

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์แบบถดถอย

ตารางผนวกที่ ค1 ระดับนัยสำคัญ (P-Values) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adjusted R²) ของ
ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นรวมมิตรที่ผ่านการบรรจุด้วยระบบ MAP

Independent Variable	Dependent Variable	P-Values	Adjusted R ²
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.426
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.05	0.042
	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.291
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.01	0.161
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.296
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.01	0.306
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือก่อนการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (Pre_Cre)	P < 0.01	0.328
	คุณลักษณะด้านประสบการณ์ก่อนการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (Pre_Exp)	P < 0.01	0.255
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ก่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Pre_SPd)	P < 0.01	0.498
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาชนะบรรจุ ก่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Pre_SPk)	P < 0.01	0.440
	คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือหลังการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (P ₁)	P < 0.01	0.277
	คุณลักษณะด้านประสบการณ์หลังการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (P ₂)	P < 0.01	0.058
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ (P ₃)	P < 0.01	0.139
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาชนะบรรจุ หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ (P ₄)	P < 0.01	0.195
	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.095
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.01	0.115
คุณลักษณะหลังการ บริโภคผลิตภัณฑ์ (p)	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.109
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.01	0.140
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.094
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.05	0.065

ตารางผนวกที่ ค2 ระดับนัยสำคัญ (P-Values) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adjusted R²) ของ
ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องสำเร็จรูป

Independent Variable	Dependent Variable	P-Values	Adjusted R ²
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.324
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.01	0.179
	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.120
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.01	0.156
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.146
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.01	0.405
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือก่อนการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (Pre_Cre)	P < 0.01	0.222
	คุณลักษณะด้านประสบการณ์ก่อนการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (Pre_Exp)	P < 0.01	0.239
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ก่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Pre_SPd)	P < 0.05	0.038
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาชนะบรรจุ ก่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Pre_SPk)	P < 0.01	0.234
นวัตกรรมของผู้บริโภค (x)	คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือหลังการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (P ₁)	P < 0.01	0.215
	คุณลักษณะด้านประสบการณ์หลังการบริโภค ผลิตภัณฑ์ (P ₂)	P < 0.01	0.081
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ (P ₃)	P < 0.01	0.166
	คุณลักษณะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาชนะบรรจุ หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ (P ₄)	P < 0.01	0.161
คุณลักษณะหลังการ บริโภคผลิตภัณฑ์ (p)	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.216
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.01	0.269
	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.116
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.01	0.129
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.223
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.01	0.128

ตารางผนวกที่ ค3 ระดับนัยสำคัญ (P-Values) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adjusted R²) ของการทดสอบโดยไม่มีผลัดกัน

Independent Variable	Dependent Variable	P-Values	Adjusted R ²
นวัตกรรมการของผู้บริโภค (x)	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.198
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.01	0.230
	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.191
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.01	0.265
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.138
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.01	0.442
นวัตกรรมการของผู้บริโภค (x)	คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ด้าน		
	ความน่าเชื่อถือ (A ₁)	P < 0.01	0.159
	คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ด้าน		
	ประสิทธิภาพ (A ₂)	P < 0.05	0.038
	คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ด้าน		
	การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (A ₃)	P < 0.01	0.186
คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ (a)	คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ด้าน		
	การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับภาษาบรรณ (A ₄)	P < 0.01	0.193
	ความสะดวกสบาย (Y ₁)	P < 0.01	0.212
	ความปลอดภัย (Y ₂)	P < 0.01	0.142
	ราคา (Y ₃)	P < 0.01	0.102
	สถานที่ (Y ₄)	P < 0.05	0.031
	เวลา (Y ₅)	P < 0.01	0.127
	อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Y ₆)	P < 0.01	0.067

ตารางผนวกที่ ค4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

Product	Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients B	t	Sig.
MAP	Y ₁	(Constant)	5.964	.091		65.779	.000
		x ₁	.604	.137	.396	4.407	.000
		x ₂ x ₅	-.520	.101	-.600	-5.169	.000
		x ₂ x ₃	.279	.095	.295	2.932	.004
		x ₄ ²	.157	.069	.226	2.277	.026
MAP	Y ₂	(Constant)	5.446	.105		51.763	.000
		x ₁	.381	.181	.232	2.107	.038
MAP	Y ₃	(Constant)	5.171	.163		31.818	.000
		x ₅	.304	.179	.181	1.697	.094
		x ₃ x ₄	.647	.181	.410	3.579	.001
		x ₄ ²	-.421	.125	-.390	-3.370	.001
		x ₂ ²	.426	.130	.399	3.286	.002
		x ₁ x ₅	-.585	.284	-.303	-2.056	.043
MAP	Y ₄	(Constant)	5.271	.112		46.950	.000
		x ₄	.444	.124	.369	3.584	.001
		x ₃ x ₄	.265	.124	.220	2.131	.036
MAP	Y ₅	(Constant)	4.891	.080		60.794	.000
		x ₁	.588	.139	.419	4.228	.000
		x ₂ x ₅	-.213	.079	-.267	-2.693	.009
MAP	Y ₆	(Constant)	4.612	.102		45.150	.000
		x ₂	.443	.144	.364	3.071	.003
		x ₁	.501	.222	.267	2.254	.027
KD	Y ₁	(Constant)	6.007	.065		92.466	.000
		x ₂	.269	.082	.303	3.292	.001
		x ₃	.251	.074	.305	3.382	.001
		x ₂ x ₅	-.235	.090	-.224	-2.607	.011
		x ₅	.193	.084	.201	2.285	.025
KD	Y ₂	(Constant)	5.172	.110		47.151	.000
		x ₁	.660	.174	.359	3.797	.000
		x ₄ ²	.449	.172	.259	2.602	.011
		x ₄ x ₅	-.326	.161	-.202	-2.028	.046
KD	Y ₃	(Constant)	4.719	.159		29.637	.000
		x ₄ ²	.689	.236	.283	2.913	.004
		x ₄	.455	.176	.252	2.586	.011
KD	Y ₄	(Constant)	5.330	.115		46.317	.000
		x ₁	.984	.243	.393	4.043	.000
		x ₂ x ₅	-.396	.161	-.238	-2.453	.016

ตารางผนวกที่ ค4 (ต่อ)

Product	Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
KD	Y ₅	(Constant)	4.637	.102		45.249	.000
		x ₅	.353	.098	.346	3.608	.001
		x ₄ ²	.323	.152	.203	2.122	.037
KD	Y ₆	(Constant)	5.191	.101		51.634	.000
		x ₂	.361	.112	.325	3.220	.002
		x ₃	.228	.092	.222	2.478	.015
		x ₂ ²	-.237	.096	-.201	-2.475	.015
		x ₁	.438	.208	.221	2.109	.038
-	Y ₁	(Constant)	5.356	.081		66.535	.000
		x ₂	.260	.108	.225	2.417	.017
		x ₁	.396	.152	.233	2.600	.010
		x ₂ ²	.199	.096	.168	2.079	.040
-	Y ₂	(Constant)	5.105	.076		66.819	.000
		x ₄	.206	.116	.147	1.770	.079
		x ₅	.326	.099	.264	3.294	.001
		x ₃	.311	.082	.539	3.774	.000
		x ₃ ²	-.021	.007	-.411	-2.851	.005
		x ₄ ²	.281	.130	.172	2.163	.032
-	Y ₃	(Constant)	4.984	.084		59.342	.000
		x ₁	.649	.200	.293	3.251	.001
		x ₂	.343	.136	.227	2.522	.013
-	Y ₄	(Constant)	4.968	.102		48.592	.000
		x ₁	1.264	.197	.571	6.405	.000
		x ₁ ²	-.304	.101	-.267	-3.000	.003
		x ₂ ²	.288	.115	.187	2.502	.014
-	Y ₅	(Constant)	4.553	.062		73.454	.000
		x ₁	.420	.137	.265	3.055	.003
		x ₄	.271	.116	.202	2.330	.021
-	Y ₆	(Constant)	4.694	.062		75.433	.000
		x ₂	.673	.087	.530	7.734	.000
		x ₃	.143	.079	.221	1.813	.072
		x ₁ x ₃	.516	.155	.518	3.319	.001
		x ₄	.276	.110	.175	2.522	.013
		x ₃ ²	.024	.011	.416	2.195	.030

ตารางผนวกที่ ค5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับ
คุณลักษณะก่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์

Product	Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	B		
MAP	Pre_Cre	(Constant)	5.841	.073		80.447	.000
		x ₁	.792	.125	.580	6.329	.000
MAP	Pre_Exp	(Constant)	5.444	.080		67.726	.000
		x ₁	.739	.139	.514	5.330	.000
MAP	Pre_SPd	(Constant)	5.282	.083		63.935	.000
		x ₁	.427	.160	.279	2.672	.009
		x ₅	.203	.113	.188	1.797	.076
		x ₄ ²	-.171	.066	-.245	-2.605	.011
		x ₃ x ₄	.445	.099	.444	4.491	.000
		x ₂ x ₅	-.249	.094	-.288	-2.651	.010
MAP	Pre_SPk	(Constant)	5.316	.073		73.171	.000
		x ₅	.358	.072	.444	4.941	.000
		x ₂ ²	-.202	.055	-.397	-3.660	.000
		x ₃ x ₄	.178	.080	.237	2.218	.030
		x ₅ ²	-.181	.067	-.286	-2.682	.009
		x ₂ x ₄	.172	.080	.287	2.152	.035
KD	Pre_Cre	(Constant)	6.094	.093		65.826	.000
		x ₁	.581	.151	.359	3.857	.000
		x ₂ ²	-.346	.109	-.361	-3.171	.002
		x ₂ x ₅	-.363	.118	-.338	-3.071	.003
		x ₁ x ₂	.550	.257	.281	2.139	.035
KD	Pre_Exp	(Constant)	5.367	.101		53.014	.000
		x ₁	.542	.149	.329	3.648	.000
		x ₃ ²	-.243	.069	-.364	-3.500	.001
		x ₁ x ₃	.671	.179	.398	3.746	.000
		x ₂ ²	-.208	.091	-.213	-2.284	.025
KD	Pre_SPd	(Constant)	5.300	.076		69.840	.000
		x ₄	.247	.113	.220	2.179	.032
KD	Pre_SPk	(Constant)	5.234	.069		75.646	.000
		x ₅	.188	.101	.198	1.857	.066
		x ₁	.479	.167	.303	2.871	.005
		x ₃ x ₄	.307	.111	.257	2.753	.007

ตารางผนวกที่ ๓6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับ
คุณลักษณะหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์

Product	Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	B		
MAP	P ₁	(Constant)	6.000	.072		83.833	.000
		x ₅	.324	.093	.354	3.481	.001
		x ₃	.229	.076	.306	3.009	.004
MAP	P ₂	(Constant)	5.523	.084		65.676	.000
		x ₅	.249	.102	.265	2.439	.017
MAP	P ₃	(Constant)	5.465	.081		67.799	.000
		x ₅	.366	.098	.388	3.737	.000
MAP	P ₄	(Constant)	5.310	.066		80.179	.000
		x ₅	.364	.081	.453	4.516	.000
KD	P ₁	(Constant)	6.076	.097		62.881	.000
		x ₁	.603	.157	.363	3.852	.000
		x ₃ x ₅	-.345	.111	-.299	-3.112	.002
		x ₃ x ₄	.320	.118	.255	2.717	.008
		x ₂ ²	-.187	.091	-.189	-2.055	.043
KD	P ₂	(Constant)	5.270	.119		44.407	.000
		x ₃ ²	-.255	.084	-.301	-3.040	.003
KD	P ₃	(Constant)	5.073	.097		52.204	.000
		x ₁	.541	.171	.316	3.157	.002
		x ₁ ²	1.329	.372	.467	3.575	.001
		x ₁ x ₅	-.773	.267	-.393	-2.895	.005
KD	P ₄	(Constant)	5.302	.073		72.209	.000
		x ₁	.531	.152	.330	3.485	.001
		x ₃ x ₄	.356	.115	.294	3.097	.003

ตารางผนวกที่ ค7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะหลังการ
บริโภคผลิตภัณฑ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

Product	Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	B		
MAP	Y ₁	(Constant)	6.034	.095		63.628	.000
		p ₂	.375	.123	.326	3.044	.003
MAP	Y ₂	(Constant)	5.448	.101		53.896	.000
		p ₁	.452	.134	.356	3.363	.001
MAP	Y ₃	(Constant)	5.422	.168		32.337	.000
		p ₁ ²	-.469	.144	-.346	-3.262	.002
MAP	Y ₄	(Constant)	5.330	.110		48.407	.000
		p ₃	.526	.141	.388	3.720	.000
MAP	Y ₅	(Constant)	4.829	.087		55.235	.000
		p ₁	.353	.116	.325	3.040	.003
MAP	Y ₆	(Constant)	4.604	.119		38.831	.000
		p ₁	.401	.158	.277	2.543	.013
KD	Y ₁	(Constant)	5.845	.085		69.055	.000
		p ₁	.310	.088	.326	3.506	.001
		p ₄ ²	.471	.130	.500	3.627	.000
		p ₃ p ₄	-.355	.145	-.340	-2.452	.016
KD	Y ₂	(Constant)	5.323	.077		69.392	.000
		p ₁	.407	.112	.369	3.645	.000
		p ₄	.281	.115	.246	2.434	.017
KD	Y ₃	(Constant)	5.033	.119		42.457	.000
		p ₄	.567	.156	.354	3.629	.000
KD	Y ₄	(Constant)	5.264	.114		46.098	.000
		p ₁	.560	.146	.372	3.842	.000
KD	Y ₅	(Constant)	4.688	.081		58.176	.000
		p ₄	.602	.128	.575	4.690	.000
		p ₂ p ₄	.203	.070	.272	2.892	.005
		p ₂	-.200	.100	-.249	-2.009	.048
KD	Y ₆	(Constant)	4.920	.101		48.940	.000
		p ₁	.397	.116	.333	3.429	.001
		p ₂ ²	.102	.045	.220	2.259	.026

ตารางผนวกที่ ค8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับ
คุณลักษณะที่ผู้บริโภคคาดหวังเมื่อไม่มีผลิตภัณฑ์

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients B	t	Sig.
		B	Std. Error			
A ₁	(Constant)	5.088	.060		84.886	.000
	x ₄	.265	.105	.215	2.533	.012
	x ₂	.230	.085	.227	2.697	.008
	x ₁ x ₄	.316	.151	.168	2.086	.039
A ₂	(Constant)	4.873	.062		78.344	.000
	x ₂	.220	.088	.213	2.510	.013
A ₃	(Constant)	5.104	.051		100.185	.000
	x ₄	.256	.088	.234	2.900	.004
	x ₁ x ₃	.416	.116	.619	3.597	.000
	x ₃ x ₅	-.162	.058	-.480	-2.798	.006
	x ₅	.172	.081	.174	2.128	.035
A ₄	(Constant)	4.858	.048		101.909	.000
	x ₂	.272	.068	.316	3.985	.000
	x ₃ x ₄	.218	.062	.353	3.532	.001
	x ₃	.113	.043	.259	2.625	.010

ตารางผนวกที่ ค9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ผู้บริโภค
คาดหวังเมื่อไม่มีผลิตภัณฑ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients B	t	Sig.
		B	Std. Error			
Y ₁	(Constant)	5.430	.063		85.598	.000
	a ₄	.497	.118	.362	4.205	.000
	a ₂	.210	.097	.187	2.164	.032
Y ₂	(Constant)	5.149	.066		77.881	.000
	a ₄	.528	.111	.386	4.747	.000
Y ₃	(Constant)	5.055	.098		51.674	.000
	a ₁	.484	.127	.323	3.813	.000
	a ₁ a ₄	-.370	.171	-.183	-2.162	.033
Y ₄	(Constant)	4.964	.094		53.053	.000
	a ₂ a ₃	.353	.156	.196	2.270	.025
Y ₅	(Constant)	4.419	.077		57.518	.000
	a ₃	.304	.104	.250	2.935	.004
	a ₂ ²	.216	.084	.220	2.585	.011
Y ₆	(Constant)	4.742	.077		61.390	.000
	a ₄	.418	.130	.272	3.215	.002

ภาคผนวก ง
การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง

การหาขนาดตัวอย่างสามารถหาได้จากการคำนวณสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \delta^2}{H^2}$$

โดยที่	n	หมายถึง ขนาดตัวอย่าง
	Z	หมายถึง ตัวแปรสุ่มปกติมาตรฐาน ในที่นี้คือที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ($\alpha = 0.05$) มีค่าประมาณ 2
	δ^2	หมายถึง ค่าความแปรปรวน ในที่นี้หาได้จากตารางผนวกที่ 1 ซึ่งสเกลที่ใช้ในการวัดมี 7 ระดับ ค่าความแปรปรวนจึงมีค่าเท่ากับ 4
	H	หมายถึงค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ± 0.25

ตารางผนวกที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับสเกลของคำถามกับความแปรปรวน

Number of Scale Points	Typical Range of Variances
4	0.7 – 1.3
5	1.2 – 2
6	2 – 3
7	2.5 – 4
10	3 - 7

ที่มา: Churchill Jr. (1991) Marketing Research Methodological Foundations, p 588

ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมของผู้บริโภคต่อเทคโนโลยีการบรรจุ” ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อดังกล่าว

ส่วนที่ 1 กรุณาพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อตามความเหมาะสม โดยวงกลมรอบตัวเลขที่ท่านเลือก (1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด และ 7 = เห็นด้วยมากที่สุด)

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
1. ท่านชอบซื้อสินค้าที่ใหม่และแตกต่าง	1	2	3	4	5	6	7
2. สาเหตุที่ท่านเปลี่ยนแปลงการบริโภคคือเพื่อความทันสมัย	1	2	3	4	5	6	7
3. ก่อนจะลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ท่านพยายามที่จะเรียนรู้ความคิดเห็นของเพื่อนต่อสินค้าชนิดนี้ก่อนเสมอ	1	2	3	4	5	6	7
4. ท่านรู้สึกสิ้นเปลืองเงินไปกับสินค้าใหม่	1	2	3	4	5	6	7
5. ท่านคิดว่าเป็นเรื่องไม่ถูกต้องที่จะซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	1	2	3	4	5	6	7
6. สินค้าในปัจจุบันมีหลายแบบหลายขนาดเพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน	1	2	3	4	5	6	7
7. ปกติแล้วผู้ผลิตมักจะออกแบบสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค	1	2	3	4	5	6	7
8. ถ้าอาหารยี่ห้อเดิมที่ท่านอยู่ก็อร่อยอยู่แล้ว ท่านก็จะไม่คิดที่จะเปลี่ยนไปทานยี่ห้ออื่นแทน	1	2	3	4	5	6	7
9. ท่านไม่เคยแนะนำให้เพื่อนเลือกหนังสือ, หนังสือ หรือเพลง	1	2	3	4	5	6	7
10. ของที่ระลึกจากที่ต่างๆ ไม่มีความจำเป็นและสิ้นเปลืองเงิน	1	2	3	4	5	6	7
11. การมีสินค้าให้เลือกมากกว่า ช่วยให้เปรียบเทียบคุณภาพสินค้าได้ดีกว่า	1	2	3	4	5	6	7
12. การซื้อปิ้งช่วยให้ท่านลืมปัญหาต่างๆ ได้	1	2	3	4	5	6	7
13. การพัฒนาภาชนะบรรจุเป็นการสร้างความแตกต่างไปจากสินค้าอื่น	1	2	3	4	5	6	7
14. เมื่อต้องการซื้อสินค้า สินค้าของไทยจะอยู่ในใจท่านเป็นอันดับแรก และสำคัญกว่าสินค้าจากต่างประเทศเสมอ	1	2	3	4	5	6	7
15. ปริมาณอาหารที่ขายมักจะพอดีกับปริมาณที่บริโภค	1	2	3	4	5	6	7

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
16. ถ้าท่านมีความคิดเห็นใหม่ๆ ท่านจะสนใจว่าคนอื่นคิดอย่างไรกับเรื่องเดียวกันนี้เสมอ	1	2	3	4	5	6	7
17. ท่านมักถามหาความเห็นจากคนที่ได้ลองผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นก่อนที่จะลองด้วยตัวเอง	1	2	3	4	5	6	7
18. ท่านจะได้แย้งความคิดที่ขัดกับความเชื่อของท่าน	1	2	3	4	5	6	7
19. ท่านชอบไขว่คว้าโอกาส	1	2	3	4	5	6	7
20. อาหารที่สำเร็จรูปในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้	1	2	3	4	5	6	7
21. ท่านจะทดลองชิมอาหารก่อน และจะซื้อซ้ำเมื่ออาหารนั้นมีรสชาติถูกใจ	1	2	3	4	5	6	7
22. ท่านลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก่อนคนอื่นเสมอ	1	2	3	4	5	6	7
23. รสชาติของอาหารจะเปลี่ยนไปเมื่ออุ่นในเตาไมโครเวฟ	1	2	3	4	5	6	7
24. การซื้อปิ้งคือความสุขที่แท้จริง	1	2	3	4	5	6	7
25. การซื้อสินค้าใหม่ที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์มักจะเสียทั้งเงินและเวลา	1	2	3	4	5	6	7
26. ท่านไม่เคยซื้อสินค้าที่ท่านไม่รู้จักร เพราะอาจเสี่ยงกับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้	1	2	3	4	5	6	7
27. ท่านมักจะทดลองทานอาหารชนิดใหม่เมื่อมีคำแนะนำจากคนรู้จักเสมอ	1	2	3	4	5	6	7
28. ผู้บริโภคควรที่จะหลีกเลี่ยงสินค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7
29. ท่านคิดว่าเป็นเรื่องยากที่จะลอกเลียนแบบพฤติกรรมของคนอื่น	1	2	3	4	5	6	7
30. การซื้อสินค้าต่างประเทศไม่ใช่สิ่งที่คนไทยพึงกระทำ	1	2	3	4	5	6	7
31. อาหารกระป๋องเมื่อเปิดแล้วต้องเทใส่ภาชนะอื่น	1	2	3	4	5	6	7
32. ท่านไม่ชอบคุยกับคนแปลกหน้า	1	2	3	4	5	6	7
33. สินค้าต่างประเทศช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น	1	2	3	4	5	6	7
34. ท่านชอบคบหากับคนที่คิดเหมือนกับท่าน	1	2	3	4	5	6	7
35. ท่านไม่ชอบทดลองทานสินค้าใหม่แม้ว่าจะมีตัวอย่างให้ทดลองชิม	1	2	3	4	5	6	7
36. ท่านซื้ออาหารในปริมาณที่พอดีกับการรับประทานเสมอ	1	2	3	4	5	6	7

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
37. ท่านชอบซื้อสินค้าที่ท่านไม่คุ้นเคย เพราะต้องการความหลากหลาย	1	2	3	4	5	6	7
38. ท่านเคยรับประทานอาหารถึงสำเร็จรูปแล้วรู้สึกว่ามันไม่ดี	1	2	3	4	5	6	7
39. ถ้าภรรยาบรรจสุวย ท่านก็จะหยิบขึ้นมาดูว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร	1	2	3	4	5	6	7
40. ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถหาได้ในประเทศ ควรที่จะมีการนำเข้า	1	2	3	4	5	6	7
41. ท่านมักรู้สึกตื่นตาตื่นใจเมื่อเห็นสินค้าใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	7

ส่วนที่ 2 กรุณาพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อตามความเหมาะสม โดยวงกลมรอบตัวเลขที่ท่านเลือก (1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด และ 7 = เห็นด้วยมากที่สุด)

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
1. อาหารถึงสำเร็จรูปสะดวก ไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียม	1	2	3	4	5	6	7
2. ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร	1	2	3	4	5	6	7
3. การทำอาหารทานเองถ้ามีคนน้อยจะไม่ทำ เพราะเสียเวลาและไม่คุ้ม	1	2	3	4	5	6	7
4. ท่านชอบซื้ออาหารที่ซูเปอร์มาร์เก็ตใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	1	2	3	4	5	6	7
5. ท่านมีเวลามากพอในการเลือกซื้ออาหาร	1	2	3	4	5	6	7
6. ก่อนซื้อสินค้าท่านจะพิจารณาด้วยว่าคนในครอบครัวชอบทานอะไร	1	2	3	4	5	6	7
7. ร้านค้าควรมีการจัดระเบียบสินค้าเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคหาสินค้าได้ง่าย	1	2	3	4	5	6	7
8. อาหารแช่แข็งอุ่นง่าย เหมาะกับคนทำงานที่เร่งรีบ	1	2	3	4	5	6	7
9. ท่านรู้สึกว่าอาหารตามซูเปอร์มาร์เก็ตมีความปลอดภัย	1	2	3	4	5	6	7
10. ท่านยินดีซื้อสินค้าที่ร้านค้าใกล้บ้าน แม้ว่ามีราคาแพงกว่าที่อื่นเล็กน้อย	1	2	3	4	5	6	7
11. ก่อนซื้อสินค้าท่านมักถามความคิดเห็นจากเพื่อน	1	2	3	4	5	6	7

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
12. ราคาเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร	1	2	3	4	5	6	7
13. ในตอนเช้าท่านต้องการอะไรที่ง่ายและไม่ต้องเตรียมมาก	1	2	3	4	5	6	7
14. ท่านไม่ค่อยมีเวลาในการซื้อของ	1	2	3	4	5	6	7
15. ท่านถามหาความเห็นจากคนที่ได้ลองผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นก่อนที่จะทดลองมัน	1	2	3	4	5	6	7
16. ผลิตภัณฑ์อาหารที่สำเร็จรูปในปัจจุบันช่วยอำนวยความสะดวกในการเตรียม	1	2	3	4	5	6	7

ส่วนที่ 3 (หรือส่วนที่ 4) กรุณาพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อตามความเหมาะสม โดยวงกลมรอบตัวเลขที่ท่านเลือก (1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด และ 7 = เห็นด้วยมากที่สุด)

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
1. วันหมดอายุที่กำหนดบนภาชนะบรรจุต้องชัดเจน	1	2	3	4	5	6	7
2. อาหารที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ คืออาหารที่ไม่มีสารตกค้าง	1	2	3	4	5	6	7
3. ภาชนะบรรจุต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	6	7
4. ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี	1	2	3	4	5	6	7
5. ภาชนะบรรจุที่ดีต้องหยิบจับง่าย	1	2	3	4	5	6	7
6. เนื้อสัมผัสของอาหารมีผลต่อการเลือกรับประทาน	1	2	3	4	5	6	7
7. ภาชนะบรรจุต้องมีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก	1	2	3	4	5	6	7
8. ภาชนะบรรจุที่ดีต้องง่ายต่อการเก็บรักษา	1	2	3	4	5	6	7
9. ท่านให้ความสำคัญของคุณค่าทางโภชนาการและส่วนประกอบ	1	2	3	4	5	6	7
10. การเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของสีฉลากและรูปภาพประกอบ	1	2	3	4	5	6	7
11. ถ้าผลิตภัณฑ์เลยวันที่ผลิตมานานแล้ว ท่านจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น	1	2	3	4	5	6	7
12. ท่านนิยมรับประทานผลิตภัณฑ์ที่มีสีฉลagn่ารับประทาน	1	2	3	4	5	6	7
13. ภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทหมายถึงอาหารภายในที่ปลอดภัย	1	2	3	4	5	6	7

	คะแนน						
	ไม่เห็นด้วย			เห็นด้วย			
14. ถ้าผลิตภัณฑ์เดิมมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของภาชนะบรรจุ ทำให้ท่านจำผลิตภัณฑ์นั้นไม่ได้	1	2	3	4	5	6	7
15. ผลิตภัณฑ์ที่น่ารับประทานควรอยู่ในสภาพสมบูรณ์	1	2	3	4	5	6	7
16. ผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องมีข้อดีมากกว่าผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยรับประทาน จึงจะตัดสินใจทดลอง	1	2	3	4	5	6	7
17. สิ่งที่มีมองเห็นภายนอกภาชนะบรรจุอาจจะไม่เหมือนสิ่งที่อยู่ข้างในเสมอไป	1	2	3	4	5	6	7
18. ท่านจะชิมอาหารที่ดูน่ารับประทานเท่านั้น	1	2	3	4	5	6	7
19. สีฉันทนภาชนะบรรจุเป็นสิ่งบ่งบอกถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์	1	2	3	4	5	6	7
20. ถ้าภาชนะบรรจุไม่มีความน่าสนใจ ท่านก็จะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น	1	2	3	4	5	6	7
21. ผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบันเป็นการแข่งขันด้านการเพิ่มคุณค่าทางอาหาร	1	2	3	4	5	6	7
22. ขนาดของภาชนะบรรจุขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละวัย	1	2	3	4	5	6	7
23. อาหารกึ่งสำเร็จรูปมีรูปร่างหน้าตาไม่แตกต่างจากอาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	7
24. อาหารกึ่งสำเร็จรูปมีรสชาติไม่แตกต่างจากอาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	7

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล	นายชัยเกษม สีนธารทอง
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 1 พฤศจิกายน 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ สาขาเทคโนโลยีการบรรจุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	-
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	-
ผลงานดีเด่นและรางวัลทางวิชาการ	-
ทุนการศึกษาที่ได้รับ	-