

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อยอดขายของธุรกิจร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันบนถนนสายหลักต่างๆ เพื่อประกอบการวิจัยวิชาการศึกษาอิสระ (Independent Study)

(บธ.705) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขอขอบคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ครบถ้วน

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน

1.1 ท่านใช้บริการร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันบ่อยครั้งแค่ไหน

- | | |
|---|---|
| ☐ ทุกวัน | ☐ 1-4 ครั้งต่อเดือน หรือน้อยกว่านั้น |
| ☐ 5-10 ครั้งต่อเดือน | ☐ มากกว่า 10 ครั้ง แต่ไม่เกิน 30 ครั้งต่อเดือน |

1.2 ท่านเคยเข้าไปใช้บริการร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันร้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ แบล็คแคนยอน | ☐ คอฟฟี่บอย |
| ☐ บ้านไร่กาแฟ (Jet) | ☐ ในที่ี่ไฟว์ คอฟฟี่ |
| ☐ อเมซอน (ปตท.) | ☐ คาเฟ่ดิโอโร |
| ☐ อินทนิล (บางจาก) | ☐ ไม่มีแบรนด์ |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.3 สาเหตุที่ท่านเลือกเข้าไปใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ แบรินด์กาแฟที่คุ้นเคย | ☐ ใช้บริการสถานีน้ำมันนี้เป็นประจำ เช่น เติมน้ำมัน เข้าห้องน้ำ |
| ☐ ดับกระหาย | ☐ ความสะดวกในการเข้า-ออก/ปลอดภัยของสถานบริการน้ำมัน |
| ☐ รสชาติ | ☐ ความสะดวกของที่จอดรถภายในบริเวณสถานบริการน้ำมัน |
| ☐ แก้ว/ความปลอดภัยในการจับ | ☐ ค้างตามเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ |
| ☐ ตามแฟชัน | ☐ ดัดกาแฟ |
| ☐ เป็นสถานที่นัดพบ | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

1.4 ร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมันที่ท่านไปใช้บริการเป็นประจำคือร้านใด (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|--|---|
| ☐ แบล็คแคนยอน | ☐ คอฟฟี่บอย |
| ☐ บ้านไร่กาแฟ (Jet) | ☐ ในที่ี่ไฟว์ คอฟฟี่ |
| ☐ อเมซอน (ปตท.) | ☐ คาเฟ่ ดิโอโร |
| ☐ อินทนิล (บางจาก) | ☐ ไม่มีแบรนด์ |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

- 1.5 ราคากาแฟที่ท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าไร
- ☐ ต่ำกว่า 30 บาท/แก้ว ☐ 31-50 บาท/แก้ว
- ☐ 51-80 บาท/แก้ว ☐ มากกว่า 81 บาท/แก้ว
- 1.6 ท่านชอบให้ร้านกาแฟทำรายการส่งเสริมการขายแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ ลดราคาพิเศษ ☐ นำแก้วเดิมมาเติมในราคาพิเศษ
- ☐ สะสมแต้มแลกเครื่องดื่มฟรี ☐ สะสมแต้มแลกของกำนัลที่น่าสนใจ
- ☐ แคมอาหารว่างฟรี ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.7 ความบ่อยในการเดินทางต่างจังหวัด
- ☐ ทุกวัน ☐ 1-2 ครั้งต่อเดือน หรือน้อยกว่านั้น
- ☐ 3-4 ครั้งต่อเดือน ☐ มากกว่า 5 ครั้งแต่ไม่เกิน 30 ครั้งต่อเดือน
- 1.8 รถยนต์ที่ท่านใช้ โดยปกติท่านเติมน้ำมันอะไร
- ☐ เบนซิล 91 ☐ เบนซิล 95
- ☐ แก๊สโซฮอล์ 91 ☐ แก๊สโซฮอล์ 95
- ☐ ดีเซล ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.9 เมื่อท่านเข้ามาในร้านกาแฟสด ท่านเลือกซื้อสินค้าใดในร้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ กาแฟสด ☐ เครื่องดื่มอื่นๆ เช่น ช็อคโกแลตร้อน/เย็น ชา นม ฯลฯ
- ☐ ขนม ☐ อาหาร
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.10 โดยส่วนใหญ่เมื่อท่านเดินทางแล้วเข้าร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน ท่านเดินทางร่วมกันกี่คน
- ☐ เดินทางคนเดียว ☐ 2-3 คน
- ☐ 4-6 คน ☐ 7 คนขึ้นไป
- 1.11 ค่าใช้จ่ายที่ท่านซื้อเครื่องดื่ม/ขนมในร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมันแต่ละครั้ง
- ☐ 30-50 บาท ☐ 51-100 บาท
- ☐ 101-150 บาท ☐ 151-200 บาท
- ☐ 201-300 บาท ☐ มากกว่า 300 บาทขึ้นไป
- 1.11 สำหรับท่านที่เคยเข้าร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน เหตุผลที่ท่านเลือกเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน
- ☐ ตั้งใจมาซื้อกาแฟที่ร้านนี้จึงเข้ามาเติมน้ำมันที่นี่ด้วย
- ☐ ตั้งใจมาซื้อกาแฟที่ร้านนี้ตั้งแต่แรก ไม่ได้เข้ามาเติมน้ำมันที่นี่
- ☐ เข้ามาเติมน้ำมัน แล้วเห็นมีร้านกาแฟจึงลองแวะเข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก
- ☐ ต้องการซื้อกาแฟดื่ม แต่ไม่ได้เจาะจงว่าต้องเป็นร้านใดเป็นพิเศษ เข้าร้านใดก็ได้ โดยที่ไม่ได้เติมน้ำมัน
- ☐ เข้ามาใช้บริการอย่างอื่นในสถานบริการน้ำมัน โดยที่ไม่ได้เติมน้ำมัน

ส่วนที่ 2 ดำรวจปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน

ให้ท่านประเมินปัจจัยเหล่านี้สำหรับร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมันที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด

ปัจจัยสำหรับร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
2.1 ราคาน้ำมัน					
2.1.1 ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นท่านจึงต้องประหยัด การใช้จ่ายมากขึ้นกว่าเดิม					
2.2 รายได้ผู้บริโภค					
2.2.1 ถ้าร้านกาแฟที่ท่านเคยเข้ามีราคาแพงขึ้น เพราะต้นทุนสูงขึ้น ในขณะที่รายได้ปัจจุบันของ ท่านยังคงเดิม ท่านจะยังคงซื้อกาแฟที่ร้านเดิม					
2.2.2 รายได้รวมของครอบครัวมีผลต่อการ ใช้จ่ายของท่าน					
2.3 รูปแบบร้านกาแฟ					
2.3.1 ท่านเข้ามาใช้บริการเพราะชอบในรูปแบบ และการตกแต่งร้านกาแฟ					
2.3.2 บรรยากาศโดยรอบร้านกาแฟควรมีสวน เล็กๆ และมีต้นไม้ให้ความร่มรื่น					
2.3.3 ท่านเลือกร้านที่มีที่นั่งสำหรับดื่มที่ร้าน					
2.3.4 ป้ายชื่อร้านควรตั้งในจุดที่ลูกค้าสามารถ สังเกตเห็นได้ง่าย และมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัด					
2.4 ราคา					
2.4.1 ท่านเลือกเข้าร้านกาแฟที่มีราคาเหมาะสม ไม่แพงเกินไป คำนึงค่ากับการบริโภค					
2.4.2 ท่านจะเลือกเข้าร้านกาแฟที่มีราคาต่ำกว่า แต่รสชาติอร่อยน้อยกว่าร้านที่มีราคาแพงกว่าแต่ อร่อยมากกว่า					
2.4.3 กาแฟ/เครื่องดื่มที่มีราคาสูงมากเพราะใช้ วัตถุดิบอย่างดีราคาแพง ท่านเห็นว่าเหมาะสมแล้ว					
2.5 โปรโมชั่น					
2.5.1 มีการสะสมแต้ม เมื่อครบตามเงื่อนไข สามารถแลกเครื่องดื่มได้ฟรี					

ปัจจัยสำหรับร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
2.5.2 ลดราคาเครื่องดื่ม ตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น นำแก้วกาแฟมาเองได้ลดราคา 10%					
2.5.3 มีของสมนาคุณหรือแถมขนมคู่กับกาแฟ					
2.6 ตราสินค้า/ชื่อร้านกาแฟ					
2.6.1 ท่านเลือกเข้าร้านกาแฟเฉพาะร้านที่มี ชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และมีหลายสาขาเท่านั้น					
2.6.2 รสชาติกาแฟจากร้านกาแฟเล็กๆที่ไม่มีชื่อ ไม่เป็นที่รู้จักมีเพียงสาขาเดียวคงไม่อร่อยเหมือน กับกาแฟจากร้านกาแฟชื่อดังที่มีหลายสาขาไม่ได้					
2.7 พนักงานขาย					
2.7.1 ควรมีการบริการที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มี มารยาท พุดจาสุภาพ					
2.7.2 พนักงานต้องมีความรู้ในสินค้า และ สามารถแนะนำลูกค้าได้					
2.7.3 ท่านจะยังคงใช้บริการร้านกาแฟที่มี พนักงานบริการไม่ดี/พุดจาไม่ดีต่อลูกค้า แต่ชง กาแฟอร่อยมาก					
2.8 กาแฟและเครื่องดื่ม					
2.8.1 ท่านชอบที่มีเมนูให้เลือกหลากหลาย					
2.8.2 ใช้วัตถุดิบอย่างดี มีคุณภาพ					
2.8.3 ท่านชอบเข้าร้านกาแฟที่ถ้วยกาแฟรวมถึง บรรจุภัณฑ์ต่างๆ มีลวดลายสวยงาม					
2.9 ประเภทอาหารว่างที่ควรมีในร้านกาแฟสด					
2.9.1 ขนมประเภทคัพเค้ก เบเกอรี่ ขนมปังต่างๆ					
2.9.2 มีเฉพาะอาหารเช้า และอาหารว่างเบาๆ					
2.9.3 มีอาหารหวาน-คาวบริการตลอดทั้งวัน					
2.10 ความสะดวก					
2.10.1 ควรมีที่จอดรถใกล้บริเวณร้านกาแฟ					
2.10.2 ท่านเลือกเข้าร้านกาแฟในสถานบริการน้ำ มันที่มีทางเข้าออกถนนใหญ่สะดวกไม่อันตราย					

ปัจจัยสำหรับร้านค้าแฟสดในสถานบริการน้ำมัน ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
2.10.3 ร้านกาแฟต้องสามารถมองเห็นได้ง่าย ตั้งแต่ก่อนเข้ามาในสถานบริการน้ำมัน					
2.11 ระยะทางในการเดินทาง					
2.11.1 ถ้าท่านเดินทางระยะไกล ท่านจำเป็นต้อง เข้าร้านกาแฟสดที่อยู่ในสถานบริการน้ำมัน					

ส่วนที่ 3 จากปัจจัยต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจะยังคงซื้อกาแฟหรือเข้าไปใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมันหรือไม่

ผลของการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสดใน สถานบริการน้ำมัน	ซื้อ แน่นอน	ซื้อเป็น บางครั้ง	ไม่แน่ใจ	ไม่ค่อย ซื้อ	ไม่ซื้อ แน่นอน
3.1 ท่านจะยังคงซื้อกาแฟหรือเข้าไปใช้บริการร้าน กาแฟสดในสถานบริการน้ำมันหรือไม่					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ของการวิจัยนี้

4.1 เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

4.2 อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 20-29 ปี

☐ 30-39 ปี

☐ 40-49 ปี

☐ 50 ปีขึ้นไป

4.3 ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

☐ มัธยมศึกษา

☐ ปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4.4 อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4.5 รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท | ☐ 10,000-19,999 บาท |
| ☐ 20,000-29,999 บาท | ☐ 30,000-39,999 บาท |
| ☐ 40,000-49,999 บาท | ☐ 50,000-59,999 บาท |
| ☐ 60,000-69,999 บาท | ☐ 70,000-79,999 บาท |
| ☐ 80,000 บาทขึ้นไป | |

4.6 สถานภาพ

- | | |
|------------------------------|----------------------------------|
| ☐ โสด | ☐ แต่งงาน |
|------------------------------|----------------------------------|

4.7 จำนวนบุคคลในครอบครัว _____ คน

4.8 ท่านมีรถยนต์ส่วนตัวประเภทใดบ้าง

- | | |
|--|--|
| ☐ รถจักรยานยนต์ | ☐ รถยนต์ 4 ที่นั่ง |
| ☐ รถปิคอัพ | ☐ รถดัดแปลง 5-7 ที่นั่ง |
| ☐ รถตู้ | ☐ รถบรรทุก 6 ล้อขึ้นไป |

ภาคผนวก ข

รายละเอียดของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	211	51.0	51.0	51.0
หญิง	203	49.0	49.0	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 2 อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 20 ปี	8	1.9	1.9	1.9
20-29 ปี	131	31.6	31.6	33.6
30-39 ปี	164	39.6	39.6	73.2
40-49 ปี	83	20.0	20.0	93.2
50 ปีขึ้นไป	28	6.8	6.8	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	2	.5	.5	.5
มัธยมศึกษา	25	6.0	6.0	6.5
ปริญญาตรี/ เทียบเท่า	272	65.7	65.7	72.2
ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญา ตรี	115	27.8	27.8	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 4 อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid นักเรียน/นักศึกษา	52	12.6	12.6	12.6
ธุรกิจส่วนตัว	81	19.6	19.6	32.1
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	2.4	2.4	34.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	69	16.7	16.7	51.2
ลูกจ้าง/พนักงาน	194	46.9	46.9	98.1
บริษัทเอกชน				
อื่นๆ	8	1.9	1.9	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 5 รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 10,000 บาท	29	7.0	7.0	7.0
10,000-19,999 บาท	80	19.3	19.3	26.3
20,000-29,999 บาท	104	25.1	25.1	51.4
30,000-39,999 บาท	69	16.7	16.7	68.1
40,000-49,999 บาท	38	9.2	9.2	77.3
50,000-59,999 บาท	38	9.2	9.2	86.5
60,000-69,999 บาท	20	4.8	4.8	91.3
70,000-79,999 บาท	9	2.2	2.2	93.5
80,000 บาทขึ้นไป	27	6.5	6.5	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 6 สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	270	65.2	65.2	65.2
แต่งงาน	144	34.8	34.8	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 7 จำนวนบุคคลในครอบครัว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	73	17.6	17.6	17.6
2	56	13.5	13.5	31.2
3	52	12.6	12.6	43.7
4	110	26.6	26.6	70.3
5	66	15.9	15.9	86.2
6	28	6.8	6.8	93.0
7	12	2.9	2.9	95.9
8	9	2.2	2.2	98.1
9	4	1.0	1.0	99.0
10	4	1.0	1.0	100.0
Total	414	100.0	100.0	

ตารางที่ 8 ประเภทรถส่วนตัว

Dichotomy label	Count	Pct of Responses	Pct of Case
รถจักรยานยนต์	66	12.30	16.10
รถปิคอัพ	89	16.50	21.80
รถตู้	8	1.50	2.00
รถยนต์ 4 ที่นั่ง	330	61.30	80.70
รถดัดแปลง 5-7 ที่นั่ง	40	7.40	9.80
รถบรรทุก 6 ล้อขึ้นไป	5	0.90	1.20
Total responses	538	100.00	131.50

5 missing cases; 409 valid cases

ภาคผนวก ค

ตาราง Correlation Matrix

	Correlations																											
	Oil p2q1	Distance p2q2	Income p2q3	Income p2q4	Feature p2q5	Feature p2q6	Feature p2q7	Feature p2q8	Price p2q9	Price p2q10	Price p2q11	Promotion p2q12	Promotion p2q13	Promotion p2q14	Brand p2q15	Brand p2q16	Person p2q17	Person p2q18	Person p2q19	Coffee p2q20	Coffee p2q21	Coffee p2q22	Snack p2q23	Snack p2q24	Snack p2q25	Convenience p2q26	Convenience p2q27	Convenience p2q28
Oilp2q1	1	0.123	-0.206	0.296	0.054	0.156	0.141	0.184	0.239	0.139	-0.042	0.063	0.136	0.178	0.133	0.041	0.159	0.154	-0.039	0.193	0.12	0.143	0.112	0.035	0.035	0.194	0.212	0.141
Distancep2q2		1	0.138	0.165	0.16	0.187	0.145	0.144	0.245	-0.04	0.131	0.114	0.072	0.105	0.194	0.121	0.093	0.073	0	0.07	0.037	0.182	0.069	0.118	0.008	0.178	0.21	0.148
Incomep2q3			1	-0.017	0.093	0.048	0.015	0.061	-0.102	0.143	0.23	0.048	-0.018	-0.066	0.08	0.072	-0.025	-0.071	0.038	-0.155	-0.03	0.084	0.015	0.088	-0.085	-0.005	-0.073	-0.023
Incomep2q4				1	0.08	0.206	0.179	0.229	0.214	0.113	0.066	0.038	0.054	0.08	0.134	0.074	0.07	0.11	0.027	0.126	0.151	0.071	0.131	0.07	0.036	0.158	0.155	0.096
Featurep2q5					1	0.527	0.419	0.207	0.07	-0.032	0.13	-0.021	-0.028	0.062	0.161	0.089	0.18	0.148	-0.037	0.075	0.173	0.354	0.242	0.172	0.021	0.196	0.183	0.145
Featurep2q6						1	0.525	0.353	0.231	-0.03	0.165	0.012	0.051	0.13	0.133	0.077	0.194	0.19	-0.128	0.055	0.246	0.374	0.296	0.209	0.144	0.228	0.199	0.238
Featurep2q7							1	0.252	0.185	-0.036	0.146	0.014	-0.007	0.072	0.123	0.047	0.203	0.195	-0.161	0.128	0.224	0.312	0.204	0.112	0.036	0.279	0.197	0.171
Featurep2q8								1	0.373	0.04	0.091	0.137	0.161	0.254	0.118	0	0.214	0.262	-0.009	0.122	0.256	0.203	0.22	0.104	0.083	0.26	0.235	0.291
Pricep2q9									1	0.167	0.044	0.149	0.175	0.199	0.004	-0.047	0.222	0.208	-0.088	0.142	0.286	0.095	0.127	0.022	0.029	0.252	0.26	0.219
Pricep2q10										1	0.029	0.076	0.059	0.141	0.043	0.168	-0.092	-0.04	0.056	0.067	-0.043	0.033	-0.057	0.013	0.112	-0.031	-0.005	0.096
Pricep2q11											1	0.178	0.046	0.026	0.127	0.188	0.005	-0.014	0.066	-0.011	0.153	0.224	0.056	0.04	0.03	0.072	-0.019	0.071
Promotionp2q12												1	0.361	0.115	0.121	0.097	0.056	0.046	0.009	0.105	0.126	0.133	0.096	0.003	-0.004	0.027	0.057	0.162
Promotionp2q13													1	0.261	-0.021	-0.065	0.092	0.118	0.011	0.094	0.113	0.031	0.077	-0.038	0.03	0.123	0.021	0.111
Promotionp2q14														1	0.128	0.07	0.205	0.151	-0.124	0.187	0.178	0.174	0.323	0.172	0.146	0.163	0.215	0.315
Brandp2q15															1	0.486	-0.021	-0.04	0.023	0.08	0.062	0.266	0.165	0.209	0.159	0.058	0.043	0.152
Brandp2q16																1	-0.046	-0.019	0.081	0.06	-0.002	0.208	0.107	0.012	0.211	-0.021	-0.077	0.088
Personp2q17																	1	0.72	-0.309	0.204	0.385	0.243	0.236	0.055	0	0.327	0.308	0.193
Personp2q18																		1	-0.252	0.151	0.375	0.199	0.192	0.019	0.003	0.265	0.27	0.201
Personp2q19																			1	-0.071	-0.155	-0.11	-0.087	0.069	0.057	-0.091	-0.122	-0.067
Coffeeep2q20																				1	0.325	0.218	0.254	0.196	0.086	0.112	0.189	0.217
Coffeeep2q21																					1	0.313	0.237	0.104	0.041	0.369	0.276	0.232
Coffeeep2q22																						1	0.327	0.174	0.227	0.197	0.128	0.244
Snackp2q23																							1	0.442	0.209	0.275	0.262	0.23
Snackp2q24																								1	0.273	0.154	0.123	0.225
Snackp2q25																									1	0.101	0.039	0.145
Conveniencep2q26																										1	0.514	0.267
Conveniencep2q27																											1	0.405
Conveniencep2q28																												1

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).