

**ภาคผนวก ก**  
**(แบบสอบถาม)**

แบบสอบถามชุดที่.....



## แบบสอบถาม

## การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

## ของกาแฟผงสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นประกอบการวิจัยดำเนินการโดย นักศึกษาระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 2 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง คำตอบของท่านจะถูกรวบรวมและนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอนและขอขอบพระคุณที่ท่านเสียสละเวลา ณ โอกาสนี้

นายกรพัชร จันทระเจริญ

ผู้วิจัย

\*\*\*\*\*

**ส่วนที่ 1: คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1.1) ชาย

1.2) หญิง

2.อายุ

2.1) 17 – 23 ปี

2.2) 24 – 30 ปี

2.3) 31 – 37 ปี

2.4) 38 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษาสูงสุด

3.1) ประถมศึกษา

3.2) มัธยมศึกษาตอนต้น

3.3) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

3.4) อนุปริญญา / ปวศ.

3.5)ปริญญาตรี

3.6) สูงกว่าปริญญาตรี

## 4.อาชีพ

- 4.1) นิสิต/นักศึกษา  4.2) รับราชการ
- 4.3) พนักงานบริษัท  4.4) รัฐวิสาหกิจ
- 4.5) เจ้าของธุรกิจ  4.6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 5.1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  5.2) 5,000 – 10,000 บาท
- 5.3) 10,001 – 20,000 บาท  5.4) 20,001 – 30,000 บาท
- 5.5) 30,001 – 40,000 บาท  5.6) 40,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2: ข้อมูลพฤติกรรมกรซื้อ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน**

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมกรซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวันของท่านมากที่สุด

## 6.ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด

- 6.1) เนสกาแฟ  6.2) ชูปเปอร์คอฟฟี่มิกส์
- 6.3) มอคโคน่าทรีโอ  6.4) เบอร์รี่
- 6.5) เขาช่อง  6.6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 7. ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน ต่อครั้งจำนวนเท่าใด

- 7.1) ซื้อมากกว่า 1 ซอง  7.2) แพ็คเล็ก (10 ซอง)
- 7.3) แพ็คใหญ่ (30ซอง)

## 8.ท่านชอบดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน รสชาติใดมากเป็นที่สุด

- 8.1) เอสเพรสโซ  8.2) คาปูชิโน
- 8.3) มอคค่า  8.4) ลาเต้
- 8.5) อเมริกาโน่  8.6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 9.ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

- 9.1) 1-2 ครั้ง/เดือน  9.2) 3-4 ครั้ง/เดือน
- 9.3) มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน  9.4) ทุกวัน

## 10.ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน ต่อครั้งจำนวนเท่าไร

- 10.1) ไม่เกิน 100 บาท/ครั้ง  10.2) 100-200 บาท/ครั้ง
- 10.3) มากกว่า 200 บาท/ครั้ง

## 11.ท่านมีสาเหตุ สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน

- 11.1) ชอบในรสชาติที่ดีกว่ากาแฟประเภทอื่น  11.2) ยี่ห้อของกาแฟ
- 11.3) สามารถพกพาได้อย่างสะดวก  11.4) ราคาถูกกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ
- 11.5) หาซื้อได้ง่าย  11.6) ทดแทนเครื่องดื่มประเภทอื่น
- 11.7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กาแฟผงสำเร็จรูป หรืออินวัน คือ

- 12.1) ตัวเอง  12.2) บุคคลในครอบครัว
- 12.3) เพื่อน  12.4) พนักงานขาย
- 12.5) ดารา / บุคคลที่มีชื่อเสียง  12.6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านเลือกซื้อกาแฟผงสำเร็จรูป หรืออินวัน จากสถานที่ใดมากที่สุด

- 13.1) ร้านสะดวกซื้อ / มินิมาร์ท  13.2) ร้านขายของชำ/ ร้านโชห่วย
- 13.3) ซูเปอร์มาร์เก็ต / ห้างสรรพสินค้า  13.4) ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมัน
- 13.5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### ส่วนที่ 3: ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออินวัน

**คำชี้แจง :** จากข้อความต่อไปนี้ให้ท่านทำเครื่องหมาย / ลงในช่องของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออินวันของท่านมากที่สุด โดยในแต่ละข้อท่านสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียว

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1.1	มีรสชาติที่หลากหลาย					
1.2	มีบรรจุภัณฑ์ / ฉลากที่สวยงาม					
1.3	ดื่มได้สะดวกทันทีตามต้องการ					
1.4	พกพาได้สะดวก					
1.5	กลิ่นหอมของกาแฟ					
1.6	ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า					
1.7	สามารถเก็บรักษาได้นาน					
1.8	มีการระบุรายละเอียดที่ชัดเจนบนฉลาก เช่น วันหมดอายุ ข้อมูลส่วนผสม ข้อมูลโภชนาการ เป็นต้น					
<b>2. ด้านราคา</b>						
2.1	เลือกซื้อเพราะราคาถูกกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ เช่น กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม กาแฟคั่วบด					
2.2	เลือกซื้อระดับราคา ที่เหมาะสมกับคุณภาพ และ ประโยชน์ที่ได้รับ					
2.3	ราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด					
2.4	ราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่					

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>						
3.1	สามารถหาซื้อได้สะดวก					
3.2	สถานที่จำหน่ายมีการตกแต่งร้านสวยงาม					
3.3	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน					
3.4	สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถเพียงพอ					
3.5	สถานที่จัดจำหน่ายมีคมนาคมที่สะดวกสบาย					
<b>4. ด้านส่งเสริมการตลาด</b>						
4.1	เลือกซื้อเพราะมีการลดราคา					
4.2	เลือกซื้อเพราะมีของแถม					
4.3	เลือกซื้อเพราะมีทดลองชิมผลิตภัณฑ์					
4.4	เลือกซื้อเพราะมีคู่มือหรือโปสเตอร์					
4.5	เลือกซื้อเพราะมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์					
4.6	การใช้ดารานักเป็นพรีเซนเตอร์					

\*\*\*\*\*ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*\*\*

ภาคผนวก ข  
(คู่มือการลงรหัส)

### คู่มือการลงรหัส (Code Book)

ชื่อตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V1	เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง 9 = missing	
V2	อายุ	1 = 15-20 ปี 2 = 21-26 ปี 3 = 27-32 ปี 4 = 33 ปีขึ้นไป 9 = missing	
V3	การศึกษา	1 = ประถมศึกษา 2 = มัธยมศึกษาตอนต้น 3 = มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช 4 = อนุปริญญา / ปวส 5 = ปริญญาตรี 6 = สูงกว่าปริญญาตรี 9 = missing	
V4	อาชีพ	1 = นิสิต/นักศึกษา 2 = รัฐบาล 3 = พนักงานบริษัท 4 = รัฐวิสาหกิจ 5 = เจ้าของธุรกิจ 6 = อื่นๆ 9 = missing	
V5	รายได้	1 = ต่ำกว่า 5,000 บาท 2 = 5,000 – 10,000 บาท 3 = 10,001 – 20,000 บาท 4 = 20,001 – 30,000 บาท 5 = 30,001 – 40,000 บาท 6 = 40,001 บาทขึ้นไป 9 = missing	

ชื่อตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V6	ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออื่น วัน ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด	1 = เนสกาแฟ 2 = ชูปเปอร์คอฟฟี่มิกส์ 3 = มอคโคน่าทรีโอ 4 = เบอรัตี้ 5 = เขาช่อง 6 = อื่นๆ 9 = missing	
V7	ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออื่น วัน ต่อครั้งจำนวนเท่าใด	1 = 1 ซอง 2 = แพ็คเล็ก (10 ซอง) 3 = แพ็คใหญ่ (30 ซอง) 9 = missing	
V8	ท่านชอบดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรือ อื่นวัน รสชาติใดมากเป็นที่สุด	1= เอสเพรสโซ่ 2= คาปูชิโน่ 3= มอคค่า 4= ลาเต้ 5= อเมริกาโน่ 6= อื่นๆ 9 = missing	
V9	ท่านซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออื่น วัน โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน	1= 1-2 ครั้ง /เดือน 2 = 3-4 ครั้ง /เดือน 3= มากกว่า 4 ครั้ง /เดือน 4 =ทุกวัน 9 = missing	
V10	ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซื้อ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง หรืออื่นวัน ต่อ ครั้งจำนวนเท่าไร	1 = ไม่เกิน 100 บาท/ครั้ง 2 = 100-200 บาท/ครั้ง 3 = มากกว่า 200 บาท/ครั้ง 9 = missing	



ชื่อตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V11	ท่านมีสาเหตุ สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทรีอินวัน	1= ชอบในรสชาติที่ดีกว่ากาแฟ ประเภทอื่น 2= ยี่ห้อของกาแฟ 3= สามารถพกพาได้อย่างสะดวก 4= ราคาถูกกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ 5= หาซื้อได้สะดวก 6= ทดแทนเครื่องดื่มประเภทอื่น 7= อื่นๆ 9= missing	
V12	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กาแฟสำเร็จรูป ทรีอินวัน	1= ตัวเอง 2= บุคคลในครอบครัว 3= เพื่อน 4= พนักงานขาย 5= ดารา / บุคคลที่มีชื่อเสียง 6= อื่นๆ 9= missing	
V13	ท่านเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป ทรีอินวัน จากสถานที่ใดมากที่สุด	1= ร้านสะดวกซื้อ / มินิมาร์ท 2= ร้านขายของชำ / ร้านโชห่วย 3= ซูเปอร์มาร์เก็ต / ห้างสรรพสินค้า 4= ร้านค้าในสถานีบริการน้ำมัน 5= อื่นๆ 9= missing	
V14	มีรสชาติที่หลากหลาย	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V15	มีบรรจุภัณฑ์ / ฉลากที่สวยงาม	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	

ตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V16	ดื่ม ได้สะดวกทันทีตามต้องการ	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V17	พกพาได้สะดวก	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V18	กลิ่นหอมของกาแฟ	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V19	ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V20	สามารถเก็บรักษาได้นาน	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	

ตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V21	มีการระบุรายละเอียดที่ชัดเจนบนฉลาก เช่น วันหมดอายุ ข้อมูลส่วนผสม ข้อมูลโภชนาการ เป็นต้น	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V22	เลือกซื้อเพราะราคาถูกกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ เช่น กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม กาแฟคั่วบด	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V23	เลือกซื้อระดับราคา ที่เหมาะสมกับคุณภาพ และประโยชน์ที่ได้รับ	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V24	ราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V25	ราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหือ	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด	

ตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
		9 = missing	
V26	สามารถหาซื้อได้สะดวก	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V27	สถานที่จำหน่ายมีการตกแต่งร้านสวยงาม	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V28	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V29	สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถเพียงพอ	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V30	สถานที่จัดจำหน่ายมีคมนาคมที่สะดวกสบาย	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด	

ตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
		9 = missing	
V31	เลือกซื้อเพราะมีการลดราคา	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V32	เลือกซื้อเพราะมีของแถม	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V33	เลือกซื้อเพราะมีทดลองชิมผลิตภัณฑ์	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V34	เลือกซื้อเพราะมีคู่มือเชิงโชค	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	

ตัวแปร	รายการของข้อมูล	ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้	หมายเหตุ
V35	เลือกซื้อเพราะมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	
V36	การใช้ดารารเป็นฟรีเซนต์เตอร์	1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 2 = ระดับความสำคัญน้อย 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง 4 = ระดับความสำคัญมาก 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 9 = missing	