

คู่มือลงรหัส

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟซีในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
1	sex	เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง	9	Nominal
2	age	ช่วงอายุ	1 = ไม่เกิน 20 ปี 2 = 21 – 30 ปี 3 = 31 – 40 ปี 4 = 41 – 50 ปี 5 = 51 – 60 ปี 6 = มากกว่า 60 ปี	9	Ordinal
3	status	สถานภาพสมรส	1 = โสด 2 = แต่งงานแล้ว 3 = หย่าร้าง 4 = แยกกันอยู่ 5 = ม่าย	9	Nominal
4	child	จำนวนบุตรที่มี	1 = ไม่มี 2 = 1-2 คน 3 = 3-4 คน 4 = 5-6 คน 5 = มากกว่า 6 คน	9	Ordinal
5	member	จำนวนสมาชิกใน ครอบครัว	1 = 1-2 คน 2 = 3-4 คน 3 = 5-6 คน 4 = มากกว่า 6 คน	9	Ordinal

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
6	education	ระดับการศึกษา	1 = ประถมศึกษา 2 = มัธยมศึกษา 3 = อนุปริญญา/ปวช./ปวส. 4 = ปริญญาตรี 5 = ปริญญาโท 6 = ปริญญาเอก	9	Ordinal
7	career	อาชีพในปัจจุบัน	1 = นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 2 = ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 3 = พนักงานบริษัทเอกชน 4 = ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว 5 = พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9	Nominal
8	income	รายได้ต่อเดือน	1 = ไม่เกิน 10,000 บาท 2 = 10,001-20,000 บาท 3 = 20,001-30,000 บาท 4 = 30,001-40,000 บาท 5 = 40,001-50,000 บาท 6 = มากกว่า 50,000 บาท	9	Ordinal
9	expense	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	1 = ไม่เกิน 10,000 บาท 2 = 10,001-20,000 บาท 3 = 20,001-30,000 บาท 4 = 30,001-40,000 บาท 5 = 40,001-50,000 บาท 6 = มากกว่า 50,000 บาท	9	Ordinal
10	food	การรับประทานอาหาร นอกบ้าน	1 = ไม่เคยเลย/นาน ๆ ครั้ง 2 = 1-2 ครั้งต่อเดือน 3 = 3-4 ครั้งต่อเดือน 4 = 5-6 ครั้งต่อเดือน 5 = มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	9	Ordinal

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการร้านเคเอฟซี

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
1	a1	ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้ามีความหลากหลาย	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
2	a2	สินค้ามีความสดใหม่เสมอ	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
3	a3	สีส้มของอาหารชวนให้อยากรับประทาน	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
4	a4	สินค้ามีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
5	a5	รสชาติของอาหารชวนให้อยากรับประทานอีกครั้ง	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
6	a6	ด้านราคา สินค้ามีราคาเหมาะสมกับขนาดและปริมาณ	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
7	a7	มีการจัดตั้งหมวดหมู่ในการตั้งราคา	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
8	a8	ราคาสินค้าสามารถรองรับการซื้อจากผู้บริโภคในทุกระดับชั้น	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
9	a9	การตั้งราคาสินค้าของร้านเคเอฟซี ผู้ซื้อสามารถที่จะจ่ายได้	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
10	a10	ราคาสินค้าของร้านเคเอฟซีเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของร้าน	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
11	a11	ด้านช่องทางการจำหน่ายและ สถานที่ตั้ง ทำเลที่ตั้งของร้านเคเอฟซีใกล้ กับแหล่งชุมชน	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้นปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
12	a12	พื้นที่ของร้านเคเอฟซีมีความ เพียงพอในการรองรับลูกค้า	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
13	a13	ทำเลที่ตั้งของร้านเคเอฟซี เดินทางสะดวกและสามารถหา ได้ง่าย	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
14	a14	การบริการอาหารนอกสถานที่ ทำให้มีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
15	a15	การใช้เว็บไซต์ของร้านเคเอฟซี มีความดึงดูดและข้อมูล ครบถ้วน	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
16	a16	ด้านส่งเสริมการตลาด การออกร้านในงานเทศกาลต่างๆ	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้นปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
17	a17	การแจกลินค้าตัวอย่าง	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
18	a18	การลดราคาสินค้าหรือการจัดชุด เมนูสินค้าสุดคุ้ม	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
19	a19	การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
20	a20	บริการส่งสินค้าถึงลูกค้าโดยตรง	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
21	a21	ด้านบุคลากร พนักงานให้ความรู้และแนะนำ สินค้าได้	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
22	a22	พนักงานบริการดี เป็นกันเอง	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
23	a23	พนักงานปฏิบัติงานรวดเร็วในการ รับคำสั่ง	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
24	a24	พนักงานแต่งกายสะอาดตาม ระเบียบของร้าน	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
25	a25	พนักงานตอบข้อสงสัยของลูกค้า ได้	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
26	a26	ด้านกระบวนการ รายการอาหารที่สั่งถูกต้องตรง ตามความต้องการ	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
27	a27	ผลิตภัณฑ์ทำออกมาได้เหมือนรูป ในป้ายโฆษณา	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
28	a28	การบริการมีความรวดเร็ว	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
29	a29	การผลิตที่ถูกต้องตามหลักอนามัย	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
30	a30	นำเสนอกระบวนการผลิตเพื่อ ดึงดูดลูกค้า	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
31	a31	<u>ด้านการสร้างและนำเสนอ</u> <u>ลักษณะทางกายภาพ</u> การแต่งกายแบบสุภาพ	1 = ใช้น้อยที่สุด 2 = ใช้น้อย 3 = ใช้นปานกลาง 4 = ใช้มาก 5 = ใช้มากที่สุด	9	Ordinal
32	a32	ร้านมีความสะอาด ถูกต้อง ตาม หลักอนามัย	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
33	a33	การตกแต่งร้านดึงดูดลูกค้า	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
34	a34	ร้านใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่มี คุณภาพในการทำไก่ทอด	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal
35	a35	การบริการด้วยคำพูดที่สุภาพ	ในทำนองเดียวกับ a1	9	Ordinal

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านเคเอฟซี

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
1	b1	เหตุผลในการมาใช้ บริการร้านเคเอฟซี	1 = ใช้เป็นจุดนัดพบ 2 = เพื่อซื้อกลับบ้าน 3 = อยากรับประทานเคเอฟซี 4 = ฉลองเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ 5 = อื่น ๆ	9	Nominal
2	b2	เหตุผลในการเลือก รับประทานอาหาร ร้านเคเอฟซี	1 = สินค้ามีรสชาติอร่อย 2 = สินค้ามีราคาถูก 3 = สินค้ามีให้เลือกหลายรูปแบบ 4 = สินค้ามีคุณค่าทางโภชนาการ 5 = อื่น ๆ	9	Nominal
3	b3	ผู้ร่วมมารับประทาน อาหารร้านเคเอฟซี	1 = สมาชิกในครอบครัว/ญาติ 2 = เพื่อน 3 = คนเดียว 4 = คนรัก	9	Nominal
4	b4	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจในการ มาใช้บริการร้านเค เอฟซี	1 = สมาชิกในครอบครัว/ญาติ 2 = เพื่อน 3 = ตัวเอง 4 = คนรัก	9	Nominal
5	b5	ช่วงเวลาในการมาใช้ บริการร้านเคเอฟซี	1 = 12.00-14.00 น. 2 = 14.01-16.00 น. 3 = 16.01-18.00 น. 4 = 18.01-20.00 น.	9	Ordinal
6	b6	ระยะเวลาที่อยู่ในร้าน โดยเฉลี่ย	1 = น้อยกว่า 30 นาที 2 = 30 นาที - 1 ชั่วโมง 3 = 1.01 ชั่วโมง - 1.30 ชั่วโมง 4 = 1.31 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	9	Ordinal
7	b7	ระยะเวลาที่เคยอยู่ใน ร้านนานที่สุด	1 = น้อยกว่า 30 นาที 2 = 30 นาที - 1 ชั่วโมง 3 = 1.01 ชั่วโมง - 1.30 ชั่วโมง 4 = 1.31 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	9	Ordinal

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านเคเอฟซี (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	ชื่อตัวแปร (Name)	รายการข้อมูล (Label)	รหัส/ค่าที่เป็นไปได้ (Value)	ค่าสูญหาย (Missing)	ระดับการวัด (Measure)
8	b8	โปรโมชัน ที่ท่านชอบ รับประทานมากที่สุด	1 = สไปซ์ ซี้ด บักเก็ต 2 = บักเก็ตอิมใจ 3 = ไก่จูใจ 4 = อิมสุขใจ 5 = เบอร์เกอร์ 6 = สไปซ์ ซี้ด 7 = ดับเบิลชีส ชิงเกอร์	9	Nominal
9	b9	เมนูข้าว ที่ท่านชอบ รับประทานมากที่สุด	1 = ข้าวไก่แซบโบว์ล 2 = ข้าวไก่ซี้ดโบว์ล 3 = ข้าวไก่เขียวหวานโบว์ล	9	Nominal
10	b10	เมนูทานเล่น ที่ท่าน ชอบรับประทานมาก ที่สุด	1 = ดับเบิลชีส ชิงเกอร์ 2 = สไปซ์ ซี้ดฟรายด์ 3 = ทาร์ทไซ้ 4 = ครีมบอล ดับเบิลครันช์	9	Nominal