



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## การศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ  
และบริโภคข้าวกล้องในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทักษะคิดของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและบริโภคข้าวกล้องในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งแบบสอบถามนี้ ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิดแต่อย่างใด ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือจากท่าน ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความรู้สึกรู้สึกความคิดเห็นและความจริงมากที่สุด โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกคำถาม ผู้ศึกษาขอรับรองว่าความคิดเห็นของท่านถือเป็นความลับ ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษา และผลที่ได้จากการศึกษา จะใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อและบริโภคข้าวกล้องของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- ตอนที่ 3 ทักษะคิดเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคข้าวกล้องของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- ตอนที่ 4 ปัญหาในการเลือกซื้อข้าวกล้อง

ผู้ศึกษาขอขอบคุณที่ท่านกรุณา เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

กรุณี สุทศศรี

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

## แบบสอบถาม

เรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและบริโภค  
ข้าวกล้องในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความหรือเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าคำถามหรือเติมข้อความลงใน  
ช่องว่างที่เว้นไว้ตามสภาพที่เป็นจริงของท่าน

## ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

## 1. ตำบลที่ท่านอาศัยอยู่

- ( ) 1. ตำบลรอบเมือง ( ) 2. ตำบลเหนือเมือง ( ) 3. ตำบลขอนแก่น  
( ) 4. ตำบลนาโพธิ์ ( ) 5. ตำบลสะอาดสมบูรณ์ ( ) 6. ตำบลสีแก้ว  
( ) 7. ตำบลปอภาร (ป้อพาน) ( ) 8. ตำบลโนนรัง ( ) 9. ตำบลหนองแก้ว  
( ) 10. ตำบลหนองแวง ( ) 11. ตำบลคงลาน ( ) 12. ตำบลแคนใหญ่  
( ) 13. ตำบลโนนตาล ( ) 14. ตำบลเมืองทอง

## 2. เพศ

- ( ) 1. ชาย  
( ) 2. หญิง

## 3. อายุ

- ( ) 1. ต่ำกว่า 16 ปี  
( ) 2. 16-25 ปี  
( ) 3. 26-35 ปี  
( ) 4. 36-45 ปี  
( ) 5. 46-55 ปี  
( ) 6. สูงกว่า 55 ปี

## 4. สถานภาพทางครอบครัว

- ( ) 1. โสด  
( ) 2. สมรส  
( ) 3. แยกกันอยู่/หย่า/หม้าย

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. น้อยกว่า 10,000 บาท
- ( ) 2. 10,000 – 20,000 บาท
- ( ) 3. 20,001 – 30000 บาท
- ( ) 4. สูงกว่า 30,000 บาท

## 6. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ประถมศึกษา
- ( ) 2. มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
- ( ) 3. อนุปริญญา/เทียบเท่า
- ( ) 4. ปริญญาตรี
- ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี
- ( ) 6. อื่น ๆ ระบุ.....

## 7. การประกอบอาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน / นักศึกษา
- ( ) 2. แม่บ้าน
- ( ) 3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- ( ) 4. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ( ) 5. รับจ้าง พนักงานบริษัท / ห้างร้าน
- ( ) 6. อื่น ๆ ระบุ.....

## 8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- ( ) 1. 1 คน
- ( ) 2. 2 คน
- ( ) 3. 3 คน
- ( ) 4. 4 คนขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อและบริโภคข้าวกล้องของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

1. ท่านเคยซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. เกษตร	<input type="checkbox"/> 2. แม่คโคร
<input type="checkbox"/> 3. หงส์ทอง	<input type="checkbox"/> 4. เนอเจอร์ โชน
<input type="checkbox"/> 5. มานูญครอง	<input type="checkbox"/> 6. โลตัส
<input type="checkbox"/> 7. ไม่สนใจยี่ห้อ	<input type="checkbox"/> 8. ไม่สนใจยี่ห้อ
2. เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. อากาศลง	<input type="checkbox"/> 2. ทานเป็นประจำอยู่แล้ว
<input type="checkbox"/> 3. ญาติ/เพื่อนแนะนำ	<input type="checkbox"/> 4. รสชาติอร่อยกว่าข้าวขาว
<input type="checkbox"/> 5. เพื่อรักษาสุขภาพ	<input type="checkbox"/> 6. ตามกระแสนิยม
<input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
3. ท่านนิยมซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ชื่อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. เกษตร	<input type="checkbox"/> 2. ไทไท
<input type="checkbox"/> 3. หงส์ทอง	<input type="checkbox"/> 4. เนอเจอร์ โชน
<input type="checkbox"/> 5. มานูญครอง	<input type="checkbox"/> 6. มานูญครอง
<input type="checkbox"/> 7. ไม่สนใจยี่ห้อ	
<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
4. จากข้อ 3 เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพตรงตามความต้องการ
<input type="checkbox"/> 2. ไม่มียี่ห้ออื่นให้เลือก
<input type="checkbox"/> 3. โพรโมชันต่างๆ
<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ท่านชอบลักษณะใดของข้าวกล้อง ยี่ห้อที่นิยมเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. ความหอม	<input type="checkbox"/> 2. ความนุ่ม
<input type="checkbox"/> 3. ความแข็ง	<input type="checkbox"/> 4. สีเข้ม
<input type="checkbox"/> 5. สีจาง	<input type="checkbox"/> 6. หุงขึ้นหม้อ
<input type="checkbox"/> 7. ไม่มีข้าวหักปน	<input type="checkbox"/> 8. เคยทานแล้วทำให้สุขภาพดีขึ้น
<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

6. ท่านซื้อข้าวกล้องจากสถานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. ตลาดสด ( ) 2. ร้านค้าปลีกทั่วไป  
 ( ) 3. ซูเปอร์มาร์เก็ต ( ) 4. ห้างสรรพสินค้า  
 ( ) 5. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ( ) 6. ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวกล้องจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. สื่อหนังสือ ( ) 2. สื่อโทรทัศน์  
 ( ) 3. สื่อวิทยุ ( ) 4. แผ่นป้ายโฆษณา  
 ( ) 5. อินเทอร์เน็ต ( ) 6. การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการ  
 ( ) 7. นิตยสาร/วารสาร ( ) 8. บุคคล  
 ( ) 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องของท่าน
- ( ) 1. ตัวเอง ( ) 2.ญาติ  
 ( ) 3. เพื่อน/แฟน ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. ท่านซื้อข้าวกล้องบ่อยเพียงใด
- ( ) 1. 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ( ) 2. สัปดาห์ละครั้ง  
 ( ) 3. 2-3 ครั้งต่อเดือน ( ) 4. เดือนละครั้ง  
 ( ) 5. มากกว่า 2 เดือนต่อครั้ง  
 ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. ปริมาณการเลือกซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งของท่านเป็นอย่างไร
- ( ) 1. น้อยกว่าครึ่งกิโลกรัม ( ) 2. ครึ่งกิโลกรัม  
 ( ) 3. 1 กิโลกรัม ( ) 4. 2 กิโลกรัม  
 ( ) 5. 5 กิโลกรัม ( ) 6. มากกว่า 5 กิโลกรัม  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
11. ท่านซื้อข้าวกล้องในโอกาสใด
- ( ) 1. ซื้อเป็นประจำ ( ) 2. เมื่อมีปัญหาสุขภาพ  
 ( ) 3. เมื่อมีกระแสนิยม ( ) 4. แล้วยแต่โอกาส  
 ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อและ  
บริโภคข้าวกล้องของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

**คำชี้แจง** ท่านเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภค  
ข้าวกล้องมีมากน้อยเพียงใดโดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างด้านหลังแต่ละ  
ข้อเพียงช่องเดียวที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวกล้อง	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความสะอาด ปราศจากสารพิษ					
2. อาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ช่วยป้องกันโรคบางชนิดได้					
3. วิตามินและคุณค่าทางโภชนาการสูง					
4. รสชาติ ความอร่อย					
5. ยี่ห้อตราของสินค้าได้รับการยอมรับ					
6. เครื่องหมายรับรองคุณภาพ จากองค์การอาหารและยา					
7. บรรจุภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลายขนาด					
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
9. ระบุสถานที่ผลิต ถูกต้อง ชัดเจนและสามารถติดต่อได้					
10. ระบุคุณค่าทางโภชนาการ					
11. ระบุวิธีการหุงข้าวกล้อง					
12. อายุการเก็บรักษา					
13. ฉลากแสดงวันผลิต วันหมดอายุ และน้ำหนักถูกต้อง					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคามีความเหมาะสมสอดคล้องกับท้องตลาด					
3. ราคาขึ้นลงตามภาวะตลาด					
4. ราคาแพงกว่าข้าวขาว					
5. มีป้ายแสดงราคาให้เห็น ได้ชัดเจน					



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวกล้อง	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ราคาสามารถต่อรองได้					
7. มีราคาให้เลือกซื้อหลากหลายระดับราคา					
8. ซื่อเป็นเงินเชื่อได้ เช่น ระยะเวลาในการจ่ายเงิน 1 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน					
9. ราคาสินค้าสามารถลดได้ แก่ลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก					
10. สามารถปรับลดราคาตามการส่งเสริมการขายของผู้ผลิต					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ความสะอาดของสถานที่จำหน่าย					
2. การตกแต่งร้านสวยงาม					
3. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย					
4. ใกล้บ้าน/สถานที่ทำงาน					
5. เวลาเปิด-ปิดของสถานที่จำหน่าย					
6. เดินทางสะดวก					
7. มีสินค้าตลอดไม่ขาดตลาด					
8. มีสินค้า (ข้าวกล้อง) ให้เลือกหลายยี่ห้อ					
9. มีการจัดวางสินค้า (ข้าวกล้อง) แยกเป็นหมวดหมู่					
10. หาซื้อได้สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร					
2. การประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ การออกร้าน สปอนเซอร์					
3. มีของแถม					
4. มีการให้ทดลองชิมฟรี					
5. พนักงานขายตรง					
6. พนักงานขายสุภาพ มีอัธยาศัยดี					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวกล้อง	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. จดหมายข่าว					
8. การลดราคา หรือ โปรโมชัน ช่วงเทศกาล					
9. การแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ					
10. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า					
11. มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง					

#### ตอนที่ 4 ปัญหา ในการเลือกซื้อข้าวกล้อง

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างด้านหลังแต่ละข้อเพียงช่องเดียวที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ปัญหาในการเลือกซื้อข้าวกล้อง	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความไม่สะอาดของผลิตภัณฑ์					
2. ยี่ห้อตราที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย					
3. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ					
4. ป้ายฉลากไม่มีความชัดเจน					
5. ขนาด/ปริมาณไม่เหมาะสมกับความต้องการ					
6. บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม					
7. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ					
8. ไม่มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน					
9. ราคาไม่สามารถต่อรองได้					
10. หาซื้อสินค้าได้ยาก					
11. สถานที่ขายไม่สะอาด					
12. ไม่มีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
13. ไม่มีโฆษณา					
14. ไม่มีการประชาสัมพันธ์					

ปัญหาในการเลือกซื้อข้าวกล้อง	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15. ของแถมไม่จูงใจ					
16. พนักงานมีการบริการที่ไม่ดี					
17. ปัญหาจากมอดและแมลง					

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้าวกล้องที่ท่านต้องการเลือกซื้อ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ข

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแบบสอบถามการศึกษาค้นคว้าอิสระ  
เรื่อง ทักษะคติเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและบริโภคข้าวกล้อง  
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง ให้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเหมาะสมเพียงใด  
โดยให้ท่านแสดงความคิดเห็นตามข้อคำถามแต่ละข้อ ดังนี้

1 หมายความว่า ท่านมีความเห็นว่าข้อคำถาม มี ความสอดคล้องสัมพันธ์กับ  
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

0 หมายความว่า ท่านยัง ไม่แน่ใจ ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับ  
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

-1 หมายความว่า ท่านมีความคิดเห็นว่าข้อคำถาม ไม่มี ความสอดคล้องสัมพันธ์กับ  
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ขอขอบพระคุณท่าน มา ณ โอกาสนี้

นางสาวกรรณี สุทธิศรี  
นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## คะแนนจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถาม

รายการ	คะแนนความคิดเห็น			คะแนน โดยเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
ตอนที่ 1 : ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	1	1	1	1
ตอนที่ 2 : พฤติกรรมในการซื้อและบริโภคข้าวกล้อง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด				
1. ท่านเคยซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)	1	0	1	0.67
2. เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้ มากกว่า 1 ชื่อ)	1	0	1	0.67
3. ท่านนิยมซื้อข้าวกล้องยี่ห้อใดมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ชื่อ)	0	1	1	0.67
4. จากข้อ 3 เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)	0	1	1	0.67
5. ท่านชอบลักษณะใดของข้าวกล้องยี่ห้อที่ท่านเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)	1	1	1	1
6. ท่านซื้อข้าวกล้องจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)	1	1	1	1
7. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวกล้องจากสื่อใดบ้าง (ตอบ ได้มากกว่า 1 ชื่อ)	1	1	1	1
8. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องของท่าน	1	1	1	1
9. ท่านซื้อข้าวกล้องบ่อยเพียงใด	1	1	1	1
10. ปริมาณการเลือกซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งของท่าน เป็นอย่างไร	1	1	0	0.67
11. ท่านซื้อข้าวกล้องในโอกาสใด	1	1	0	0.67

รายการ	คะแนนความคิดเห็น			คะแนน โดยเฉลี่ย
	คนที่1	คนที่ 2	คนที่3	
<b>ตอนที่ 3 : ทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด</b>				
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
1. ความสะอาด ปราศจากสารพิษ	1	1	1	1
2. อาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ช่วยป้องกันโรคบางชนิดได้	1	1	1	1
3. วิตามินและคุณค่าทางโภชนาการสูง	1	1	1	1
4. รสชาติ ความอร่อย	1	1	1	1
5. ยี่ห้อตราของสินค้าได้รับการยอมรับ	1	1	1	1
6. เครื่องหมายรับรองคุณภาพ จากองค์การอาหารและยา	1	1	1	1
7. บรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	1	1	1	1
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	1	1	1	1
9. ระบุสถานที่ผลิต ถูกต้อง ชัดเจนและสามารถติดต่อได้	1	1	1	1
10. ระบุคุณค่าทางโภชนาการ	1	1	1	1
11. ระบุวิธีการหุงข้าวกล้อง	0	1	1	0.67
12. อายุการเก็บรักษา	1	1	1	1
13. ฉลากแสดงวันผลิต วันหมดอายุ และน้ำหนักถูกต้อง	1	1	1	1
<b>ด้านราคา</b>				
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ				
2. ราคามีความเหมาะสมสอดคล้องกับท้องตลาด	0	1	1	0.67
3. ราคาขึ้นลงตามภาวะตลาด	0	1	1	0.67
4. ราคาแพงกว่าข้าวขาว	0	1	1	0.67
5. มีป้ายแสดงราคาที่เห็นได้ชัดเจน	1	1	1	1
6. ราคาสามารถต่อรองได้	1	1	1	1
7. มีราคาให้เลือกซื้อหลากหลายระดับราคา	1	1	1	1
8. ซื้อเป็นเงินเชื่อได้ เช่น ระยะเวลาในการจ่ายเงิน 1 สัปดาห์หรือ 1 เดือน	1	1	1	1

รายการ	คะแนนความคิดเห็น			คะแนน โดยเฉลี่ย
	คนที่1	คนที่ 2	คนที่3	
9. ราคาสินค้าสามารถลดได้ แก่ลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก	1	1	1	1
10. สามารถปรับลดราคาตามการส่งเสริมการขายผู้ผลิต	1	1	1	1
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
1. ความสะอาดของสถานที่จำหน่าย	1	1	1	1
2. การตกแต่งร้านสวยงาม	1	1	1	1
3 มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย	1	1	1	1
4. ใกล้บ้าน/สถานที่ทำงาน	1	1	1	1
5. เวลาเปิด-ปิดของสถานที่จำหน่าย	1	1	1	1
6. เดินทางสะดวก	1	1	1	1
7. มีสินค้าตลอดไม่ขาดตลาด	1	1	1	1
8. มีสินค้า (ข้าวกล้อง) ให้เลือกหลายยี่ห้อ	0	1	1	1
9. มีการจัดวางสินค้า (ข้าวกล้อง) แยกเป็นหมวดหมู่	1	0	1	0.67
10. หาซื้อได้สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	1	1	1	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร	0	1	1	0.67
2. การประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ การออกร้าน สปอนเซอร์	0	1	1	0.67
3. มีของแถม	0	1	1	0.67
4. มีการให้ทดลองชิมฟรี	0	1	1	0.67
5. พนักงานขายตรง	0	1	1	0.67
6. พนักงานขายสุภาพ มีอัธยาศัยดี	1	1	1	
7. จัดหมายข่าว	0	1	1	0.67
8. การลดราคา หรือโปร โมชั่นช่วงเทศกาล	1	1	1	1
9. การแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ	1	1	1	1



รายการ	คะแนนความคิดเห็น			คะแนน โดยเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
10. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	1	1	1	1
11. มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1
<b>ตอนที่ 4 : ปัญหา ในการเลือกซื้อข้าวกล้อง</b>				
1. ความไม่สะอาดของผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
2. ยี่ห้อตราที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	1	1	1	1
3. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	1	1	1	1
4. ป้ายฉลากไม่มีความชัดเจน	1	1	1	1
5. ขนาด/ปริมาณไม่เหมาะสมกับความต้องการ	0	1	1	0.67
6. บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม	0	1	1	0.67
7. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	0	1	1	0.67
8. ไม่มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน	1	1	1	1
9. ราคาไม่สามารถต่อรองได้	1	1	1	1
10. หาซื้อสินค้าได้ยาก	1	1	1	1
11. สถานที่ขายไม่สะอาด	1	1	1	1
12. ไม่มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	1	1	1	1
13. ไม่มีโฆษณา	1	1	1	1
14. ไม่มีการประชาสัมพันธ์	1	1	1	1
15. ของแถมไม่จูงใจ	1	1	1	1
16. พนักงานมีการบริการที่ไม่ดี	1	1	1	1
17. ปัญหาจากมอดและแมลง	1	1	1	1