

บรรณานุกรม

- ขวัญเรือน เมฆหมอก. 2549. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะนาวแปรรูปของกลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิต
ยูเนียนท่าขามสามัคคี จำกัด อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
นเรศวร.
- เดชณรงค์ วันสันเทียะ. 2551. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิของกลุ่มเกษตรกรข้าว
หอมมะลิ อำเภอรามไสล จังหวัดศรีสะเกษ. รายงานการวิจัย. ศรีสะเกษ: คณะศิลปศาสตร์
และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2544. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์
เน็ต.
- นงนุช นทีพายัพทิศ. 2545. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋น อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่. การ
ค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปัทมิตา เจริญธรรม. 2549. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของ
นักท่องเที่ยว ภูมิศึกษา จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2543. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: ยี่เฮง.
- พรศรี เอื้อสถาพรกิจ. 2552. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทจำหน่ายส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สี
ย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ บริษัท คาสคาดา (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรียาภรณ์ พ่วงเจริญ. 2552. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากป่าน
ศรนารายณ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาคหกรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน.
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- มนฤดี อิ่มประสงค์. 2548. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาปตท.ฟ้าคราม อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- มินตรา ศรีสังสิทธิ์สันติ. 2552. การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมปางวิมานเพลสและ โรงแรมปางสะพานเพลส จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัชรพงษ์ อินทะโชติ. 2549. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำผักและผลไม้สด บริษัทไพลีนน้ำผลไม้สด จำกัด ตำบลท่าตะโก อำเภอท่าตะดก จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุพีร์ ลิ้มไทย,สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2541. *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง. 2553. สถิติประชากรกับกรมการปกครอง. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.lampang.go.th/public53/lampang1.pdf> [3 มีนาคม 2554].
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำปาง. 2553. ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.korsor.lampang.com/?name=pagec> [3 มีนาคม 2554].
- Kotler, Philip. 2000. "Marketing Management." ใน ศราวุฒิ ฉมามหัทธนา. 2550. *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คอนอร์คัพ โจ๊ก*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Schiffman and Kanuk. 1994. "Consumer Behavior." ใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- Yamane, Taro. 1973. "Statistic: an introductory analysis." ใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2539. *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดยงพลเทรดดิ้ง.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สับปรด
กวน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ตารางที่ผนวก ก.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
รสชาติของสับปรดกวน

age * taste Crosstabulation

			taste				Total
			sour	sweet	spicy	salty	
age	less than 26	Count	136	164	18	33	351
		Expected Count	132.3	166.8	20.1	31.9	351.0
	26-45	Count	92	121	14	21	248
		Expected Count	93.5	117.8	14.2	22.5	248.0
	more than 45	Count	29	39	7	8	83
		Expected Count	31.3	39.4	4.7	7.5	83.0
Total		Count	257	324	39	62	682
		Expected Count	257.0	324.0	39.0	62.0	682.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.887 ^a	6	.930
Likelihood Ratio	1.761	6	.940
Linear-by-Linear Association	.320	1	.571
N of Valid Cases	682		

a. 1 cells (8.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.75.

ตารางที่ผนวก ก.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
ราคาของสับปรดกวน

age * price Crosstabulation

		price					Total	
		10 ฿/100 g	20 ฿/200 g	50 ฿/500 g	38 ฿/400 g	38 ฿/180 g		38 ฿/135 g
age less than 26	Count	23	21	32	176	187	189	628
	Expected Count	36.7	33.6	60.8	156.4	167.3	173.2	628.0
26-45	Count	42	35	73	129	134	144	557
	Expected Count	32.6	29.8	53.9	138.7	148.4	153.6	557.0
more than 45	Count	16	18	29	40	48	49	200
	Expected Count	11.7	10.7	19.4	49.8	53.3	55.2	200.0
Total	Count	81	74	134	345	369	382	1385
	Expected Count	81.0	74.0	134.0	345.0	369.0	382.0	1385.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57.304 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	59.101	10	.000
Linear-by-Linear Association	28.847	1	.000
N of Valid Cases	1385		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.69.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน

age * outer_packaging Crosstabulation

		outer_packaging							Total
		plastic box no handle	plastic box	carton carton	carton no handle	plastic bag	plastic bag no handle	bamboo basket	
age less than 26	Count	39	189	189	174	188	25	189	993
	Expected Count	58.4	182.5	182.5	169.8	180.3	37.0	182.5	993.0
26-45	Count	53	147	147	142	145	34	147	815
	Expected Count	47.9	149.8	149.8	139.3	147.9	30.3	149.8	815.0
more than 45	Count	36	64	64	56	62	22	64	368
	Expected Count	21.6	67.6	67.6	62.9	66.8	13.7	67.6	368.0
Total	Count	128	400	400	372	395	81	400	2176
	Expected Count	128.0	400.0	400.0	372.0	395.0	81.0	400.0	2176.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	28.935 ^a	12	.004
Likelihood Ratio	27.914	12	.006
Linear-by-Linear Association	1.327	1	.249
N of Valid Cases	2176		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.70.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน (ต่อ)

age * inner_packaging Crosstabulation

			inner_packaging				Total
			roll bar	toffee	sphere	non	
age	less than 26	Count	108	189	189	12	498
		Expected Count	121.4	175.4	175.4	25.9	498.0
	26-45	Count	141	147	147	26	461
		Expected Count	112.4	162.3	162.3	23.9	461.0
	more than 45	Count	28	64	64	21	177
		Expected Count	43.2	62.3	62.3	9.2	177.0
Total		Count	277	400	400	59	1136
		Expected Count	277.0	400.0	400.0	59.0	1136.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.964 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	40.056	6	.000
Linear-by-Linear Association	3.807	1	.051
N of Valid Cases	1136		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.19.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับประคกวน (ต่อ)

age * symbol_packaging Crosstabulation

		symbol_packaging					Total
		none	brand	hallmark	pic for pineapple stir	pic for gift	
age less than 26	Count	17	189	189	179	189	763
	Expected Count	22.3	190.2	190.2	170.2	190.2	763.0
26-45	Count	21	147	147	128	147	590
	Expected Count	17.3	147.0	147.0	131.6	147.0	590.0
more than 45	Count	9	64	64	51	64	252
	Expected Count	7.4	62.8	62.8	56.2	62.8	252.0
Total	Count	47	400	400	358	400	1605
	Expected Count	47.0	400.0	400.0	358.0	400.0	1605.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	3.563 ^a	8	.894
Likelihood Ratio	3.612	8	.890
Linear-by-Linear Association	.543	1	.461
N of Valid Cases	1605		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.38.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน (ต่อ)

age * message_packaging Crosstabulation

		message_packaging										Total
		none	Pro duct	brand	Manu facturer	Com Po nent	weight	price	date	Bene fits	gift	
age less than 26	Count	7	189	189	189	189	189	189	189	189	189	1708
	Expected Count	16.9	187.9	187.9	187.9	187.9	187.9	187.9	187.9	187.9	187.9	1708.0
26- 45	Count	16	147	147	147	147	147	147	147	147	147	1339
	Expected Count	13.3	147.3	147.3	147.3	147.3	147.3	147.3	147.3	147.3	147.3	1339.0
more than 45	Count	13	64	64	64	64	64	64	64	64	64	589
	Expected Count	5.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	589.0
Total	Count	36	400	400	400	400	400	400	400	400	400	3636
	Expected Count	36.0	400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	3636.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	15.339 ^a	18	.639
Likelihood Ratio	14.663	18	.685
Linear-by-Linear Association	.545	1	.460
N of Valid Cases	3636		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.83.



ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน (ต่อ)

age * external_shape_packaging Crosstabulation

			external_shape_packaging				Total
			square	triangular	polyhedron	cylindrical	
age less than 26	Count		189	187	142	189	707
	Expected Count		190.1	183.9	143.0	190.1	707.0
26-45	Count		147	146	121	147	561
	Expected Count		150.8	145.9	113.5	150.8	561.0
more than 45	Count		64	54	38	64	220
	Expected Count		59.1	57.2	44.5	59.1	220.0
Total	Count		400	387	301	400	1488
	Expected Count		400.0	387.0	301.0	400.0	1488.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.692 ^a	6	.846
Likelihood Ratio	2.715	6	.844
Linear-by-Linear Association	.000	1	.989
N of Valid Cases	1488		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 44.50.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน (ต่อ)

age * internal_shape_packaging Crosstabulation

			internal_shape_packaging				Total
			toffee	ball	coin	cylindrical	
age	less than 26	Count	157	137	24	114	432
		Expected Count	146.7	117.4	43.4	124.6	432.0
	26-45	Count	139	108	38	133	418
		Expected Count	141.9	113.6	42.0	120.5	418.0
	more than 45	Count	49	31	40	46	166
		Expected Count	56.4	45.1	16.7	47.9	166.0
Total		Count	345	276	102	293	1016
		Expected Count	345.0	276.0	102.0	293.0	1016.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.671 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	46.469	6	.000
Linear-by-Linear Association	7.736	1	.005
N of Valid Cases	1016		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.67.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน (ต่อ)

age * external_material_packaging Crosstabulation

			external_material_packaging				Total
			plastic	paper	glass	bamboo	
age	less than 26	Count	31	157	125	179	492
		Expected Count	34.8	168.0	109.8	179.4	492.0
	26-45	Count	34	142	73	138	387
		Expected Count	27.4	132.1	86.3	141.1	387.0
	more than 45	Count	8	53	32	59	152
		Expected Count	10.8	51.9	33.9	55.4	152.0
Total		Count	73	352	230	376	1031
		Expected Count	73.0	352.0	230.0	376.0	1031.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.783 ^a	6	.186
Likelihood Ratio	8.774	6	.187
Linear-by-Linear Association	.202	1	.653
N of Valid Cases	1031		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.76.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน (ต่อ)

age * internal_material_packaging Crosstabulation

			internal_material_packaging			Total
			plastic	cellophane	stencil paper	
age	less than 26	Count	25	189	187	401
		Expected Count	25.7	190.7	184.5	401.0
	26-45	Count	22	147	142	311
		Expected Count	20.0	147.9	143.1	311.0
	more than 45	Count	7	64	58	129
		Expected Count	8.3	61.4	59.4	129.0
Total		Count	54	400	387	841
		Expected Count	54.0	400.0	387.0	841.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.635 ^a	4	.959
Likelihood Ratio	.639	4	.959
Linear-by-Linear Association	.067	1	.796
N of Valid Cases	841		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.28.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน (ต่อ)

age * external_color_packaging Crosstabulation

		external_color_packaging					Total
		yellow	green	white	brown	clear	
age less than 26	Count	108	42	13	7	19	189
	Expected Count	93.1	40.2	18.4	11.3	26.0	189.0
26-45	Count	65	33	18	11	20	147
	Expected Count	72.4	31.2	14.3	8.8	20.2	147.0
more than 45	Count	24	10	8	6	16	64
	Expected Count	31.5	13.6	6.2	3.8	8.8	64.0
Total	Count	197	85	39	24	55	400
	Expected Count	197.0	85.0	39.0	24.0	55.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.297 ^a	8	.009
Likelihood Ratio	19.617	8	.012
Linear-by-Linear Association	16.517	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (6.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.84.

ตารางที่ผนวก ก.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
บรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน (ต่อ)

age * internal_color_packaging Crosstabulation

		internal_color_packaging					Total	
		yellow	green	white	brown	clear		another
age less than 26	Count	71	20	48	13	29	8	189
	Expected Count	59.5	20.3	53.9	15.1	31.2	9.0	189.0
26-45	Count	38	17	52	11	23	6	147
	Expected Count	46.3	15.8	41.9	11.8	24.3	7.0	147.0
more than 45	Count	17	6	14	8	14	5	64
	Expected Count	20.2	6.9	18.2	5.1	10.6	3.0	64.0
Total	Count	126	43	114	32	66	19	400
	Expected Count	126.0	43.0	114.0	32.0	66.0	19.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	13.276 ^a	10	.209
Likelihood Ratio	12.691	10	.241
Linear-by-Linear Association	5.614	1	.018
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (5.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.04.

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สับปรดกวนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษา
ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาธุรกิจเกษตร (ภาคพิเศษ) คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัย
จึงใคร่ขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม โปรดให้ข้อมูลตรงกับความเห็นของท่านมาก
ที่สุด และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบ
แบบสอบถาม

นางสาวสุทธระรัก จงถนอม

คำชี้แจง : แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคสับปรดกวน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
บริโภค

ผลิตภัณฑ์สับปรดกวนของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดของผลิตภัณฑ์สับปรดกวน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ แนวทางปรับปรุงแก้ไขและ
พัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] หน้าข้อความ และ / หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง
ที่เว้นไว้

1. เพศ

[] ชาย

[] หญิง

2. อายุ

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20 ปี | <input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี |
| <input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี |
| <input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี | <input type="checkbox"/> 60 ปีขึ้นไป |

3. สถานภาพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| <input type="checkbox"/> หม้าย / หย่าร้าง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

4. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. |
| <input type="checkbox"/> อนุปริญญา / ปวส. | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี | |

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> ลูกจ้างบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ | <input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน / แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,000 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30,000 บาท |

7. ภูมิลำเนาเดิม

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคใต้ |

8. ที่พักอาศัยในปัจจุบันของท่าน (ระบุ

จังหวัด).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคสับปรดกวน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าคำตอบที่ท่านเลือก และเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตามความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเคยรับประทานสับปรดกวนหรือไม่

- ไม่เคย (จบการสอบถามเพียงเท่านี้) เคย (ตอบคำถามข้อต่อไป)

2. ท่านบริโภคสับปรดกวนบ่อยแค่ไหน

- บริโภคทุกวัน สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง
 นานๆ ครั้ง อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ปกติท่านรับประทานสับปรดกวนในโอกาสใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ทานยามว่าง ทานในขณะที่อ่านหนังสือ
 ทานในขณะที่ชมภาพยนตร์ ทีวี คอนเสิร์ต สังสรรค์กับเพื่อนฝูง/ครอบครัว
 ทานในขณะที่เดินทาง หรือท่องเที่ยว ทานในขณะที่ฟังเพลง
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. โดยปกติท่านจะเลือกซื้อสับปรดกวนเมื่อใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เมื่อต้องการบริโภค เมื่อพบเห็นตามแหล่งจำหน่ายของฝาก
 ช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ เมื่อไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ
 ไม่เคยซื้อเอง อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ใครเป็นคนซื้อสับปรดกวนให้ท่านรับประทาน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ซื้อเอง คนที่บ้าน (ระบุ.....)
 คนอื่นซื้อมาฝาก อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. เหตุผลในการซื้อสับปรดกวน (เรียงลำดับ 1-3 จากความบ่อยของเหตุผลในการซื้อ)

- รับประทานเอง ให้ทุกคนในบ้านรับประทาน
 นำไปเป็นของฝาก

7. ท่านซื้อสับปรดกวนเพื่อเป็นของฝากให้กับใครบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สมาชิกในครอบครัว เพื่อน
ญาติ ตัดสินใจเอง
 ไม่เคยซื้อฝาก อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านซื้อสับประรดกวนจากแหล่งใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แผงลอยข้างทางบนถนนเส้นลำปาง-งาว ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง
- ศูนย์จำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจแม่บ้านจำคำ ต.บ้านเสด็จ อ.เมือง จ.ลำปาง
- ร้าน เค.เจ ซูเปอร์ (ร้านขายของฝากในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)
- ร้านข้าวแต๋น (ร้านขายของฝากในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)
- ร้านแคท มินิมาร์ท (ร้านขายของฝากในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)
- ร้านสะดวกซื้อ
- ห้างสรรพสินค้าใน อ.เมือง จ.ลำปาง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกซื้อสับประรดกวนจากสถานที่ในข้อ 8. (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีหลายขนาดให้เลือก
- มีหลายระดับราคาให้เลือก
- สะดวก ใกล้บ้าน
- มีส่วนลด หรือของแถม
- เป็นเส้นทางผ่าน
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านซื้อสับประรดกวนขนาดใดบ้างเพื่อรับประทานเอง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ดูรูปภาพประกอบชุดที่ 1

- ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 10 บาท) รูป A
- ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 20 บาท) รูป B
- ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 50 บาท) รูป C
- ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (ราคา 38 บาท) รูป D
- ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) รูป E
- ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) รูป F
- อื่นๆ โปรดระบุ.....



11. ท่านซื้อสับประรดกวนขนาดใดบ้างเพื่อเป็นของฝาก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ดูรูปภาพประกอบ ชุดที่ 1

- [] ขนาด 10 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหี้อ (ราคา 10 บาท) รูป A
 [] ขนาด 20 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหี้อ (ราคา 20 บาท) รูป B
 [] ขนาด 50 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหี้อ (ราคา 50 บาท) รูป C
 [] ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหี้อ (ราคา 38 บาท) รูป D
 [] ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหี้อ (ราคา 38 บาท) รูป E
 [] ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหี้อ (ราคา 38 บาท) รูป F
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ความถี่ในการซื้อสับประรดกวนของท่านเพื่อรับประทานเอง

- [] ซื้อทุกวัน [] สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
 [] สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง [] เดือนละ 1-2 ครั้ง
 [] นานๆ ครั้ง [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านซื้อสับประรดกวนเพื่อเป็นของฝากกี่ครั้ง

- [] ไม่เคยซื้อ [] 1-2 ครั้ง
 [] 3-5 ครั้ง [] มากกว่า 5 ครั้ง

14. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสับประรดกวนเพื่อรับประทานของท่านในแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าใด

- [] ต่ำกว่า 50 บาท [] 50-100 บาท
 [] 101-200 บาท [] มากกว่า 200 บาท ขึ้นไป
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

15. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสับประรดกวนเพื่อเป็นของฝากของท่านในแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าใด

- [] ต่ำกว่า 100 บาท [] 100-200 บาท
 [] 201-500 บาท [] มากกว่า 500 บาท ขึ้นไป
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านพิจารณาสิ่งใดบ้างในการตัดสินใจซื้อสับประรดกวน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] ราคา [] รสชาติ
 [] ความสะดวกในการรับประทาน [] ความสะดวกในการหาซื้อ
 [] รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ [] การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา
 [] ตราสินค้า [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

17. การส่งเสริมการขายสับประรดกวนที่ท่านชอบหรือสนใจมากที่สุด

มีส่วนลด

มีของแถม

มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับประรดกวนของผู้บริโภค

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ (product)					
1. รสชาติ					
2. ความสะอาด					
3. ความมีสีสัน น่ารับประทานของสับประรดกวน					
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
5. มีฉลากแสดงวันผลิต วันหมดอายุ และน้ำหนัก					
6. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น อ.ย.					
7. ชื่อตราชื่อ					
ด้านราคา (price)					
1. ผลิตภัณฑ์มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน					
2. มีหลายระดับราคาให้เลือก					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)					
1. หาซื้อได้สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป					
2. มีจำหน่ายเพียงพอ					
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก					
4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ / หา ง่าย					
5. สถานที่จอดรถสะดวกและ เพียงพอ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)					
1. การออกงานแสดงสินค้า เช่น งาน OTOP					
2. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น					
3. การจัดบูธตามห้างสรรพสินค้า					
4. การแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณ มากๆ					
5. การแจกสินค้าให้ทดลองชิม					
6. การชิงโชค					
7. แจกคูปองซื้อสินค้าในราคาพิเศษ					
8. การจัดรายการส่งเสริมการขาย ในช่วงเทศกาลต่างๆ					
9. การมีส่วนลดราคา					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านบรรจุภัณฑ์ (package)					
1. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์					
- บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์					
- บรรจุภัณฑ์มีผนึก ปิดมิดชิด					
- ง่ายต่อการเปิดรับประทาน					
2. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์					
- อ่านง่าย ชัดเจน					
- มีสีสันสะดุดตา					
3. สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์					
- ตราสินค้ามีความเด่นชัดจดจำง่าย					
- ภาพประกอบสื่อความหมายถึง ตัวผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน					
4. ขนาดของบรรจุภัณฑ์					
- มีหลากหลายขนาดให้เลือก					
5. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์					
- มีหลากหลายรูปทรงให้เลือก					
- ง่ายต่อการถือ และพกพา					
6. สีของบรรจุภัณฑ์					
- มีสีที่ใกล้เคียงกับสีผลิตภัณฑ์					
- มีสีสันสวยงาม สะดุดตา					
7. วัสดุของบรรจุภัณฑ์					
- มีน้ำหนักเบา					
- มีความแข็งแรง ทนทาน					
- มีมาตรฐาน ปลอดภัยต่อผู้บริโภค					
- ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สับปรดกวน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ	
	ชอบ	ไม่ชอบ
ด้านผลิตภัณฑ์ (product)		
1. รสชาติ		
- รสชาติเปรี้ยว		
- รสชาติหวาน		
- รสชาติเผ็ด		
- รสชาติเค็ม		
2. รูปลักษณ์		
- เนื้อหยาบ		
- เนื้อละเอียด		
ด้านราคา (price)		
1. ระดับราคา (ดูรูปภาพประกอบ ชุดที่ 1)		
- ราคา 10 บาท / ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (รูป A)		
- ราคา 20 บาท / ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (รูป B)		
- ราคา 50 บาท / ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (รูป C)		
- ราคา 38 บาท / ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (รูป D)		
- ราคา 38 บาท / ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุในถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (รูป E)		
- ราคา 38 บาท / ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (รูป F)		

ส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ	
	ชอบ	ไม่ชอบ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)		
1. ทำเลของสถานที่จำหน่าย		
- ตั้งอยู่บริเวณสถานีขนส่ง		
- ตั้งอยู่ตามแหล่งจำหน่ายของฝาก		
- วางขายตามแผงลอยข้างทาง		
- ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาเก็ต		
- ร้านสะดวกซื้อ		
- ร้านขายของชำทั่วไป		
- ร้านอาหารที่มีขนมวางจำหน่าย		
ด้านบรรจุภัณฑ์ (package)		
1. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอก (ดูรูปภาพประกอบ ชุดที่ 2)		
- กล่องพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว (รูป A)		
- กล่องพลาสติกใส แบบแข็ง มีหูหิ้ว (รูป B)		
- กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว (รูป C)		
- กล่องกระดาษ ไม่มีหูหิ้ว (รูป D)		
- ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว (รูป E)		
- ถุงพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว (รูป F)		
- จะลอมไม้ไผ่สาน (รูป G)		
2. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน (ดูรูปภาพประกอบ ชุดที่ 3)		
- ม้วนเป็นแท่งห่อด้วยพลาสติกใส (รูป A)		
- ห่อกระดาษแก้วเป็นรูปทอफी (รูป B)		
- ห่อกระดาษไขเป็นรูปทรงกลม (รูป C)		
- ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายใน (รูป D)		

ส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ	
	ชอบ	ไม่ชอบ
3. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์		
- ไม่มีข้อความบนบรรจุภัณฑ์		
- ชื่อผลิตภัณฑ์		
- ชื่อตราสัญลักษณ์		
- ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต		
- ส่วนประกอบของสับประคกวน		
- น้ำหนักของสับประคกวน		
- ราคา		
- วันผลิต / วันหมดอายุ		
- คุณสมบัติของสับประคกวน		
- ข้อความที่บ่งบอกว่าเป็นของฝากจาก จ.ลำปาง		
4. สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์		
- ไม่มีสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์		
- เครื่องหมายตราสัญลักษณ์		
- เครื่องหมายรับรองคุณภาพ อ.ย.		
- รูปภาพประกอบที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์สับประคกวน เช่น รูปสับประค		
- รูปภาพประกอบที่สื่อถึงการเป็นของฝากของ จ.ลำปาง เช่น รูปรถม้า		
5. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก		
- ทรงสี่เหลี่ยม		
- ทรงสามเหลี่ยม		
- ทรงหลายเหลี่ยม		
- ทรงกระบอก		

ส่วนประสมทางการตลาด	ความพึงพอใจ	
	ชอบ	ไม่ชอบ
6. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายใน		
- วรี แบบทอพี		
- ทรงกลม แบบลูกบอล		
- พลาสติก		
- กระดาษ		
- แก้ว		
- ไม้ไผ่สาน		
8. วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายใน		
- พลาสติก		
- กระดาษแก้ว		
- กระดาษไข		
9. สีของบรรจุภัณฑ์		
- บรรจุภัณฑ์ภายนอก โปรตระบุสีที่ท่านชอบที่สุดเพียงสีเดียว.....		
- บรรจุภัณฑ์ภายใน โปรตระบุสีที่ท่านชอบที่สุดเพียงสีเดียว.....		

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ แนวทางปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาผลิตภัณฑ์
สับประรดหวาน

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
สับประรดหวาน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาพประกอบ ชุดที่ 1 แสดงราคา/ขนาด



รูปภาพ A ราคา 10 บาท / ขนาด 100 กรัม



รูปภาพ B ราคา 20 บาท / ขนาด 200 กรัม



รูปภาพ C ราคา 50 บาท / ขนาด 500 กรัม



รูปภาพ D ราคา 38 บาท / ขนาด 400 กรัม



รูปภาพ E ราคา 38 บาท / ขนาด 180 กรัม



รูปภาพ F ราคา 38 บาท / ขนาด 135 กรัม

ภาพประกอบ ชุดที่ 2 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอก



รูปภาพ A กล่องพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว



รูปภาพ B กล่องพลาสติกใส แบบแข็ง มีหูหิ้ว



รูปภาพ C กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว



รูปภาพ D กล่องกระดาษ ไม่มีหูหิ้ว



รูปภาพ E ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว



รูปภาพ F ถุงพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว

ภาพประกอบ ชุดที่ 2 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอก (ต่อ)



รูปภาพ G ชะลอมไม้ไผ่สาน

ภาพประกอบ ชุดที่ 3 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ภายใน



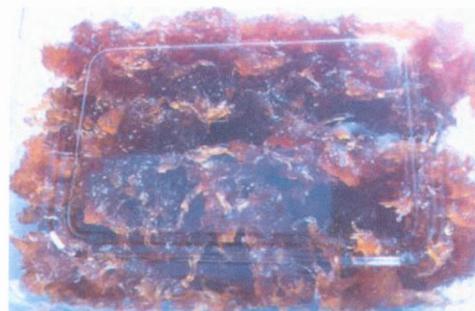
รูปภาพ A ม้วนเป็นแท่งห่อด้วยพลาสติกใส



รูปภาพ B ห่อกระดาษแก้วเป็นรูปทอฟฟี่



รูปภาพ C ห่อกระดาษไขเป็นรูปทรงกลม



รูปภาพ D ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายใน



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุทธระรัก จงถนอม
วัน เดือน ปี เกิด	20 มกราคม 2525
ประวัติการศึกษา	2543 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนประชารัฐ ธรรมคุณ จังหวัดลำปาง 2547 สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประมง คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	2547-2549 พนักงานขาย บ.ทรัพย์เพิ่มพูน ค้าไม้ จำกัด (เชียงใหม่) 2549-2552 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ บ.ทรัพย์เพิ่มพูน ค้าไม้ จำกัด (เชียงใหม่) 2554 เจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต บ.สหฟาร์ม จำกัด (ลพบุรี)

