



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับการค้นคว้าแบบวิจัยอิสระ

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัด
เชียงใหม่

วัตถุประสงค์จากการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่
ในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเขียนรายงานการค้นคว้าอิสระ
ของหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม
ของท่าน และ ขอขอบพระคุณผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ

นางสาวจิราภรณ์ ทาอูโมงค์

ผู้จัดทำ

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ
ปัญหาในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน หรือ ตอบคำถาม
ลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ปัจจุบันท่านอายุ

ต่ำกว่า 15 ปี

15 – 20 ปี

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ระดับอนุปริญญา/ปวส.

ระดับปริญญาตรี

สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. อาชีพหลักของท่าน ได้แก่

นักเรียน/นักศึกษา

แม่บ้าน

รับจ้าง

ค้าขาย

เกษตรกร

รับราชการ

พนักงานบริษัทเอกชน

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท

5,001 – 15,000 บาท

15,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

6. ลักษณะที่อยู่อาศัย

หอพัก

บ้านเช่า

บ้านส่วนตัว

บ้านพักสวัสดิการ/บ้านพักที่สถานที่

ทำงานจัดให้พัก

อื่นๆ (ระบุ).....

7. สถานภาพสมรส

 โสด สมรส หม้าย อื่นๆ (ระบุ).....

8. จำนวนผู้ที่พักอาศัยอยู่กับท่านในปัจจุบัน

 1 คน 2 คน 3 คน 4 คน 5 คน มากกว่า 5 คน**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่**

“ผักสดตัดแต่ง” ในที่นี้ หมายถึง ผักสดทุกชนิด ทุกฤดูกาล ที่ผ่านกระบวนการล้าง ตัดแต่ง และ บรรจุในบรรจุภัณฑ์ เช่น ถุงพลาสติก กถ่องพลาสติก เป็นต้น

1. ท่านนิยมซื้อผักสดตัดแต่งยี่ห้อใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

 คอยคำ เกษตรธรรมชาติยอดคอย เค.ซี. เฟรช (KC Fresh) ชูปเปอร์เฟรช ดาหวัน (Dawan) ผักดอกเตอร์ ออแกนิก ปาร์ค เอส พี ฟาร์ม (Sp. Farm) อื่นๆ(ระบุ)..... ไม่สนใจยี่ห้อ

2. ท่านตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่ง เพราะเหตุใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

 อยากทดลองบริโภค มั่นใจความปลอดภัยจากสารเคมี ความสดของผักสดตัดแต่ง ความสะอาดของผักสดตัดแต่ง ปริมาณตรงตามความต้องการ ประเภทผักตัดแต่งผักตรงกับความต้องการ บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การหาซื้อง่าย อื่นๆ (ระบุ).....3. ท่านนิยมซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ใด **บ่อยที่สุด** (ตอบเพียงคำตอบเดียว) ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัส ริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต บิ๊กซี คาร์ฟูร์ อื่นๆ(ระบุ).....

4. ท่านซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้ง มีวิธีตัดสินใจอย่างไรในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> สะดวกในการเดินทาง | <input type="checkbox"/> ใกล้บ้าน |
| <input type="checkbox"/> ใกล้ที่ทำงาน | <input type="checkbox"/> มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง |
| <input type="checkbox"/> มีสินค้าอื่นๆ ให้เลือกซื้อ | <input type="checkbox"/> มีผักสดตัดแต่งหลากหลายชนิด |
| <input type="checkbox"/> เชื่อมั่นคุณภาพ | <input type="checkbox"/> การบริการที่ดีของพนักงาน |
| <input type="checkbox"/> การโฆษณา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... |

5. ท่านนิยมไปซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่วันและเวลาใด บ่อยที่สุด

5.1. วัน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) | <input type="checkbox"/> วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์) |
|---|--|

5.2. เวลา (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ช่วงเช้า (09.00 – 12.00 น.) | <input type="checkbox"/> ช่วงเที่ยง (12.01 – 13.00 น.) |
| <input type="checkbox"/> ช่วงบ่าย (13.01 – 16.00 น.) | <input type="checkbox"/> ช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.) |
| <input type="checkbox"/> ช่วงค่ำ (19.01 – 20.00 น.) | <input type="checkbox"/> หลังเวลา 20.01 น. |

6. ความถี่ที่ท่านซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ทุกวัน | <input type="checkbox"/> 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละครั้ง | <input type="checkbox"/> 2 – 3 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> เดือนละครั้ง | |

7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของท่านคือใคร

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> บิดา/มารดา |
| <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

8. โดยทั่วไปท่านตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่กี่ชนิดในแต่ละครั้ง

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ชนิดเดียว | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 ชนิด |
|------------------------------------|---|

9. โดยเฉลี่ยท่านตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในปริมาณเท่าไรในแต่ละครั้ง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าครึ่งกิโลกรัม | <input type="checkbox"/> ครึ่งกิโลกรัม |
| <input type="checkbox"/> 1 กิโลกรัม | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 กิโลกรัม |

10. โดยเฉลี่ยท่านซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นจำนวนเงินเท่าไร
ในแต่ละ ครั้ง
- ไม่เกิน 20 บาท 21 – 50 บาท
- 51 – 70 บาท 71 – 100 บาท
- มากกว่า 100 บาท
11. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้อย่างไร
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- การบอกต่อ การโฆษณาในสื่อวิทยุ
- การโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์
- งานจัดนิทรรศการต่างๆ การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าปลีก
สมัยใหม่
- อื่นๆ (ระบุ).....
12. ท่านทราบความแตกต่างระหว่างผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ กับ ผักสดใน
ตลาดสดทั่วไปในเรื่องใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ความสะอาดรวดเร็วในการนำไปประกอบอาหาร
- ความปลอดภัยจากสารเคมีของผักสดตัดแต่ง
- กรรมวิธีการผลิตผักสดตัดแต่ง
- ความสด สะอาดของผักสดตัดแต่ง
- การบรรจุภัณฑ์ของผักสดตัดแต่ง
- อื่นๆ(ระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ ปัญหาในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่องว่างในตารางตามระดับความสำคัญดังนี้

ตารางที่ ๗1 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย					
2. ปลอคสารพิษ/ สารเคมี					
3. ความหลากหลายของผักสดตัดแต่ง					
4. ประโยชน์จากผักสดตัดแต่ง					
5. ยี่ห้อ/ตรา ของผักสดตัดแต่ง					
6. ขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผักสดตัดแต่ง					
7. ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์					
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
9. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ					
10. มีเครื่องหมายรับรองความปลอดภัย					
11. ระบุราคาบนบรรจุภัณฑ์					
12. ระบุคุณค่าทางโภชนาการ					
13. ระบุน้ำหนัก					
14. ระบุแหล่งที่มา หรือ สถานที่ผลิต					
15. ระบุวันที่ผลิต/ วันที่บรรจุ					
ด้านราคา					
1. ราคาใกล้เคียงกับราคาในตลาดสด					
2. ราคาถูกกว่าราคาในตลาดสด					
3. ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้า					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ความสะอาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่					
2. มีการจัดวาง/แบ่งพื้นที่ที่เหมาะสม					

ตารางที่ ๗1 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยความประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. การตกแต่งของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีความสวยงาม					
4. มีรถเข็น/ตะกร้าให้บริการ					
5. มีช่องบริการรับชำระเงินเพียงพอ					
6. มีสถานที่จอดรถ					
7. ใกล้บ้าน					
8. ใกล้ที่ทำงาน					
9. การเดินทางสะดวก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการลดราคา (ก่อนร้านค้าปิด)					
2. มีการลดราคา ในช่วงเทศกาล ต่างๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น					
3. มีรายการแจก/แถม					
4. มีพนักงานขายแนะนำ					

ปัญหาที่ท่านพบในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผักสดตัดแต่งมีลักษณะซ้ำ ไม่สวยงาม | <input type="checkbox"/> ผักสดตัดแต่งไม่สด สะอาด |
| <input type="checkbox"/> ไม่มั่นใจในความปลอดภัยเรื่องสารเคมี | <input type="checkbox"/> ลักษณะบรรจุภัณฑ์ไม่สวย |
| <input type="checkbox"/> ลักษณะบรรจุภัณฑ์ไม่สะอาด | <input type="checkbox"/> ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน |
| <input type="checkbox"/> ราคาผักสดตัดแต่งมีราคาแพง | <input type="checkbox"/> สถานที่จัดจำหน่ายผักสดตัดแต่งไม่มีที่
จอดรถ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... | |

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผักสดตัดแต่งที่ท่านต้องการซื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

.....

.....

.....

- ขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง -

ภาคผนวก ข
คู่มือการลงรหัสแบบสอบถาม

คู่มือการลงรหัส

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และความหมาย	ข้อสังเกต
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1	SEX	เพศ	1	1 = ชาย 2 = หญิง	เลือกได้ คำตอบเดียว
2	AGE	อายุ	1	1 = ต่ำกว่า 15 ปี 2 = 15-20 ปี 3 = 21-30 ปี 4 = 31-40 ปี 5 = 41-50 ปี 6 = มากกว่า 50 ปี	เลือกได้ คำตอบเดียว
3	EDUC	การศึกษา	1	1 = ต่ำกว่าระดับประถม 2 = ประถมศึกษา 3 = มัธยมศึกษาตอนต้น 4 = มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. 5 = อนุปริญญา/ปวส. 6 = ปริญญาตรี 7 = สูงกว่าปริญญาตรี	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และความหมาย	ข้อสังเกต
4	OCCUP	อาชีพ	1	1 = นักเรียน/นักศึกษา 2 = แม่บ้าน 3 = รับจ้าง 4 = ค้าขาย 5 = เกษตรกร 6 = รับราชการ 7 = พนักงานบริษัทเอกชน 8 = พนักงานรัฐวิสาหกิจ 9 = ธุรกิจส่วนตัว 0 = อื่นๆ	เลือกได้ คำตอบเดียว
5	INCOME	รายได้ต่อ เดือน	1	1 = ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 2 = 5,001 - 15,000 3 = 15,001 - 20,000 4 = 20,001 - 30,000 5 = 30,001 - 50,000 6 = มากกว่า 50,000	เลือกได้ คำตอบเดียว
6	ADDRESS	ที่อยู่อาศัย	1	1 = หอพัก 2 = บ้านเช่า 3 = บ้านส่วนตัว 4 = อื่นๆ	เลือกได้ คำตอบเดียว
7	MARRY	สถานภาพ	1	1 = โสด 2 = สมรส 3 = หม้าย 4 = บ้านพักสวัสดิการ/บ้านพัก ที่สถานที่ทำงานจัดให้พัก 5 = อื่นๆ	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
8	FAMILY	จำนวนสมาชิก	1	1 = 1 คน 2 = 2 คน 3 = 3 คน 4 = 4 คน 5 = 5 คน 6 = มากกว่า 5 คน	เลือกได้ คำตอบเดียว
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่					
1	ท่านนิยมซื้อผักสดตัดแต่งยี่ห้อใดบ้าง				
	Y1	คอบค้ำ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลาย คำตอบ โดย กำหนด จำนวนตัว แปรเท่ากับ จำนวน ทางเลือก
	Y2	เกษตรธรรมชาติยอดคอบ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y3	เก.ซี.เฟรช	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y4	ซูเปอร์เฟรช	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y5	คาหวาน	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y6	ผักดอกเตอร์	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y7	ออแกนิกปาร์ค	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y8	เอส.พี.ฟาร์ม	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y9	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	Y10	ไม่สนใจยี่ห้อ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
2	ท่านตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่ง เพราะเหตุใด				
	W1	อยากทดลองบริโภค	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลาย คำตอบโดย กำหนด จำนวนตัว แปรเท่ากับ จำนวน ทางเลือก
	W2	มั่นใจความปลอดภัยจาก สารเคมี	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W3	ความสดของ ผักสดตัดแต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W4	ความสะอาดของผักสดตัด แต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W5	ปริมาณตรงตามความ ต้องการ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W6	ประเภทผักตัดแต่งตรงกับ ความต้องการ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W7	บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W8	ราคาเหมาะสมคุณภาพ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W9	การหาซื้อง่าย	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	W10	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
3	PL	สถานที่ซื้อบ่อยที่สุด	1	1 = ท็อปส์ 2 = เทสโก้โลตัส 3 = ริมปิง 4 = บิ๊กซี 5 = คาร์ฟูร์ 6 = อื่นๆ	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ๒ แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัว แปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
4	วิธีการตัดสินใจเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่				
	HP1	สะดวกในการเดินทาง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลาย คำตอบโดย กำหนดจำนวนตัว แปรเท่ากับจำนวน ทางเลือก
	HP2	ใกล้บ้าน	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP3	ใกล้ที่ทำงาน	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP4	มีสถานที่จอดรถ กว้างขวาง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP5	มีสินค้าอื่นๆ ให้เลือกซื้อ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP6	มีผักสดคัดแต่งหลายชนิด	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP7	เชื่อมั่นคุณภาพ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP8	การบริการที่ดีของ พนักงาน	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP9	การโฆษณา	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	HP10	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
5	ทำนนิยมซื้อผักสดคัดแต่งในวันค้าปลีกสมัยใหม่วันเวลาใดบ่อยที่สุด.				
5.1	DAY	วัน	1	1 = จันทร์-ศุกร์ 2 = เสาร์ - อาทิตย์	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ๒ แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
5.2	TIME	เวลา	1	1 = 09.00 – 12.00 2 = 12.01 – 13.00 3 = 13.01 – 16.00 4 = 16.01 – 19.00 5 = 19.01 – 20.00 6 = หลังเวลา 20.01	เลือกได้ คำตอบเดียว
6	FREQ	ความถี่ในการซื้อ	1	1 = ทุกวัน 2 = 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ 3 = สัปดาห์ละครั้ง 4 = 2-3 ครั้ง/เดือน 5 = เดือนละครั้ง	เลือกได้ คำตอบเดียว
7	PERSON	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อผักสด ตัดแต่ง	1	1 = ตัวท่านเอง 2 = บิดา/มารดา 3 = ญาติ 4 = เพื่อน 5 = อื่นๆ	เลือกได้ คำตอบเดียว
8	TYPE	ตัดสินใจซื้อผักสดตัด แต่งกี่ชนิดต่อครั้ง	1	1 = ชนิดเดียว 2 = มากกว่า 1 ชนิด	เลือกได้ คำตอบเดียว
9	NUMB	ปริมาณที่ซื้อ	1	1 = น้อยกว่าครึ่งกิโล 2 = ครึ่งกิโลกรัม 3 = 1 กิโลกรัม 4 = มากกว่า 1 กิโล	เลือกได้ คำตอบเดียว
10	PAY	จำนวนเงินที่ซื้อ	1	1 = ไม่เกิน 20 บาท 2 = 21-50 บาท 3 = 51-70 บาท 4 = 71-100 บาท 5 = มากกว่า 100 บาท	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ๒ แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
11	ทราบข้อมูลอย่างไร				
	KH1	บอกต่อ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลาย คำตอบโดย กำหนดจำนวน ตัวแปรเท่ากับ จำนวนทางเลือก
	KH2	สื่อวิทยุ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	KH3	สื่อโทรทัศน์	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	KH4	สื่อสิ่งพิมพ์	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	KH5	งานนิทรรศการต่างๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	KH6	จัดแสดงสินค้าภายใน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	KH7	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
12	ทราบความแตกต่างระหว่างผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่กับผักสดในตลาดสดทั่วไป ใน เรื่องใด				
	DIF1	ความสะดวกรวดเร็วใน การนำไปประกอบ อาหาร	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลาย คำตอบโดย กำหนดจำนวน ตัวแปรเท่ากับ จำนวนทางเลือก
	DIF2	ความปลอดภัยจาก สารเคมีของผักสดตัด แต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	DIF3	กรรมวิธีการผลิตผักสด ตัดแต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	DIF4	ความสด สะอาดของผัก สดตัดแต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	

ตารางที่ ๗2 แสดงการลงทะเบียนสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
	DIF5	การบรรจุภัณฑ์ของผัก สดตัดแต่ง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
	DIF6	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ ปัญหาในการตัดสินใจในการ ซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่					
PRODUCT		ด้านผลิตภัณฑ์			
1	PROD1	ความสด สะอาด ถูก สุขอนามัย	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
2	PROD2	ปลอดภัย/สารเคมี	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
3	PROD3	ความหลากหลายของ ผักสดตัดแต่ง	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
4	PROD4	ประโยชน์จากผักสดตัด แต่ง	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ๒ แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
5	PROD5	ยี่ห้อ/ตรา ของผักสดตัด แต่ง	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
6	PROD6	ขนาดของบรรจุภัณฑ์ เหมาะสมกับผักสดตัด แต่ง	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
7	PROD7	ความสะอาดของบรรจุ ภัณฑ์	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
8	PROD8	ความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
9	PROD9	มีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
10	PROD10	มีเครื่องหมายรับรอง ความปลอดภัย	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
11	PROD11	ระบุราคานับรรจุ ภัณฑ์	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
12	PROD12	ระบุคุณค่าทาง โภชนาการ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
13	PROD13	ระบุน้ำหนัก	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
14	PROD14	ระบุแหล่งที่มา หรือ สถานที่ผลิต	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
15	PROD15	ระบุวันที่ผลิต/ วันที่ บรรจุ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
PRICE		ด้านราคา			
1	PRIC1	ราคาใกล้เคียงกับราคา ในตลาดสด	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
2	PRIC2	ราคาถูกกว่าราคาใน ตลาดสด	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
3	PRIC3	ราคาสมเหตุสมผลกับ คุณภาพสินค้า	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
PLACE		ด้านช่องทางจัดจำหน่าย			
1	PLAC1	ความสะอาดของร้านค้า ปลีกสมัยใหม่	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
2	PLAC2	มีการจัดวาง/แบ่งพื้นที่ที่ เหมาะสม	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
3	PLAC3	การตกแต่งของร้านค้า ปลีกสมัยใหม่มีความ สวยงาม	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
4	PLAC4	มีรถเข็น/ตะกร้า ให้บริการ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
5	PLAC5	มีช่องบริการรับชำระ เงินเพียงพอ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
6	PLAC6	มีสถานที่จอดรถ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงทะเบียนสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
7	PLAC7	ใกล้บ้าน	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
8	PLAC8	ใกล้ที่ทำงาน	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
9	PLAC9	การเดินทางสะดวก	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
PROMOTION		ด้านส่งเสริมการตลาด			
1	PROMO1	มีการลดราคา(ก่อน ร้านค้าปิด)	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
2	PROMO2	มีการลดราคาในช่วง เทศกาลต่างๆ เช่น ปี ใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว

ตารางที่ ๒๒ แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
3	PROMO3	มีรายการแจก/แถม	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
4	PROMO4	มีพนักงานขาย แนะนำ	1	1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด	เลือกได้ คำตอบเดียว
ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่					
1	PROB1	ผักสดตัดแต่งมี ลักษณะซ้ำ ไม่ สวยงาม	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลายคำตอบ โดยกำหนดจำนวน ตัวแปรเท่ากับจำนวน ทางเลือก
2	PROB2	ผักสดตัดแต่งไม่สด สะอาด	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
3	PROB3	ไม่มั่นใจในความ ปลอดภัยเรื่องสารเคมี	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
4	PROB4	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ไม่สวยงาม	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
5	PROB5	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ไม่สะอาด	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
6	PROB6	ไม่มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	
7	PROB7	ราคาผักสดตัดแต่งมี ราคาแพง	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	

ตารางที่ ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ที่	ชื่อตัวแปร	รายการข้อมูล	ขนาดตัวแปร (จำนวนหลัก/ ช่อง)	ค่าที่เป็นไปได้และ ความหมาย	ข้อสังเกต
8	PROB8	สถานที่จัดจำหน่าย ผักสดคัดแต่งไม่มีที่ จอดรถ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	เลือกได้หลายคำตอบ โดยกำหนดจำนวน ตัวแปรเท่ากับจำนวน ทางเลือก
9	PROB9	อื่นๆ	1	0 = ไม่เลือก 1 = เลือก	

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาวจิราภรณ์ ทาอูโมงค์

วัน เดือน ปี เกิด

27 กุมภาพันธ์ 2524

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสวนบุญโญปถัมภ์ ลำพูน
ปีการศึกษา 2543
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีการศึกษา 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved