

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

ข้อที่	รายการ	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
1.2	อายุ					
	() ต่ำกว่า 16 ปี	1	0	1	2	0.67
	() 16-20 ปี	1	0	1	2	0.67
	() 21-25 ปี	1	0	1	2	0.67
	() 26-30 ปี	1	0	1	2	0.67
	() 31-35 ปี	1	0	1	2	0.67
	() มากกว่า 35 ปี	1	0	1	2	0.67
1.3	สถานภาพ					
	() โสด	1	1	1	3	1
	() สมรส/อยู่ด้วยกัน	1	1	1	3	1
	() หย่า/หม้าย	1	1	1	3	1
	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	3	1
1.4	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	1	0	2	0.67
	() ปวส./ปวท./อนุปริญญา	1	1	1	3	1
	() ปริญญาตรี	1	1	1	3	1
	() ปริญญาโท	1	1	1	3	1
1.5	อาชีพ					
	() นักเรียน/นักศึกษา	1	1	1	3	1
	() ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	1	1	3	1
	() พนักงานเอกชน	1	1	1	3	1
	() รับจ้างทั่วไป	1	1	1	3	1
	() ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	1	1	1	3	1
	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	3	1

ข้อที่	รายการ	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
1.6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	() น้อยกว่า 10,001 บาท	1	1	1	3	1
	() 10,001 – 20,000 บาท	1	1	1	3	1
	() 20,001 – 30,000 บาท	1	1	1	3	1
	() 30,001 – 40,000 บาท	1	1	1	3	1
	() 40,001 – 50,000 บาท	1	1	1	3	1
	() มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	1	1	1	3	1
2.1	ประเภทเครื่องสำอางที่ท่านซื้อ ที่ท่านนิยมซื้อบ่อยที่สุด					
	() ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า (Skin care)	1	1	1	3	1
	() ผลิตภัณฑ์สำหรับแต่งหน้า (Make up)	1	1	1	3	1
	() ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย (Body Care)	1	1	1	3	1
	() ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Hair Care)	1	1	1	3	1
	() ผลิตภัณฑ์ดูแลมือ และเล็บ (Hand and Nail Care)	1	1	1	3	1
	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	3	1
2.2	เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อเครื่องสำอาง					
	() มีสินค้าให้เลือกหลากหลายตราสินค้า	1	0	1	2	0.67
	() ราคาสินค้ามีความสมเหตุสมผล	1	0	1	2	0.67
	() มีการให้ข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน	1	0	1	2	0.67
	() มีบริการจัดส่งฟรี	1	0	1	2	0.67

ข้อที่	รายการ	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2.3	ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของท่าน					
	() ตนเอง	1	0	1	2	0.67
	() เพื่อน	1	0	1	2	0.67
	() พนักงานขาย	1	0	1	2	0.67
	() บิวตี้บล็อกเกอร์	1	0	1	2	0.67
	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	0	1	2	0.67
2.4	ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง					
	() สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	1	1	1	3	1
	() 2-3 สัปดาห์/ครั้ง	1	1	0	2	0.67
	() เดือนละครั้ง	1	1	1	1	1
	() ไม่แน่นอน	1	1	1	1	1
2.5	ช่องทางที่ท่านเลือกซื้อเครื่องสำอาง					
	() Line	1	1	1	3	1
	() Facebook	1	1	1	3	1
	() Shopee	1	1	1	3	1
	() ร้านบิวตี้ทั่วไป	1	1	1	3	1
	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	3	1
2.6	ท่านเลือกวิธีการชำระเงินด้วยวิธีใด					
	() เงินสด	1	1	1	3	1
	() พร้อมเพย์	1	1	0	2	0.67
	() อินเทอร์เน็ตโมบายแบงก์กิ้ง	1	1	1	3	1
	() บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	1	1	1	3	1
	() ชำระเงินปลายทาง	1	1	1	3	1

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3.1 การตระหนักถึงปัญหา					
3.1.1 เครื่องสำอางสามารถแก้ไขจุดบกพร่องบน ใบหน้าของท่านได้	0	1	1	2	0.67
3.1.2 เครื่องสำอางทำให้สุขภาพผิวของท่านดีขึ้น	0	1	1	2	0.67
3.1.3 เครื่องสำอางมีความปลอดภัยต่อผิวหนังของท่าน	0	1	1	1	0.67
3.2 การแสวงหาข้อมูล					
3.2.1 ท่านจะค้นหาข้อมูลเครื่องสำอางต้องห้ามจากหน่วยงาน อย. อยู่เสมอ	1	1	0	2	0.67
3.2.2 ท่านจะสอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนก่อนเสมอ	1	1	1	3	1
3.2.3 ท่านจะค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Twitter บล็อกเกอร์ ก่อนอยู่เสมอ	1	1	1	3	1
3.2.4 ท่านจะขอทดสอบสินค้าจริงกับเพื่อนก่อนเสมอ	1	1	1	3	1
3.3 การประเมินผลทางเลือก					
3.3.1 ท่านประเมินว่าส่วนผสมของเครื่องสำอางต้องมีความปลอดภัย	0	1	1	2	0.67
3.3.2 ท่านคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น	1	1	1	3	1
3.3.3 ท่านจะประเมิน วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตก่อนซื้อเครื่องสำอางทุกครั้ง	1	0	1	2	0.67
3.4 การตัดสินใจ					
3.4.1 ท่านตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง เพราะเห็นกิจกรรมส่งเสริมการขายของร้าน ส.พรทวีชัย	1	1	1	3	1

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าความสอดคล้อง (IOC)
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3.4.2 ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากตราสินค้าที่มีการโฆษณาเป็นที่รู้จักทั่วไป มีการรีวิว (Review) ว่าใช้ได้	1	1	1	3	1
3.4.3 ท่านตัดสินใจซื้อตามรายได้ที่มีและความสามารถจ่ายได้	1	1	1	3	1
3.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ					
3.5.1 ท่านไม่ลังเลที่จะใช้บริการ ร้าน ส.พรทวีชัย ถึงแม้จะมีร้านเครื่องสำอางเปิดใหม่	1	1	1	3	1
3.5.2 หากร้าน ส.พรทวีชัย มีการปรับราคาสินค้า ท่านยังคงกลับมาใช้บริการร้าน ส.พรทวีชัย ต่อไป	1	1	1	3	1
3.5.3 ท่านจะแนะนำญาติหรือเพื่อนมาใช้บริการที่ร้าน ส.พรทวีชัย	1	1	1	3	1