

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระของนิสิตปริญญาโทนิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารการตลาด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น และจะถูกเก็บเป็นความลับ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริง และครบทุกข้อ และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ ที่นี้

แบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบวัดความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้า H&M

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า H&M

ส่วนที่ 4 แบบวัดคุณค่าตราสินค้า H&M

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้กาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

..... ชายหญิง

2. อายุปี

3. ระดับการศึกษา

.....ต่ำกว่าปริญญาตรีปริญญาตรีหรือเทียบเท่าสูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

.....นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาธุรกิจส่วนตัวรับราชการ/พนักงานของรัฐ

.....พนักงานบริษัทเอกชนพนักงานรัฐวิสาหกิจรับจ้างทั่วไป

.....อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

.....ต่ำกว่า 15,001 บาท15,001-25,000 บาท25,001-35,000 บาท

.....35,001-45,000 บาท45,001-55,000 บาท 55,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้า H&M

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1. ข้อใดเป็นโลโก้ของตราสินค้า H&M

..... 

..... 

..... 

..... 

2. สีของโลโก้ตรา H&M นั้นเป็นสีอะไร

..... สีดำ

..... สีแดง

..... สีเหลือง

..... สีเทา

3. ตราสินค้า H&M มาจากประเทศใด

..... ไทย

..... อังกฤษ

..... อเมริกา

..... สวีเดน

4. ตราสินค้า H&M ขายสินค้าประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... เสื้อผ้าชุดทำงาน

..... เสื้อผ้าชุดลำลอง

..... กระเป๋า

..... เสื้อผ้าเด็ก

..... ชุดราตรี

..... เสื้อผ้ากีฬา

..... รองเท้า

..... เครื่องประดับ (สร้อย, แหวน, กำไล, แวนดา)

5. ตราสินค้า H&M มีจำหน่ายที่ใดบ้างในเมืองไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... ห้างสยามพารากอน

..... ห้างเดอะมอลล์บางกะปิ

..... ห้างเซ็นทรัลเวิลด์

..... ห้างเมกะบางนา

..... ห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว

..... ห้างเทอร์มินัล 21

..... ห้างเซ็นทรัลบางนา

..... ห้างเอมโพเรียม

..... ห้างเดอะมอลล์บางแค

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า H&M

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1. ใน 1 ปีที่ผ่านมา ท่านได้ซื้อตราสินค้า H&M บ้างหรือไม่

..... ซื้อ

..... ไม่ซื้อ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... แบบสินค้าไม่ถูกใจ

..... ราคาแพง

..... สินค้าไม่มีคุณภาพ

..... ไม่มีโปรโมชั่น

..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

(จากนั้นให้ไปตอบส่วนที่ 4)

2. เหตุผลที่ท่านซื้อสินค้า H&M (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีรูปแบบที่สวยงาม
- ใส่แล้วทันสมัย มั่นใจ ราคาไม่แพงมาก
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ภายใน 1 ปีที่ผ่านมาคุณได้ซื้อหรือใช้ตราสินค้า H&M ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เสื้อผ้าชุดทำงาน เสื้อผ้าชุดลำลอง กระเป๋า
- รองเท้า เครื่องประดับ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ปกติท่านซื้อตราสินค้า H&M บ่อยครั้งแค่ไหน
- ทุกสัปดาห์ 2-3 สัปดาห์/ครั้ง เดือนละครั้ง
- 2-3 เดือน/ครั้ง นานๆ ครั้ง
5. มูลค่าในการซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง
- ต่ำกว่า 501 บาท 501-1,000 บาท
- 1,001 – 1,500 บาท 1,501 -2,000 บาท
- 2,001-2,500 บาท มากกว่า 2,500 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 4 คุณค่าตราสินค้า H&M

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความวัดคุณค่าตราสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง					
1. การตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness)					
1. ท่านคุ้นเคยกับตราสินค้า H&M เป็นอย่างดี					
2. ท่านสามารถจดจำตราสินค้า H&M ได้ง่ายกว่าตราสินค้าประเภทเดียวกัน					
3. ท่านสามารถอธิบายเกี่ยวกับตราสินค้า H&M ให้ผู้อื่นเข้าใจง่าย					
2. ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)					
2.1 ความพึงพอใจ/ความภักดีต่อตราสินค้า					
4. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับการใช้สินค้า H&M ครั้งที่ผ่านมา					
5. ท่านจะซื้อสินค้า H&M อีกถ้ามีโอกาส					
6. ตราสินค้า H&M เป็นตราสินค้าแรก ๆ ที่ท่านจะเลือกซื้อ และเลือกใช้					

ข้อความวัดคุณค่าตราสินค้า 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
7. ท่านจะแนะนำตราสินค้า H&M ให้คนอื่นได้รู้จัก					
8. ท่านเลือกซื้อตราสินค้า H&M บ่อยกว่าตราสินค้าอื่น					
9. ท่านคิดว่าตัวเองมีความภักดีต่อตราสินค้า H&M					
2.2 การรับรู้คุณค่าด้านราคา					
10. ท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อให้ได้สินค้า H&M แม้ว่าจะไม่มีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ ประเภทเดียวกัน					
11. ท่านจะเปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ H&M เพราะราคาถูกกว่า					
12. ท่านจะซื้อสินค้าของ H&M ถ้าราคาสูงกว่าตราสินค้าอื่นเพียงเล็กน้อย					
3. คุณภาพที่ถูกรับรู้ (Perceived Quality)/ความเป็นผู้นำ (Leadership)					
3.1 คุณภาพที่ถูกรับรู้ในตราสินค้า					
13. H&M เป็นตราสินค้าอันดับแรก ๆ ที่ท่านจะตัดสินใจเลือกซื้อ					
14. ถ้าตราสินค้า H&M เพิ่มหรือขยายไปยังสินค้าประเภทอื่น ๆ ท่านก็ยังคงจะเลือกซื้อ					
15. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M เป็นตราสินค้าที่มีคุณภาพดี มีประสิทธิภาพสูง					
16. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M มีความคงทน					
17. ท่านภูมิใจเมื่อใช้ตราสินค้า H&M					
18. การใส่ตราสินค้า H&M แล้วทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในตราสินค้า					
3.2 ความเป็นผู้นำตราสินค้า					
19. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M มีความโดดเด่นและแตกต่างจากตราสินค้าอื่น					
20. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M มีความเป็นผู้นำแฟชั่น					
21. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M ได้รับความนิยมในปัจจุบัน					
22. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ตัวสินค้า					

ข้อความวัดคุณค่าตราสินค้า 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. การเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association)					
4.1 ด้านการรับรู้คุณค่า					
23. ท่านคิดว่าตราสินค้า H&M ให้คุณค่าเหมาะสมกับราคา					
24. มีหลายเหตุผลที่ท่านจะตัดสินใจซื้อตราสินค้า H&M มากกว่าตราสินค้าคู่แข่ง					
4.2 บุคลิกภาพตราสินค้า					
25. ท่านสามารถนึกถึงลักษณะเฉพาะบางอย่างของตราสินค้า H&M ได้อย่างรวดเร็ว					
26. ผู้ใช้สินค้า H&M ส่วนใหญ่เป็นคนชอบแฟชั่น และทันสมัย					
27. ตราสินค้า H&M มีภาพลักษณ์ที่ดี					
28. ตราสินค้า H&M มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
29. ตราสินค้า H&M ผลิตภัณฑ์จากองค์กร Hennes & Mauritz AB ที่สามารถไว้วางใจได้					
30. ท่านชื่นชมองค์กร Hennes & Mauritz AB ที่สร้างตราสินค้า H&M					
32. ท่านคิดว่าองค์กร Hennes & Mauritz AB สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า H&M					
4.4 ความแตกต่างตราสินค้า					
32. ท่านสามารถแยกแยะตราสินค้า H&M ออกจากตราสินค้าอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่ง					
33. สินค้า H&M นั้นมีลักษณะเหมือนสินค้าคู่แข่ง หรือตราสินค้าอื่นๆ					

ภาคผนวก ข

จดหมายเชิญผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม



ที่ ศธ ๖๖๑๑/๒๖๕๐

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา ๑๖๔ ถ. ลิงหาดบางแสน
ต. แสนสุข อ. เมือง จ. ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๗ กันยายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.ประภาส นวลเนตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ค่าโครงการงานนิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ได้ผ่านการพิจารณาเค้าโครงงานนิพนธ์และอนุมัติให้ทำ
งานนิพนธ์เรียบร้อยแล้ว ขณะนี้นิสิตอยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
ชื่อ-นามสกุลนิสิต นางสาวสินีนุช สมคิด รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๔๒๐๔๒๓
วิจัยเรื่อง การรับรู้คุณค่าตราสินค้า H&M
ประธานกรรมการควบคุมงานนิพนธ์ ดร.มนฤดี ธาดารักษ์นัย
เบอร์โทรศัพท์นิสิต ๐๘-๕๐๔๒-๕๗๑๗

ในการนี้ คณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดีจึง
ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายบุญรอด บุญเกิด)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

งานจัดการเรียนการสอน คณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๓๘๑๐-๒๓๒๗

โทรสาร ๐-๓๘๓๔-๐๓๕๕