

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

“ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อ  
การเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ภายใต้ตราสินค้าของคนกลาง”

**แบบสอบถาม**  
**“ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อ**  
**การเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ภายใต้ตราสินค้าของคนกลาง”**

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดคำถามในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

- |               |                                     |                           |
|---------------|-------------------------------------|---------------------------|
| เพศ           | ...ชาย                              | ..... หญิง                |
| อายุ          | ....18-25 ปี                        | ....26-30 ปี              |
|               | ....31-35 ปี                        | ....36-40 ปี              |
|               | ....41-45 ปี                        | ....46-50 ปี              |
|               | ....มากกว่า 50 ปีขึ้นไป             |                           |
| ระดับการศึกษา | ....ต่ำกว่าปริญญาตรี                |                           |
|               | ....ปริญญาตรี                       |                           |
|               | ....สูงกว่าปริญญาตรี                |                           |
| อาชีพ         | ....นักเรียน/นักศึกษา               | ....รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
|               | ....ค้าขาย/ประกอบอาชีพอิสระ/รับจ้าง | ....พนักงานบริษัทเอกชน    |
|               | ....เจ้าของกิจการ                   | ....อื่น ๆ                |
| ระดับรายได้   | ....ต่ำกว่า 8,000 บาท               | ....8,001-12,000 บาท      |
|               | ....12,001-18,000 บาท               | ....18,001-25,000 บาท     |
|               | ....25,001-32,000 บาท               | ....32,001-40,000 บาท     |
|               | ....มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป        |                           |

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามในส่วนการวัดระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าคนกลางโดยดูจากพฤติกรรมใน 3 ประเด็นดังนี้

ส่วนที่ 2.1 แบบสอบถามในส่วนความถี่ในการซื้อสินค้าตราสินค้าคนกลาง และการกลับมาซื้อซ้ำ

ประเภทสินค้า	ซื้อ ทุกครั้ง	ซื้อ ประจำ แต่ไม่ทุก ครั้ง	ซื้อนาน ๆ ครั้ง	ไม่ แน่นอน แต่ถ้ามี โอกาสจะ ซื้อซ้ำอีก แน่นอน	ซื้อครั้ง เดียวและ ไม่ซื้อซ้ำ อีก	ไม่เคย ซื้อ
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
1. อาหารและเครื่องปรุงอาหารได้แก่ อาหาร กระป๋อง ข้าว น้ำมันพืช แยม น้ำปลา น้ำตาล ซอสปรุงรส เกลือ						
2. ขนมและของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ถั่ว เยลลี่ เวเฟอร์ บิสกิต						
3. เครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำดื่ม บรรจุขวด น้ำอัดลม น้ำผลไม้						
4. เครื่องใช้ภายในบ้านและเครื่องใช้ ทำ ความสะอาด ได้แก่ ถูพลาสติก แปรงขัด พื้น สก็อตไบรท์ น้ำยา ล้างจาน น้ำยา ขัดห้องน้ำ น้ำยาปรับผ้านุ่ม						
5. ของใช้ส่วนตัวและเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่ แชมพูสระผม ครีมนวด โลชั่น สบู่ กระดาษชำระ มีดโกนหนวด แปรงสีฟัน						
6. ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหาร สัตว์ ของใช้อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง แชมพู						

ส่วนที่ 2.2 แบบสอบถามในส่วน การจดจำตราสินค้าคนกลาง

จากตารางที่แนบต่อไปนี้ให้ท่านจับคู่ให้ถูกต้อง โดยนำหมายเลขชื่อร้านค้าทางด้านขวามือไปใส่ไว้ในช่องตราสินค้าที่เตรียมไว้ในช่องซ้ายมือ

<input type="checkbox"/>	ลีดเดอร์ไพรซ์ (Leader Price หรือ LP)	
<input type="checkbox"/>	เทสโก้ เซฟ วัน	1. บิ๊กซี
<input type="checkbox"/>	นัมเบอร์ วัน (Number One)	2. เทสโก้ โลตัส
<input type="checkbox"/>	แอรี่	

ส่วนที่ 2.3 เป็นแบบสอบถามการกลับมาซื้อซ้ำ

ในโอกาสหน้าท่านจะกลับมาซื้อสินค้าตราสินค้าคนกลาง (Private Brands) อีกหรือไม่

- กลับมาซื้อ** โดย (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- .....กลับมาซื้อซ้ำ แบบไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส
  - ..... กลับมาซื้อซ้ำ แบบไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส
  - .....กลับมาซื้อซ้ำ แบบซื้อแต่ก็อยากเปลี่ยนยี่ห้ออื่น
  - .....กลับมาซื้อซ้ำ แบบซื้อแน่นอนและไม่เปลี่ยนใจด้วย

**ไม่กลับมาซื้อ**

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

“ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าคนกลางของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อ  
สินค้าอุปโภค บริโภค ภายใต้ตราสินค้าคนกลาง”

**แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง**  
**“ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าคนกลางของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อ**  
**สินค้าอุปโภค บริโภค ภายใต้ตราสินค้าคนกลาง”**

ชื่อ-สกุล
ตำแหน่ง
ความเชี่ยวชาญด้าน
วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการตราสินค้าคนกลางกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
1. แนวคิดด้านการแนวทางการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกปัจจุบัน
2. แนวคิดด้านการใช้กลยุทธ์ตราสินค้าคนกลางของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน

3. แนวคิดและความคิดเห็นในการพัฒนาหรือสร้างศักยภาพให้กับตราสินค้าคนกลางของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. แนวคิดและความคิดเห็นในการสร้างความจงรักภักดีให้กับธุรกิจค้าปลีกปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันในด้านการพัฒนาตราสินค้าคนกลางและการสร้างความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....