสชาติ					
7.	ความสะดวกในการเตรียมเพื่อบริโภค					
8.	ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์					
9.	รูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม					
10.	สีสันทันรับประทาน					
11.	การมีเครื่องหมาย อย.					
12.	อื่นๆ ระบุ					
ราคา (Price)						
13.	ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน					
14.	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
15.	มีหลายระดับราคาให้เลือก					
16.	อื่นๆ ระบุ					
การจัดจำหน่าย (Place)						
17.	หาซื้อได้ง่าย/สะดวก					
18.	เป็นสถานที่จัดจำหน่ายอาหารสุขภาพโดยเฉพาะ					
19.	ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย					
20.	การจัดเรียงและวางสินค้า					
21.	มีที่จอดรถเพียงพอ					
22.	อื่นๆ ระบุ					
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
23.	การจัดหุ้มแนะนำสินค้าให้ลองชิม					
24.	การแถมหรือชิงโชค					
25.	สะสมคูปองแลกสินค้า					
26.	ลดราคา					
27.	การเพิ่มปริมาณ/ส่วนผสม(เช่น วิตามิน, ผลไม้)แต่ราคาเท่าเดิม					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาระดับความสำคัญของ ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรติดต่อก่อนแล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับ ปัญหาที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว ถ้าในข้อนั้นไม่ใช่ปัญหา ให้ใส่เครื่องหมาย / ในช่อง ไม่มี

ปัญหาด้านต่างๆ	ระดับปัญหา					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบไม่มีคุณค่าและประโยชน์ที่เพียงพอ						
2. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบมีรสหวานเกินไปหรือรสชาติไม่ดี						
3. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบ มีรสชาติให้เลือกน้อย ไม่มีความหลากหลายของสินค้า						
4. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบมีสีสังสดใสเกินธรรมชาติทำให้ไม่มั่นใจในตัวสินค้า						
5. การบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบมีขนาดไม่เหมาะสมและไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า						
6. ข้อมูลโภชนาการและฉลากอาหาร ขาด ไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วนหรือไม่มีข้อมูล						
7. ตราสินค้าไม่มีความน่าเชื่อถือ						
ราคา (Price)						
8. ราคาของผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบแพงไป ไม่เหมาะสม						
9. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบมีระดับราคาให้เลือกน้อยหรือมีขนาดเดียว						
การจัดจำหน่าย (Place)						
10. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบอยู่ไกลหาซื้อได้ยาก						
11. ผลิตภัณฑ์อาหารเข้าราชอาณาจักรกรอบ หาซื้อได้ยาก						
12. สถานที่จำหน่ายสกปรก ไม่เหมาะสม						
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
13. ไม่ได้รับข่าวสารการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ						
14. ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคา ทดลองชิม เพิ่มปริมาณ เป็นต้น						

ข้อเสนอแนะ.....

.....

ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นางสาวณัฐยา วัชระโชติพิมาย

วัน เดือน ปีเกิด 29 ตุลาคม 2527

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษา ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาระบบ
สารสนเทศคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ. 2549

ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด
ธนาคารกสิกรไทย สาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved