



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อความงาม
บริษัท เวย์รีน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มี 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้สินค้า (ตั้งแต่เริ่มใช้ จนถึงปัจจุบัน) และ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละเดือน จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท เวย์รีน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประกอบด้วยด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านส่วนแบ่งตลาด จำนวน 15 ข้อ

2. ในการตอบแบบสอบถามทั้ง 4 ส่วนนี้ ขอให้โปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อตามความเป็นจริง

3. การวิจัยในครั้งนี้ ใช้เป็นข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นางสาวจมาภรณ์ คำสุข)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของ บริษัท เวิร์นน่า

อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คำชี้แจง ขอความกรุณาทำแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าหัวข้อ

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15 - 25 ปี 2. 26 - 36 ปี
3. 37 - 47 ปี 4. 48 - 58 ปี
5. 59 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 4. อนุปริญญา / ปวส.
5. ปริญญาตรี ขึ้นไป

4. อาชีพ

1. เกษตรกรรม 2. ค้าขาย
3. ข้าราชการ 4. นักเรียน / นักศึกษา
5. รัฐวิสาหกิจ 6. ลูกจ้าง
7. ธุรกิจส่วนตัว 8. อื่น ๆ ระบุ.....

5. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส
3. หม้าย/หย่าร้าง 4. อื่น ๆ ระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,000 - 10,000 บาท
3. 10,001 - 15,000 บาท 4. 15,001 - 20,000 บาท
5. 20,001 - 25,000 บาท 6. สูงกว่า 25,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของ บริษัท เวิร์นน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คำชี้แจง ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าหัวข้อ

1. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | 2. <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง |
| 3. <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง | 4. <input type="checkbox"/> 4 ครั้งขึ้นไป |

2. ระยะเวลาในการใช้สินค้า (ตั้งแต่เริ่มใช้ จนถึงปัจจุบัน)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ปี | 2. <input type="checkbox"/> 1 - 2 ปี |
| 3. <input type="checkbox"/> 2 - 4 ปี | 4. <input type="checkbox"/> 5 ปี ขึ้นไป |

3. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละเดือน

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท | 2. <input type="checkbox"/> 500 - 1,000 บาท |
| 3. <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 บาท | 4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 1,500 บาท |

ตอนที่ 3 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย					
1. พนักงานขายมีความรู้และสามารถอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ เป็นอย่างดี					
2. การแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น					
3. พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น					
4. พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พอใจในตัวสินค้าได้					
5. พนักงานขายให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว กระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการ					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
6. การแจกคู่มือเพื่อรับสินค้าตัวอย่างในครั้งต่อไป					
7. มีใบปลิวรับรางวัลมาพร้อมกับสินค้าให้ส่งไปร่วมชิงรางวัล					
8. มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่					
9. การสะสมยอดซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ เพื่อรับสิทธิ์ได้ของรางวัล					
10. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง					
ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์					
11. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ โดยการจัดทำแผ่นพับ					
12. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ ผ่านการช่วยเหลือผู้ประสบภัยตามสถานการณ์ เช่น ผู้ประสบภัยน้ำท่วม					

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
13. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต					
14. มีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนในโอกาสต่างๆ เช่น จัดกิจกรรมร่วมกับงานบุญเบิกฟ้า					
15. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมของบริษัทฯ มีความสม่ำเสมอ					
ด้านการตลาดทางตรง					
16. บริษัทฯ ส่งการ์ดอวยพรปีใหม่ ไปให้ท่าน					
17. บริษัทฯ มีการอภัยโทษข่าวสารผ่านทางมือถือ					
18. บริษัทฯ ส่งแผ่นพับเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ และแบบรูปองลดราคาพิเศษไปให้ท่าน					
19. บริษัทฯ แจกเอกสารแผ่นพับต่าง ๆ ตามห้างสรรพสินค้า					
20. บริษัทฯ โทรศัพท์แจ้งสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า					
ด้านการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต					
21. บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลงานผ่านโลกออนไลน์					
22. บริษัทฯ จัดทำรูปแบบโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต					
23. การค้นหาข้อมูลของบริษัทฯ ทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่าย					
24. ท่านได้รับความสะดวกเมื่อสั่งซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ					
25. การรับชำระเงินทางออนไลน์สะดวกและปลอดภัย					

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท เวิร์นน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประกอบด้วย ภาพลักษณ์องค์กร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านส่วนแบ่งตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ภาพลักษณ์องค์กร					
1. ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ สามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าได้					
2. ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมให้มีคุณภาพ มาตรฐาน ทำให้กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ					
3. บริษัทฯ มีการรับประกันสินค้าหากเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปใช้บริโภค					
4. บริษัทฯ มีบุคลากรที่เพียบพร้อมไปด้วยความรู้และความสามารถ					
5. คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลต่อตัดสินใจซื้อสินค้า					

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความถี่เห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า					
6. มีระยะเวลาในการรับประกันสินค้า					
7. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ บริษัทฯ เผยแพร่					
8. รสชาติและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับ					
9. ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า					
10. ระดับความพึงพอใจ โดยรวมของท่านที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทฯ					
ด้านส่วนแบ่งการตลาด					
11. ระยะเวลา 2 - 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ แสดงความ มั่นคงของกิจการ โดยยังรักษาตลาดได้เป็นอย่างดี					
12. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อการควบคุมคุณภาพและ มาตรฐานผลิตภัณฑ์					
13. บริษัทฯ มีการขยายตลาด และลงทุนขยายกิจการ					

ภาคผนวก ข

คะแนนความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม และคุณภาพของแบบสอบถาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ระดับคะแนนความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)

รายการข้อคำถามของแต่ละด้าน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	ความหมาย
	1	2	3			

ตอนที่ 3 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดของ บริษัท เวิร์นน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย

1. พนักงานขายมีความรู้และสามารถอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. การแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พอใจในสินค้าได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5. พนักงานขายให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว กระตือรือร้นและเอาใจใส่ใจในการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ด้านการส่งเสริมการขาย

6. การแจกคูปองเพื่อรับสินค้าตัวอย่างในครั้งต่อไป	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. มีใบลุ้นรับรางวัลมาพร้อมกับสินค้าให้ส่งไปร่วมชิงรางวัล	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
8. มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการข้อความของแต่ละด้าน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านการส่งเสริมการขาย (ต่อ)						
9. การระดมยอดซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ เพื่อรับสิทธิ์ได้ของรางวัล	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์						
11. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ โดยการจัดทำแผ่นพับ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ ผ่านการช่วยเหลือผู้ประสบภัยตามสถานการณ์ เช่น ผู้ประสบภัยน้ำท่วม	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของบริษัทฯ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
14. มีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนในโอกาสต่างๆ เช่น จัดกิจกรรมร่วมกับงานบุญเบิกฟ้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมของบริษัทฯ มีความสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

รายการข้อมูลของแต่ละด้าน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านการตลาดทางตรง						
16. บริษัทฯ ส่งการ์ดอวยพรปีใหม่ ไปให้ท่าน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
17. บริษัทฯ มีการอัปเดตข่าวสารผ่านทางมือถือ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. บริษัทฯ ส่งแผ่นพับเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ และเนบคูปองลดราคาพิเศษไปให้ท่าน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
19. บริษัทฯ แจกเอกสารแผ่นพับต่างๆ ตามห้างสรรพสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
20. บริษัทฯ โทรศัพท์แจ้งสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
ด้านการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต						
21. บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลงานผ่านโลกออนไลน์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
22. บริษัทฯ จัดทำรูปแบบโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23. การค้นหาข้อมูลของบริษัทฯ ทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่าย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24. ท่านได้รับความสะดวกเมื่อสั่งซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
25. การรับชำระเงินทางออนไลน์สะดวกและปลอดภัย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

รายการข้อคำถามของแต่ละด้าน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	ความหมาย
	1	2	3			

ตอนที่ 4 ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท เวิร์นน่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

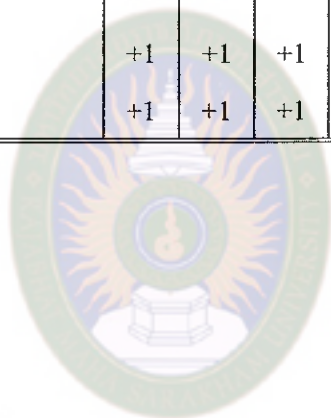
ภาพลักษณ์องค์กร

1. ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ สามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าได้	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
2. ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมให้มีคุณภาพ มาตรฐาน ทำให้กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
3. บริษัทฯ มีการรับประกันสินค้าหากเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปใช้บริโภค	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. บริษัทฯ มีบุคลากรที่เพียงพอไปด้วยความรู้และความสามารถ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5. คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลต่อตัดสินใจซื้อสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ด้านความพึงพอใจของลูกค้า

6. มีระยะเวลาในการรับประกันสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่บริษัทฯ เผยแพร่	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8. รสชาติและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9. ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. ระดับความพึงพอใจ โดยรวมของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทฯ	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

รายการข้อคำถามของแต่ละด้าน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านส่วนแบ่งการตลาด						
11. ระยะเวลา 2 - 3 ปีที่ผ่านมาบริษัท ฯ แสดงความมั่นคงของกิจการ โดยยังรักษาตลาดได้เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13. บริษัท ฯ มีการขยายตลาด และลงทุนขยายกิจการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
14. บริษัท ฯ รักษาลูกค้าเก่าไว้ได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15. บริษัท ฯ มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 2 คุณภาพของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Alpha Coefficient)
1.	0.33	0.91
2.	0.45	0.91
3.	0.66	0.91
4.	0.62	0.91
5.	0.59	0.91
6.	0.33	0.91
7.	0.27	0.91
8.	0.30	0.91
9.	0.28	0.91
10.	0.23	0.91
11.	0.35	0.91
12.	0.39	0.91
13.	0.67	0.91
14.	0.66	0.91
15.	0.45	0.91
16.	0.28	0.91
17.	0.62	0.91
18.	0.59	0.91
19.	0.45	0.91
20.	0.27	0.91
21.	0.42	0.91
22.	0.35	0.91
23.	0.28	0.91
24.	0.32	0.91
25.	0.45	0.91

แบบสอบถาม ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Alpha Coefficient)
26.	0.66	0.91
27.	0.66	0.91
28.	0.66	0.91
29.	0.42	0.91
30.	0.40	0.91
31.	0.45	0.91
32.	0.33	0.91
33.	0.45	0.91
34.	0.56	0.91
35.	0.62	0.91
36.	0.59	0.91
37.	0.24	0.91
38.	0.45	0.91
39.	0.30	0.91
40.	0.28	0.91

ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.91