

ภาคผนวก



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ไอศกรีมปั่น
ร้านสวีเดนเช่นส์ เดอะมอลล์ท่าพระ

Marketing Mix Factors Affecting Consumer Behavior of
Ice Cream Shake Swensen Shop at The Mall Thapra

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
ข้อมูลของจะถูกนำไปใช้เฉพาะทางด้านการศึกษา ค้นคว้าเพื่อประโยชน์ทางด้านการศึกษาเท่านั้น

.....

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้บริโภคไอศกรีมปั่นร้านสวีเดนเช่นส์ เดอะมอลล์ท่าพระ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงไปในช่อง เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 2. อายุ 20 - 30 ปี
 3. อายุ 31 - 40 ปี 4. อายุ 41 - 50 ปี
 5. อายุ 50 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส
 3. หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี 4. อื่นๆ.....

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. บริษัทเอกชน/รับจ้าง | <input type="checkbox"/> 4. กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ..... | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. รายได้ 10,000 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. รายได้ 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่อง เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

7. ประเภทของไอศกรีมปั่นที่เลือก

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ผลไม้ | <input type="checkbox"/> 2. ช็อคโกแลต |
| <input type="checkbox"/> 3. วานิลลา | <input type="checkbox"/> 4. เบอร์รี่ |
| <input type="checkbox"/> 5. เซอเบท | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ..... |

8. เหตุผลที่สำคัญในการบริโภคไอศกรีมปั่น

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อบริโภคไอศกรีมปั่น โดยเฉพาะ | <input type="checkbox"/> 2. เป็นจุดนัดพบกับกลุ่มเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3. มีรายการจัดโปรโมชั่น | <input type="checkbox"/> 4. ฉลองในโอกาสพิเศษ |

9. ช่วงเวลาที่เลือกการบริโภคไอศกรีมปั่น

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เวลา 11.00 – 13.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. เวลา 13.01 – 15.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. เวลา 15.01 – 17.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. เวลา 17.00 น. เป็นต้นไป |

10. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคไอศกรีมปั่น

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2. ค่าใช้จ่าย 100 - 300 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. ค่าใช้จ่าย 301 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> 4. ค่าใช้จ่าย 500 บาท ขึ้นไป |

11. ความถี่ในการบริโภคไอศกรีมปั่น

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ความถี่ 1 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> 2. ความถี่ 2 – 3 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3. ความถี่ 4 – 5 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> 4. ความถี่ มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน |

12. บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกบริโภคไอศกรีมที่ร้านสเวนเซนส์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> 2. บุคคลในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. แฟน/คนรัก | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อน |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมปั่นร้านสเวนเซนต์
เดอะมอลล์ท่าพระ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องที่ท่านคิดว่าจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภค
ไอศกรีมปั่นร้านสเวนเซนต์ เดอะมอลล์ท่าพระ ของท่านเพียงคำตอบเดียว

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมปั่น	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
	ด้านผลิตภัณฑ์					
13	รสชาติของไอศกรีม					
14	ความสดใหม่ของไอศกรีม					
15	ความหลากหลายของท็อปปิ้ง					
16	สีสันทของไอศกรีม					
	ด้านราคา					
17	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของไอศกรีม					
18	ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณของไอศกรีม					
19	ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
20	ที่ตั้งสถานที่ให้บริการเดินทางสะดวก					
21	ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ					
22	พื้นที่ภายในร้านเพียงพอในการรองรับลูกค้า					
23	การจัดรูปแบบร้าน					
	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
24	บัตรสมาชิกส่วนลดพิเศษ					
25	การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต					
26	ส่วนลดในโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด					

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมปั่น	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
	ด้านบุคลากรที่ให้บริการ					
27	ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเอง					
28	ความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ					
29	ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการ					
30	มีความชัดเจนในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์					
	ด้านกระบวนการให้บริการ					
31	ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม					
32	การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น มาก่อนต้อง ได้รับบริการก่อน					
33	มีความถูกต้องครบถ้วนในการให้บริการ					
	ด้านลักษณะกายภาพภายนอก					
34	มีการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ					
35	บรรยากาศภายนอก/ภายในสวยงาม					
36	มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ชัดเจน					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*** ขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ***