



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มี ต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าจาก มะม่วงหิมพานต์เหลือทิ้ง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าจากมะม่วงหิมพานต์เหลือทิ้ง เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลมะม่วงหิมพานต์ได้อย่างเหมาะสม จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ตามความเป็นจริงและครบถ้วนทุกข้อ เนื่องจากหากข้อมูลที่ได้ไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน อาจทำให้การสำรวจในครั้งนี้ไม่สามารถนำไปใช้ได้ทางปฏิบัติ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากท่านในครั้งนี้ จะถูกเก็บเป็นความลับ และจะไม่นำข้อมูลรายบุคคลไปเปิดเผยในที่ใดๆ อย่างเคร่งครัด

Indicates required question

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ ปี *

2. เพศ *

Mark only one oval.

ชาย

หญิง

3. สถานภาพ *

Mark only one oval.

โสด/หย่า

สมรส

4. 4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว คน (รวมผู้ให้สัมภาษณ์) *

5. 5. ระดับการศึกษา *

Mark only one oval.

- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- อนุปริญญา/ปวท./ปวส.
- กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- กำลังศึกษาระดับปริญญาโท
- ปริญญาโทหรือสูงกว่า
- อื่นๆ

6. 6. อาชีพ *

Mark only one oval.

- นักเรียน/นักศึกษา
- รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน
- เกษียณ
- พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ
- เกษตรกร
- ว่างงาน
- อื่นๆ

7. 7. ประมาณการรายจ่าย(ของผู้ตอบ) บาท/เดือน *

8. 8. ถ้าให้เปรียบเทียบฐานะของครอบครัว ท่านคิดว่าท่านอยู่ในกลุ่มใด *

Mark only one oval.

- ฐานะดีกว่าครอบครัวทั่วไปมาก
- ฐานะค่อนข้างดีกว่าครอบครัวทั่วไป
- ฐานะปานกลาง
- ฐานะค่อนข้างต่ำกว่าครอบครัวทั่วไป
- ฐานะต่ำกว่าครอบครัวทั่วไปมาก

9. 9 ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลมะม่วงหิมพานต์หรือไม่

Mark only one oval.

- ไม่เคยรู้จัก
- เคยได้ยินแต่ไม่เคยเห็น
- เคยเห็นแต่ไม่เคยทาน
- เคยทานแต่ไม่เคยซื้อ
- เคยซื้อแต่ไม่เคยทาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลมะม่วงหิมพานต์ ก่อน รับรู้ข้อมูล

ขอให้ท่านดูภาพต่อไปนี้ เพื่อตอบคำถามข้อ 10 - 34

แยมมะม่วงหิมพานต์ : ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลมะม่วงหิมพานต์



10. 10. ฉันต้องการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลมะม่วงหิมพานต์ *

Mark only one oval.

- ไม่ต้องการ
 ไม่แน่ใจ
 ต้องการซื้อ

11. 11. ฉันคิดว่าราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์นี้ (250 กรัม) มีราคา บาท/ *
 ขวด

12. 12. ฉันคิดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะม่วงหิมพานต์จำนวน ขวด *

13. 13 เมื่อพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่รู้จักสิ่งแรกที่ฉันกังวลใจคือราคา

Mark only one oval.

- 1 2 3 4 5
 น้อย มากที่สุด

14. 14 ฉันกังวลว่าราคาจะไม่เหมาะสมกับความเต็มใจจ่ายของฉัน

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

15. 15 ฉันต้องการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับข้อมูลที่ฉันมีก่อนตัดสินใจซื้อ

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

16. 16 ฉันจะซื้อผลิตภัณฑ์หากราคาถูก แม้ไม่ทราบถึงคุณภาพ

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

17. 17 ฉันคิดว่าฉันให้ความสำคัญกับราคาสินค้ามากที่สุด

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

18. 18 เมื่อพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยรู้จักฉันต้องการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อมาก่อน

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

19. 19 ฉันมักไม่ซื้อสินค้าที่ไม่เคยเห็นในสื่อโฆษณามาก่อน

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

20. 20 ฉันมักไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ฉันไม่คุ้นเคยกับส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

21. 21 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ณ.จุดขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของฉัน

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

22. 22 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อของฉัน

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

23. 23 เมื่อพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่รู้จักฉันมักมองหาตราสินค้า

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

24. 24 ฉันไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าที่ฉันไม่รู้จัก

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

25. 25 ฉันมักไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ไม่สอดคล้องกับตัวฉัน

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

26. 26 ฉันมักเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีมีมาตรฐาน

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

27. 27 ฉันมักซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

28. 28 ฉันมักซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกย่อง

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

29. 29 ฉันมักซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์ให้สวยงาม

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

30. 30 ฉันไม่เชื่อสินค้าที่ฉันไม่มั่นใจในคุณภาพ

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

31. 31 ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่รู้จักฉันมักกังวลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

32. 32 ฉันไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ฉันไม่มั่นใจในคุณภาพของการผลิต

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

33. 33 ฉันมักกังวลว่าฉันมีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

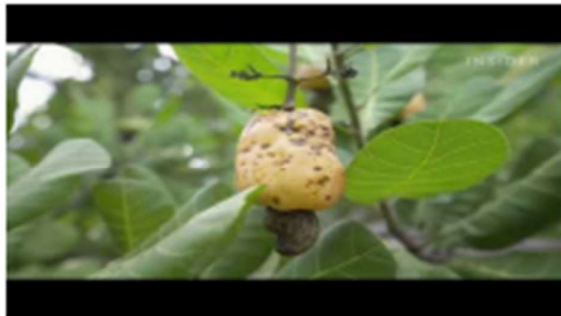
34. 34. ฉันไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ฉันแน่ใจว่ามีกระบวนการผลิตที่หลายสิ่งแวดล้อม

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
					มากที่สุด
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ม่วงหิมพานต์ หลัง รับรู้ข้อมูล

ขอให้ท่านชมคลิปวิดีโอ เพื่อตอบคำถามข้อ 35-61



http://youtube.com/watch?v=TUS7jsl1_SA

35. 35. หลังจากชมคลิปวิดีโอแล้ว ฉันคิดว่าฉันต้องการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ม่วงหิมพานต์

Mark only one oval.

- ไม่ต้องการ
- ไม่แน่ใจ
- ต้องการซื้อ

36. 36. ราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์นี้ (250 กรัม) มีราคา บาท/ขวด *

37. 37. ฉันจะซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจำนวน ขวด *

38. 38. ฉันจะซื้อหากราคาเหมาะสมกับความเต็มใจจ่ายของฉัน *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

39. 39. ฉันจะซื้อหากราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. 40. ฉันจะซื้อหากผลิตภัณฑ์มีราคาถูก *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

41. 41. ราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของฉัน *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

46. 46. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อของฉัน *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

47. 47. การตัดสินใจซื้อของฉันไม่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

48. 48. ฉันมีความมั่นใจในข้อมูลของผู้ผลิตสินค้า *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

49. 49. ฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติภาพลักษณ์ที่ดี *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

50. 50. ผลิตภัณฑ์ดูน่ารับประทาน *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

51. 51. ฉันชอบทดลองผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

52. 52. การตัดสินใจซื้อของฉันไม่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

53. 53. ฉันจะเลือกซื้อหากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

54. 54. ฉันจะซื้อหากผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

55. 55. ฉันจะซื้อหากผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลหรือการยกย่อง *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

56. 56. ฉันจะซื้อหากผลิตภัณฑ์เพราะมีรูปลักษณ์ที่สวยงามน่ารับประทาน *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

57. 57. การตัดสินใจซื้อของฉันไม่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

62. ข้อเสนอแนะ

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี