

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรรช ว่องวิศว์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสต์ฟู้ดของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- กันยา สุนทรารักษ์. บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- กัลยา หวังวิศิษฎ์. การศึกษามุติกรรมกรเปิดรับสาร : การยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ของเกมตรวจอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ชาญชัย สว่างโลกกุล. "สรุปผลผู้คิด" ปลูกอาหารสดแช่แข็งเพิ่มพื้นที่ขาย-นำเข้าสู่ครัวรับตลาด ไถ่. ประชาชาติธุรกิจ (16-18 ธันวาคม 2539) : 34.
- เดชพันธุ์ ประวิชัย. โฆษณาไม่ใช่ยาวิเศษ. มีเดีย, 2533, อ้างถึงใน พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- เทียนฉาย กิระนันท์. สังคมศาสตร์วิจัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดสำหรับนักเรียน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช, 2538.
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- ธิดาดาว ภักดี. บทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงดูกำพร้าของสมาชิกโครงการส่งเสริมการเลี้ยงดูกำพร้าของเกษตรกร จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

- ปทุมพร ศิริรั้งคมานนท์. การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่วงการธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณี โทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- ประมะ สตะเวทิน. คำบรรยายวิชา การสื่อสารนวัตกรรม. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จักร์การพิมพ์, 2531.
- ประเวศวุฒิ ไรวา. อนาคตอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง. ประชาชาติธุรกิจ (12-14 มิถุนายน 2538) : 40.
- ประเวศวุฒิ ไรวา. อาหารแช่แข็งแบบเทคโนโลยีไมโครเวฟเรดดี-ดี/เอส แอนด์ พี ดิ้นปรับแผน. ประชาชาติธุรกิจ (29 สิงหาคม - 1 กันยายน 2539) : 34.
- ผลการสำรวจทัศนคติการบริโภคอาหารสำเร็จรูป. ฐานเศรษฐกิจ (24-27 เมษายน 2537) : 38, 46-47.
- พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- พรพิมล วรดิถก. พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรกิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- พัลลภ เหมือนศิริ. การสื่อสารการตลาดค้าปลีกของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พ.ศ. 2532 - 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- อุพดี ชัยภักดี. การศึกษาดังบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- เขาวดี รัชภวีระ. พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการถือมังสวิรัตของสมาชิกพุทธสถานสันติอโศก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

- วงแห ศิริวานิช. การนำนวัตกรรมเข้าสู่การธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณี ภาชนะโพลีสไตรีนโฟม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- วนิดา คณาจันทร์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมคิดค้นของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วริศรา สุวิพัฒนานนท์. การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ (Desktop Publishing) ขององค์กรธุรกิจเอกชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วัชรภรณ์ กระจุกศิษฐ์. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ ของเกษตรกร อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup>. กรุงเทพมหานคร : ชมรสผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา, 2536.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : 2537.
- วิเชียร เกตุสิงห์. สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : (ม.ป.ป.)
- วิภา เลิศฤทธิ์ภูวคต. รองผู้จัดการทั่วไปสายการตลาด บริษัท ซี.พี. ค้าปลีกและการตลาด จำกัด. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2540.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ดร. ปริญ ลักมิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ พัฒนาศึกษา, 2538.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : วิสิทธิ์พัฒนา, 2539.
- สรุปข่าวธุรกิจ. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (1-15 กุมภาพันธ์ 2538) : 3-14.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. รายงานจำนวนประชากรและจำนวนบ้านที่รวมอาณาจักรกรุงเทพมหานครและรายเขต พ.ศ. 2537. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- สำนักงาน มลโม. การสื่อสารการตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. “การสื่อสารการตลาด” : เอกสารการสอนชุดวิชา ธุรกิจการโฆษณา  
หน่วยที่ 1-5. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- เสถียร เชษประทีป. การสื่อสารนวัตกรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2529.
- เสรี วงษ์มณฑา. บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมกรรม. เอกสารการสอนชุดวิชา  
หลักและทฤษฎีการสื่อสาร เล่มที่ 1. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย-  
ธรรมาธิราช, 2529.
- อิทธิพล หมั่นภักดี. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ : วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดของ  
รถยนต์มิซูบิชิ แลนเซอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

### ภาษาอังกฤษ

- Barnett, H.G. Innovation. New York : McGraw-Hill Book Co., 1953.
- Bueno, Pedro. The Role of Mass Media in the adoption of 2, 4-D in Two Laguna Barrios, “In  
Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development  
Communication, vol. 2. (Department of Agricultural Communication, College of  
Agriculture, V.P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1978.
- Goldsen, Rose X. and Max Ralis. Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan,  
Thailand, Southeast Asia Program Data Paper, 3rd ed. Ithaca, N.Y. : Cornell  
University, 1963.
- Henry Assael. Consumer Behavior and Marketing Action - 5th ed. The United States of  
America : International Thomson Publishing, 1995.
- Katz, E., Martin Levin and Herbert Hamilton. Traditions of Research on the Diffusion of  
Innovation, American Sociological Review, 28 : 2, 1963.
- Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.
- Mason, R.G. An Ordinal Scale for Measuring the Adoption Process. W. Schramm, ed. Studies  
of Innovation and Communication to the Public. California : Stanford University  
Institute for Communication Research, 1962.

Norman Govoni, Robert Eng and Morton Galper. Promotion Management. The Republic of Singapore : Prentice Hall, 1993.

Robertson, Thomas S., Group characteristics and aggregate innovation behavior : preliminary report. In Johan Arndt. (ed.) The Consumers and New Products. Boston : Allyn and Bacon, Inc., 1971.

Rogers and F. Floyed Shoemaker. Communication of Innovations. New York : The Free Press, 1971.

Rogers, Everett M. Diffusion of Innovation. New York : The Free Press, 1983.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



# ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง  
 เพื่องานวิจัยวิทยานิพนธ์ นิสิตปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โปรดกา  หน้าข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมคำ หรือตัวเลขลงในช่องว่าง

สำหรับผู้วิจัย

\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_3

ท่านรู้จักอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง หรือไม่

(ตอบ เคย เมื่อท่านรู้จัก เคยซื้อ เคยรับประทาน อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ ทั้งหมด

ตอบไม่เคย เมื่อท่าน ไม่รู้จัก ไม่เคยซื้อ ไม่เคยรับประทาน อย่างใด  
 อย่างหนึ่งหรือทั้งหมด)

1. เคย

2. ไม่เคย

\_\_\_\_\_4

ถ้าเลือก ไม่เคย ผู้ติดการตอบแบบสอบถามเพียงเท่านั้น ขอขอบคุณค่ะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1). ชาย

2). หญิง

\_\_\_\_\_5

2. อายุ

1). 20 - 25 ปี

2). 26 - 30 ปี

\_\_\_\_\_6

3). 31 - 35 ปี

4). 36 - 40 ปี

3. การศึกษา

\_\_\_\_\_7

1). มัธยมศึกษาปีที่ 6 ลงมา

2). ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

3). ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

4). ปริญญาตรี

5). สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ).....

6). อื่น ๆ ระบุ.....

4. อาชีพ

\_\_\_\_\_8

1).ข้าราชการ

2). พนักงานบริษัทเอกชน

3). พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4). เจ้าของกิจการ

5). ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6). อาชีพอิสระ(ระบุ).....

7). อื่น ๆ (ระบุ).....

5. สถานภาพทางครอบครัว

\_\_\_\_\_9

1). โสด

2). สมรส

3). อื่น ๆ (ระบุ).....

6. รายได้โดยเฉลี่ยของท่านโดยประมาณ

\_\_\_\_\_10

1). ไม่ถึง 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). 50,001 บาทขึ้นไป

7. ท่านอาศัยอยู่กับ		_____11
1). บิดามารดา	2). ญาติพี่น้อง	
3). อยู่คนเดียว	4). อยู่ร่วมกับเพื่อน	
5). สามเณร / ภรรยา / บุตร	6). อื่น (ระบุ).....	
8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว( รวมตัวท่านด้วย) .....	คน	_____12
9. ลักษณะที่อยู่อาศัยของท่าน		_____13
1). คอนโดมิเนียม	2). บ้านเดี่ยว	
3). ทาวน์เฮาส์	4). หอพัก	
5). บ้านพักข้าราชการ	6). บ้านพักพนักงานรัฐวิสาหกิจ	
7). บ้านพักในโรงงาน	8). อื่น ๆ (ระบุ).....	
10. ภายในครัวเรือนของท่านมีเตาไมโครเวฟหรือไม่		_____14
1). มี	2). ไม่มี	

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารและปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการยอมรับ  
นวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง**

11. ท่านรู้จักอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งจากสื่อใดบ้าง (เรียงลำดับจากที่ท่านรู้จัก ก่อนหลัง 5 อันดับ 1 รู้จักมาก่อนเป็นอันดับหนึ่ง)		
_____ 1). หนังสือพิมพ์		_____15
_____ 2). วิทยุ		_____16
_____ 3). โทรทัศน์		_____17
_____ 4). แผ่นปลิว		_____18
_____ 5). โปสเตอร์หน้าร้าน		_____19
_____ 6). นิตยสาร		_____20
_____ 7). บริเวณที่มีการสาธิตการปรุงอาหาร		_____21
_____ 8). พนักงานขายในร้านของผู้ผลิตเอง		_____22
_____ 9). พ่อแม่		_____23
_____ 10). เพื่อน		_____24
_____ 11). พี่น้อง		_____25
_____ 12). พนักงานขายในซูเปอร์มาร์เกต		_____26
_____ 13). ญาติ (ระบุ) _____		_____27
_____ 14). อื่น ๆ (ระบุ) _____		_____28
12. ท่านรู้จักอาหารกล่องแช่แข็งมานานเท่าไร		_____29
1). ไม่ถึง 1 ปี	2). 1 - 2 ปี	
3). 3 - 4 ปี	4). เกินกว่า 4 ปี	
5). อื่น ๆ ระบุ _____		



13. เมื่อท่านรู้จักอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง แล้ว ท่านเคยซื้อมาบริโภคหรือไม่ \_\_\_\_\_ 30
- 1) เคย (แม้เพียงครั้งเดียว) \_\_\_\_\_
- 2) ไม่เคย (แม้เพียงครั้งเดียว) \_\_\_\_\_
- ถ้าไม่เคยให้ตอบ ข้อ 5- 6 แล้วไปตอบในส่วนของ ส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 ต่อไป
- ถ้า เคย ให้ข้ามข้อ 5-6 แล้วเริ่มตอบข้อ 7 จนจบส่วนที่ 4
14. สาเหตุที่ท่านไม่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (เรียงลำดับเหตุผลจากสำคัญสุด ไปหาสำคัญน้อยที่สุด 5 อันดับ 1 = สำคัญมากที่สุด) \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_ 1). ไม่แน่ใจความสด สะอาด และถูกหลักอนามัย \_\_\_\_\_ 31
- \_\_\_\_\_ 2). ราคาแพงกว่าซื้ออาหารปรุงสำเร็จรูปสุกใหม่ \_\_\_\_\_ 32
- \_\_\_\_\_ 3). ไม่สะดวก เพราะต้องมีเตาไมโครเวฟ \_\_\_\_\_ 33
- \_\_\_\_\_ 4). ไม่ทราบว่าซื้อจากที่ใด \_\_\_\_\_ 34
- \_\_\_\_\_ 5). สามารถหาซื้ออาหารปรุงสำเร็จรูปสุกใหม่ได้ง่าย \_\_\_\_\_ 35
- \_\_\_\_\_ 6). ทำอาหารทานเองทุกวัน \_\_\_\_\_ 36
- \_\_\_\_\_ 7). บุคคลที่รู้จักบอกว่ารสชาติไม่อร่อย \_\_\_\_\_ 37
- \_\_\_\_\_ 8). เมืองไทยหาอาหารสดรับประทานได้ง่ายอยู่แล้ว \_\_\_\_\_ 38
- \_\_\_\_\_ 9). อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 39
15. ปัจจุบันท่านไม่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อนาคตท่านคิดว่าจะซื้อมาบริโภคหรือไม่ \_\_\_\_\_
- 1). ซื้อ เพราะ \_\_\_\_\_ 40
- 2). ไม่ซื้อ เพราะ \_\_\_\_\_ 41
- 3). ไม่แน่ใจ เพราะ \_\_\_\_\_ 42
16. เมื่ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งวางจำหน่าย ท่านหาซื้อเพิ่มเติม \_\_\_\_\_
- เดิมก่อนการตัดสินใจซื้อจากสื่อใดมากที่สุดน้อยอย่างไร (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. พ่อแม่					
2.ญาติ					
3. พี่น้อง					
4.สามี / ภรรยา					
5. เพื่อน					
6. พนักงานขาย					
7. หนังสือพิมพ์					
8. นิตยสาร					
9. โทร					
10. บริษัทผู้ผลิต					
11. อื่นๆ ระบุ.....					
.....					

- \_\_\_\_\_ 43
- \_\_\_\_\_ 44
- \_\_\_\_\_ 45
- \_\_\_\_\_ 46
- \_\_\_\_\_ 47
- \_\_\_\_\_ 48
- \_\_\_\_\_ 49
- \_\_\_\_\_ 50
- \_\_\_\_\_ 51
- \_\_\_\_\_ 52
- \_\_\_\_\_ 53

17. **บุคคล**ใดดังต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของท่านเพื่อ  
การทดลองบริโภคอย่างน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. พ่อแม่					
2. ญาติ					
3. พี่น้อง					
4. สามี / ภรรยา					
5. เพื่อน					
6. พนักงานขาย					
7. อื่นๆ ระบุ.....					
.....					

..... 54  
 ..... 55  
 ..... 56  
 ..... 57  
 ..... 58  
 ..... 59  
 ..... 60

18. **สื่อ**ใดดังต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของท่านเพื่อ  
ทดลองบริโภคอย่างน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. หนังสือพิมพ์					
2. โทร					
3. วิทยุ					
4. วารสาร					
5. นิตยสาร					
6. แผ่นปลิว					
7. โปสเตอร์					
8. อื่น ๆ ระบุ.....					
.....					

..... 61  
 ..... 62  
 ..... 63  
 ..... 64  
 ..... 65  
 ..... 66  
 ..... 67  
 ..... 68

19. **ปัจจัยการตลาด**ใดที่มีผลต่อการยอมรับการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของท่าน  
(เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ 1= มากที่สุด , 5= น้อยที่สุด )

- ..... 1). การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ..... 69
- ..... 2). การลด แลก แจกแถม (การส่งเสริมการขาย) ..... 70
- ..... 3). พนักงานขาย ..... 71
- ..... 4). การส่งแผ่นปลิว โบรชัวร์ มาถึงท่านโดยตรง ..... 72
- ..... 5). ราคา ..... 73
- ..... 6). บรรจุภัณฑ์ สวย สะดุดตา ..... 74
- ..... 7). รสชาติ ..... 75
- ..... 8). มีวางจำหน่ายอยู่ทั่วไปจึงหาซื้อได้ง่าย ..... 76
- ..... 9). มีข้อความและรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายใน  
กล่องอย่างชัดเจน ..... 77
- ..... 10). ความสด สะอาด ..... 78
- ..... 11). อื่น ๆ ระบุ..... ..... 79

20. เมื่อนำทุกปัจจัยรวมกันปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการยอมรับการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของท่าน(เรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด 5 อันดับ)	
..... 1). พ่อแม่	_____80
..... 2). ญาติ	_____81
..... 3). พี่น้อง	_____82
..... 4). สามี/ ภรรยา	_____83
..... 5). เพื่อน	_____84
..... 6). พนักงานขาย	_____85
..... 7). ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	_____86
..... 8). นิตยสาร / วารสาร	_____87
..... 9). โทรี	_____88
..... 10). วิทยุ	_____89
..... 11). ไปสเตอร์	_____90
..... 12). แผ่นปลิว	_____91
..... 13). หนังสือพิมพ์	_____92
..... 14). ตัวเอง	_____93
..... 15). ราคา	_____94
..... 16).บรรจุกัมภ์	_____95
..... 17). การโฆษณา การประชาสัมพันธ์	_____96
..... 18). การลด แลก แจก แถม (การส่งเสริมการขาย)	_____97
..... 19). ความสด สะอาดของผลิตภัณฑ์	_____98
..... 20). หาซื้อได้สะดวก	_____99
..... 21). มีการสาธิตให้ทดลองชิมก่อน	_____100
..... 22). อื่น ๆ ระบุ.....	_____101
21. ท่านซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ )	
1). ซูเปอร์มาร์เกต	_____102
2). มินิมาร์ท	_____103
3). ร้านอาหารของผู้ผลิต อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	_____104
4). บุรที่มีการสาธิตการ ชิมอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	_____105
5). ไม่ทราบว่ามีชื่อจากแหล่งใดเพราะ มี ผู้ซื้อมาให้	_____106
6). อื่น ระบุ.....	_____107

**ส่วนที่ 3** พฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง

22. ใน 1 เดือน ท่าน (กรุณาตอบทุกข้อย่อย)

	ทุกวัน	เดือนละ 15 วัน	เดือนละ 4 วัน	เดือนละ 1-2 วัน	ไม่เคย ทำเช่น นั้น
1. ทำอาหารรับประทานเอง					
2. รับประทานอาหารนอกบ้าน					
3. ซื้ออาหารสำเร็จรูปมาทานที่พัก					
4. อื่นๆ (ระบุ) .....					
.....					

-----108  
-----109  
-----110  
-----111

23. ท่านนิยมบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งในมือใด

- 1). เช้า
- 2). กลางวัน
- 3). เย็น
- 4). อื่น ๆ ระบุ.....

-----112

24. ท่านซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมาบริโภคบ่อยเพียงใด

- 1). ทุกวัน
- 2). สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 3). เดือนละ 1 ครั้ง
- 4). นาน ๆ ครั้ง
- 5). ตั้งแต่รู้จัก ซื้อมาบริโภคเพียงครั้งเดียว
- 6). อื่น ๆ ระบุ.....

-----113

25. ท่านบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งเมื่อ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1). ต้องเดินทางท่องเที่ยว
- 2). ต้องการความสะดวกรวดเร็ว
- 3). ต้องการทดลองตามคำแนะนำ
- 4). ต้องการได้ชื่อว่าเป็นผู้ทันสมัย
- 5). ต้องการได้เวลาไปปฏิบัติงานอื่นมากขึ้น
- 6). อื่น ระบุ.....

-----114  
-----115  
-----116  
-----117  
-----118  
-----119

26. หลังจากที่ท่านบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งแล้วในครั้งแรก

ท่านซื้อมาบริโภคในครั้งต่อไปหรือไม่

- 1). ใช่
- 2). ไม่ใช่

-----120

ถ้า **ใช่** กรุณาตอบคำถามข้อ 17 แล้วไปตอบในข้อ 19 จนจบส่วนที่ 4

ถ้า **ไม่ใช่** กรุณาตอบคำถามข้อ 18 แล้วไปตอบในข้อ 19 จนจบส่วนที่ 4

27. อะไรคือเหตุผลงใจที่ทำให้ท่าน **ซื้อ** อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมาบริโภค

ในครั้งต่อไป (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1). ราคา
- 2). ความสด สะอาด
- 3). บรรจุภัณฑ์สวยงาม

-----121  
-----122  
-----123

4). บรรจุภัณฑ์มีข้อความและรูปภาพปรากฏอย่างชัดเจน	_____	124
5). ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	_____	125
6). หาซื้อได้ง่าย	_____	126
7). ความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาปรุงอาหารตนเอง	_____	127
8). รสชาติอร่อยไม่แตกต่างจากอาหารปรุงสุกใหม่	_____	128
9). อื่น ๆ ระบุ.....	_____	129
<b>28. เหตุผลใดที่ทำให้ท่าน <u>ไม่ซื้อ</u> อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมาบริโภค</b> อีกในครั้งต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
1). ราคาแพง	_____	130
2). รสชาติ	_____	131
3). ไม่มั่นใจความสด สะอาด	_____	132
4). หาซื้อยาก เพราะต้องซื้อในซูเปอร์มาร์เกต / มินิมาร์ท	_____	133
5). ไม่มีเตาโครเวฟ	_____	134
6). ไม่ได้รับสารอาหารที่มีคุณค่าอย่างเต็มที่	_____	135
7). ยังสามารถหาซื้ออาหารปรุงสุกใหม่ประเภทเดียวกันได้ง่ายกว่า	_____	136
8). ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	_____	137
9). ไม่เคยเห็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จึงคิดว่าผลิตภัณฑ์นี้ ไม่มีจำหน่ายแล้ว	_____	138
10). อื่น ๆ ระบุ.....	_____	139
<b>29. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งอย่างไรบ้าง</b> (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
1). เป็นกระบวนการที่ทำให้ อาหารสุก แล้วแช่แข็งในอุณหภูมิ - 18 °C ถึง - 20 °C	_____	140
2). เป็นกระบวนการถนอมให้อาหารมีความสดคงระยะเวลา จนกว่า จะรับประทาน	_____	141
3). เป็นกระบวนการหยุดการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย	_____	142
4). เป็นกระบวนการที่ไม่ใส่สารกันบูด	_____	143
5). เป็นกระบวนการที่มั่นใจว่าต้องมีความสะอาดในการปรุงอาหาร	_____	144
6). ไม่เคยมีความรู้เกี่ยวกับอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	_____	145
7). อื่น ๆ ระบุ.....	_____	146
<b>30. ราคาอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง อาหารคาว ที่เหมาะสมควรมีราคาเท่าไร</b>		_____ 147
1). 25 - 30 บาท	2). 30 - 35 บาท	
3). 35 - 40 บาท	4). 40 - 45 บาท	
5). อื่น ๆ ระบุ.....		
<b>31. ราคาอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง อาหารหวาน ที่เหมาะสมควรมีราคาเท่าไร</b>		_____ 148
1). 10 - 15 บาท	2). 15 - 20 บาท	
3). 20 - 25 บาท	4). 25 - 30 บาท	
5). อื่น ๆ ระบุ.....		

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	สำหรับผู้วิจัย
32.อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งเป็นกระบวนการที่รักษาสภาพความสดรสชาติไว้ได้เท่ากับอาหารปรุงสุกใหม่						-----149
33. อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งในปัจจุบันมีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย						-----150
34.อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งแตกต่างจากอาหารปรุงสำเร็จสุกใหม่ในเรื่องดังต่อไปนี้						
1. อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งหาซื้อได้ยากกว่าอาหารปรุงสุกใหม่						-----151
2. อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งน่าจะมียุทธศาสตร์ดีกว่าอาหารปรุงเอง						-----152
3. ผู้ที่บริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งเป็นคนที่ทันสมัยกว่าคนที่ปรุงอาหารทานเอง						-----153
4. การผลิตอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมีกระบวนการทางเทคโนโลยีหลายขั้นตอน จึงน่าเชื่อถือมากกว่าอาหารสำเร็จรูปปรุงสุกใหม่						-----154
5.อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมีข้อได้เปรียบในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการประกอบอาหาร						-----155
35. การบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งเหมาะกับวิถีชีวิตของชาวต่างชาติมากกว่าวิถีชีวิตแบบไทย ๆ						-----156
36. ผู้ที่ซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมาบริโภคเพราะเชื่อคำแนะนำของบุคคลที่รู้จัก						-----157
37. อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณประโยชน์ในด้านสารอาหารต่อร่างกาย						-----158

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	สำหรับผู้วิจัย
38. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนเป็นเพียงการบอกให้ทราบว่า มีอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งวางจำหน่ายในท้องตลาดแล้ว						-----159
39.หลังจากที่ท่านบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งแล้วท่านรู้สึกชอบ และควรแนะนำให้เพื่อน ๆ คนที่รู้จักซื้อบริโภค						-----160
40.เมื่อทราบว่า มีอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งวางจำหน่าย ควรรีบไปซื้อมาบริโภคทันที						-----161
41.ปัจจุบันเดาไมโครเวฟยังคงมีราคาแพงจึงเป็นเหตุให้อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งไม่เป็นที่แพร่หลาย						-----162
42.เมืองไทยยังสามารถหาซื้ออาหารสด สะอาด อร่อยได้สะดวก และมีปริมาณมากพอ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง						-----163
43. อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งได้รับการยอมรับยกยาดรพบคที่ยังมีอาหารปรุงสุกใหม่ ๆ มีให้เลือกได้ง่ายและมีปริมาณมากมาย						-----164
44.ผู้ที่บริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งไม่สามารถบริโภคได้ทุกวัน เหมือนกับอาหารปรุงสุกใหม่ที่ทานเอง หรือซื้อสำเร็จรูป						-----165
45.อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งสามารถใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทอื่นอุ่นได้นอกจากการใช้เตาไมโครเวฟ						-----166

46. ท่านคิดว่า ท่านจะบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งต่อไปหรือไม่ แม้ว่าจะรับประทาน  
นาน ๆ ครั้ง ๆ ก็ตาม

( ) บริโภคต่อไป เพราะ.....

\_\_\_\_\_167

( ) ไม่บริโภคต่อไป เพราะ.....

\_\_\_\_\_168

ขอขอบคุณในความร่วมมือนี้อดแบบสอบถามดังกล่าว



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวรุ่งฤดี พร้อมเพรียง เกิดวันที่ 30 ธันวาคม 2501 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวารสารศาสตร์บัณฑิต สาขา โทรทัศน์และภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2522 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร-พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ปีการศึกษา 2538 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายสรรหาและพัฒนาพนักงาน เครือเบทาโกร



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย