

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

ตารางวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าความ สอดคล้อง (IOC)
	ท่านที่	ท่านที่	ท่านที่	รวม	
	1	2	3	คะแนน	
กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด					
2.1 การโฆษณา					
2.1.1 ลักษณะสินค้าในป้ายโฆษณาของร้านอุบลบ้านเพชรกับสินค้าที่ร้านมีลักษณะตรงกัน	1	1	1	1	1.00
2.1.2 ป้ายโฆษณาของร้านอุบลบ้านเพชร เมื่อวางใกล้ ๆ กับป้ายโฆษณาอื่น ๆ จะมีความเด่นชัดกว่า	1	1	1	3	1.00
2.1.3 ป้ายโฆษณาของร้านมีรูปแบบและสีที่น่าสนใจ	1	1	1	3	1.00
2.1.4 ป้ายโฆษณาให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าอย่างหลากหลาย ทำให้ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของร้านอย่างครบถ้วน	1	1	1	3	1.00
2.1.5 ป้ายโฆษณามี QR Code (คิวอาร์โค้ด) เพื่อให้ลูกค้าสแกนเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าภายในร้านอุบลบ้านเพชร	1	1	1	3	1.00
2.2 การขายโดยใช้พนักงาน					
2.2.1 พนักงานขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดีกว่าการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หรือสื่อต่าง ๆ	1	1	1	3	1.00
2.2.2 พนักงานขายมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	1	1	1	3	1.00
2.2.3 พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี	1	1	1	3	1.00
2.2.4 พนักงานขายพูดจาสุภาพ และยิ้มแย้มอยู่เสมอ	1	0	1	2	0.67
2.2.5. พนักงานขายให้การบริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค	1	1	1	1	1.00
2.3 การส่งเสริมการขาย					
2.3.1 ทางร้านมีกิจกรรม ลด แลก แจก แถมให้อยู่เสมอ	1	0	1	2	0.67

คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าความ สอดคล้อง (IOC)
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	รวม คะแนน	
2.3.2 ทางร้านมีการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นพิเศษตามโอกาส หรือเทศกาลต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น	1	1	1	3	1.00
2.3.3 ทางร้านมีบริการจัดส่งฟรีในเขตเทศบาล หากมีการสั่งซื้อตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น	1	1	1	3	1.00
2.3.4 ทางร้านมีสิทธิพิเศษหรือระบบสมาชิก เพื่อนำแต้มสะสมไปแลกของที่ระลึกกับทางร้าน	1	0	1	2	0.67
2.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์					
2.4.1 ในช่วงเปิดร้านใหม่ ท่านเคยพบเห็นการเชิญชวนให้ไปใช้บริการผ่านการประชาสัมพันธ์หรือประกาศผ่านสื่อและรถประชาสัมพันธ์	1	0	1	2	0.67
2.4.2 ท่านเคยเห็นพนักงานของร้านชวนคุย หรือเชิญชวนมาใช้บริการที่ร้าน	1	0	1	2	0.67
2.4.3 ท่านเคยได้ยินการประกาศชื่อร้านผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมแข่งขันกีฬาชุมชน วันเด็ก หรือกิจกรรมอื่น ๆ	1	0	1	2	0.67
การตัดสินใจซื้อ					
3.1 การรับรู้ปัญหา					
3.1.1 หากท่านมีความต้องการที่จะบริโภคอาหารประเภทไส้กรอกหรือลูกชิ้น ท่านจะนึกถึงร้านอาหารสดและแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.1.2 ทุกครั้งที่ท่านนึกถึงส่วนประกอบของเนื้อสัตว์ที่มีจำหน่ายอย่างจำกัด เช่น ไส้หมู หัวหมู ตับ เป็นต้น ท่านจะนึกถึงอาหารแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.1.3 หากท่านอยากรับประทานเนื้อหรือหมูสไลด์ ท่านจะนึกถึงร้านอาหารสดและแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.2 การแสวงหาข้อมูล					

คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าความ สอดคล้อง (IOC)
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	รวม คะแนน	
3.2.1 ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาหรือโปรโมชั่นจากแหล่งต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต	1	1	1	3	1.00
3.2.2 ท่านจะค้นหาข้อมูลโดยการไปถึงประสบการณ์ที่เคยไปใช้บริการร้านแห่งนั้น	1	1	1	3	1.00
3.2.3 ท่านสอบถามจากเพื่อน หรือ คนรู้จักให้แนะนำร้านขายอาหารสดและแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.3 การประเมินผลทางเลือก					
3.3.1 ท่านจะคำนึงถึงสารอาหารและคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากอาหาร	1	1	1	3	1.00
3.3.2 ท่านเลือกซื้ออาหารสดและแช่แข็งโดยพิจารณาจากความคุ้นเคยจากผู้ประกอบการหรือร้านที่รู้จัก	1	1	1	3	1.00
3.3.3 ท่านจะใช้ระยะทางในการประเมินเลือกร้าน	1	0	1	2	0.67
3.4 การตัดสินใจ					
3.4.1 ท่านมาซื้อสินค้าที่ร้านแห่งนี้ด้วยความบังเอิญเนื่องจากขับรถผ่านร้านอาหารสดและแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.4.2 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารสดและอาหารแช่แข็งเพราะเห็นโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	1	1	1	3	1.00
3.4.3 ท่านตั้งใจมาใช้บริการที่ร้านแห่งนี้ เพราะเชื่อมั่น และมั่นใจในคุณภาพของอาหารสดและแช่แข็ง	1	1	1	3	1.00
3.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ					
3.5.1 ท่านจะกลับมาซื้ออาหารสดและแช่แข็งจากร้านอุบลบ้านเพชรอีกครั้ง	1	1	1	3	1.00
3.5.2 ท่านจะแนะนำหรือบอกต่อไปยังเพื่อน และบุคคลอื่น ๆ ให้มาซื้ออาหารสดและแช่แข็งที่ร้านอุบลบ้านเพชร	1	1	1	3	1.00
3.5.3 ท่านจะกล่าวถึงสิ่งที่ดีและความประทับใจเกี่ยวกับร้านอุบลบ้านเพชร ให้บุคคลอื่นรับทราบ	1	1	1	3	1.00

หมายเหตุ: คำถามข้อที่ 2.1.1 และ 2.2.5 ได้มีการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วเรียบร้อยแล้ว

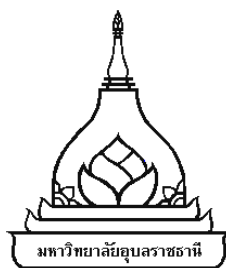
2.1.1 ท่านมีแรงจูงใจในการซื้ออาหารสดและแช่แข็งจากการได้รับสื่อโฆษณาทาง
อินเทอร์เน็ต และป้ายโฆษณา

2.2.5 พนักงานขายให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสดและแช่แข็งของผู้บริโภค
กรณีศึกษา ร้านอุบลบ้านเพชร อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสดและแช่แข็งของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านอุบลบ้านเพชร อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ข้าพเจ้าใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถาม โปรดให้ข้อเท็จจริงในการตอบแบบสอบถามชุดนี้โดยละเอียด คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อหน้าที่การงานและข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

หากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบสอบถาม สามารถติดต่อได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 062-686-9454 หรือ E-mail: Ratchaniphon.su.65@ubu.ac.th

ขอขอบพระคุณที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างยิ่ง

นางสาวรัชนิกรณ์ สืบสาว

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย✓ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1.1 เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

1.2 อายุ

☐ น้อยกว่า 16 ปี

☐ 16 – 20 ปี

☐ 21 – 25 ปี

☐ 26 – 30 ปี

☐ 31 – 35 ปี

☐ มากกว่า 35 ปี

1.3 สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน

☐ หย่า/หม้าย

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ประถมศึกษา

☐ อนุปริญญา/ปวส.

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.5 อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานเอกชน

☐ รับจ้างทั่วไป

☐ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 10,001 บาท

☐ 10,001-15,000 บาท

☐ 15,001-20,000 บาท

☐ 20,001-25,000 บาท

☐ มากกว่า 25,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 การโฆษณา					
2.1.1 ลักษณะสินค้าในป้ายโฆษณาของร้านอุบลบ้านเพชรกับสินค้าที่ร้านมีลักษณะตรงกัน					
2.1.2 ป้ายโฆษณาของร้านอุบลบ้านเพชร เมื่อวางใกล้ ๆ กับป้ายโฆษณาอื่น ๆ จะมีความเด่นชัดกว่า					
2.1.3 ป้ายโฆษณาของร้านมีรูปแบบและสีสันท่าสนใจ					
2.1.4 ป้ายโฆษณาให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าอย่างหลากหลาย ทำให้ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของร้านอย่างครบถ้วน					
2.1.5 ป้ายโฆษณามี QR Code (คิวอาร์โค้ด) เพื่อให้ลูกค้าแสกนเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าภายในร้านอุบลบ้านเพชร					
2.2 การขายโดยใช้พนักงาน					
2.2.1 พนักงานขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดีกว่าการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หรือสื่อต่าง ๆ					
2.2.2 พนักงานขายมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ					
2.2.3 พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี					
2.2.4 พนักงานขายพูดจาสุภาพ และยิ้มแย้มอยู่เสมอ					
2.2.5 พนักงานขายให้การบริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค					
2.3 การส่งเสริมการขาย					
2.3.1 ทางร้านมีกิจกรรม ลด แลก แจก แถม ให้อยู่เสมอ					
2.3.2 ทางร้านมีการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นพิเศษตามโอกาสหรือเทศกาลต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น					
2.3.3 ทางร้านมีบริการจัดส่งฟรีในเขตเทศบาล หากมีการสั่งซื้อตามเงื่อนไขที่กำหนด					

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.3.4 ทางร้านมีสิทธิพิเศษหรือระบบสมาชิก เพื่อนำแต้มสะสมไปแลกของที่ระลึกกับทางร้าน					
2.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์					
2.4.1 ในช่วงเปิดร้านใหม่ ท่านเคยพบเห็นการเชิญชวนให้ไปใช้บริการผ่านการประชาสัมพันธ์หรือประกาศผ่านสื่อและรถประชาสัมพันธ์					
2.4.2 ท่านเคยเห็นพนักงานของร้านชวนคุย หรือเชิญชวนมาใช้บริการที่ร้าน					
2.4.3 ท่านเคยได้ยินการประกาศชื่อร้านผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมแข่งขันกีฬาชุมชน วันเด็ก หรือกิจกรรมอื่น ๆ					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย✓ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 การรับรู้ปัญหา					
3.1.1 หากท่านมีความต้องการที่จะบริโภคอาหารประเภทไส้กรอกหรือลูกชิ้น ท่านจะนึกถึงร้านอาหารสดและแช่แข็ง					
3.1.2 ทุกครั้งที่ท่านนึกถึงส่วนประกอบของเนื้อสัตว์ที่มีจำหน่ายอย่างจำกัด เช่น ไส้หมู หัวหมู ตับ เป็นต้น ท่านจะนึกถึงอาหารแช่แข็ง					
3.1.3 หากท่านอยากรับประทานเนื้อหรือหมูสไลด์ ท่านจะนึกถึงร้านอาหารสดและแช่แข็ง					
3.2 การแสวงหาข้อมูล					
3.2.1 ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาหรือโปรโมชั่นจากแหล่งต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต					

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2.2 ท่านจะค้นหาข้อมูลโดยการนั่งถึงประสบการณ์ที่เคยไปใช้บริการร้านแห่งนั้น					
3.2.3 ท่านสอบถามจากเพื่อน หรือ คนรู้จักให้แนะนำร้านขายอาหารสดและแช่แข็ง					
3.3 การประเมินผลทางเลือก					
3.3.1 ท่านจะคำนึงถึงสารอาหารและคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากอาหาร					
3.3.2 ท่านเลือกซื้ออาหารสดและแช่แข็งโดยพิจารณาจากความคุ้นเคยจากผู้ประกอบการหรือร้านที่รู้จัก					
3.3.3 ท่านจะใช้ระยะทางในการประเมินเลือกร้าน					
3.4 การตัดสินใจ					
3.4.1 ท่านมาซื้อสินค้าที่ร้านแห่งนี้ด้วยความบังเอิญเนื่องจากขับรถผ่านร้านอาหารสดและแช่แข็ง					
3.4.2 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารสดและอาหารแช่แข็ง เพราะเห็นโปรโมชั่นที่น่าสนใจ					
3.4.3 ท่านตั้งใจมาใช้บริการที่ร้านแห่งนี้ เพราะเชื่อมั่น และมั่นใจในคุณภาพของอาหารสดและแช่แข็ง					
3.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ					
3.5.1 ท่านจะกลับมาซื้ออาหารสดและแช่แข็งจากร้านอุบลบ้านเพชรอีกครั้ง					
3.5.2 ท่านจะแนะนำหรือบอกต่อไปยังเพื่อน และบุคคลอื่น ๆ ให้มาซื้ออาหารสดและแช่แข็งที่ร้านอุบลบ้านเพชร					
3.5.3 ท่านจะกล่าวถึงสิ่งที่ดีและความประทับใจเกี่ยวกับร้านอุบลบ้านเพชร ให้บุคคลอื่นรับทราบ					