



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กมล สดุดประเสริฐ. เทคนิคการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนานาณิช, 2516.
- กมลรัตน์ หล้าสงฆ์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527.
- X จุฑา เทียนไทย. พื้นฐานการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2522.
- ชาคาโรว์, สแตนลีย์. สุดยอดแห่งผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า. แปลและเรียบเรียงโดย ศรทินย์ กลิ่นกำจาย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แม่น้ำ, 2532.
- ประคอง กรรณสุด. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. ฉบับปรับปรุงแก้ไข. พิมพ์ครั้งที่ 3. ปทุมธานี: บริษัทศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า จำกัด.
- พจน์ี กรกวิน. จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะวิชาครุศาสตร์ วิทยาลัยครูจันทร์เกษม, 2523.
- พรรณนิมล ก้านกนก. สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัทประชาชนจำกัด, 2525.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. พฤติกรรมศาสตร์หารสื่อสาร. หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
- วิเชียร เกตุสิงห์. สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนานาณิชจำกัด, 2526.
- _____ . หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนานาณิช, 2530.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายรัก, 2530.
- สุชา จันทน์เอมและสุรางค์ จันทน์เอม. จิตวิทยาพัฒนาการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนานาณิชจำกัด, 2520.

บทความ

พนา ทงมีอาคม. "สินค้าความเกี่ยวพันต่อการโฆษณา." วารสารนิเทศศาสตร์. (ภาคต้น
ปีการศึกษา 2529), หน้า 51-55.

เอกสารอื่นๆ

ทบวงมหาวิทยาลัย, สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย กองวางแผน. รายงานการศึกษาระดับ
อุดมศึกษาของรัฐในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย 2531. กรุงเทพมหานคร, ตุลาคม 2532.

ดำรงค์ วิวัฒนาไพบูลย์ลาภ. "การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออะหมี่
กึ่งสำเร็จรูป." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

เพิ่มศักดิ์ กอบกิจสกุล. "การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
โพลีล้างหน้า." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

ภาษาต่างประเทศหนังสือ

Day, George S. Buyer Attitudes and Brand Choice Behavior. New York:
The Dryden Press, 1970.

Kiesler, Charles A. The Psychology of Commitment. New York:
Academic Press, 1971.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York :
The Free Press, 1960.

Sherif, C., Sherif, M. and Nebergall, Roger E. Attitude and
Attitude Change. Philadelphia : Saunders, 1965.

_____. and Sherif, M. Attitude, Ego Involvement and Change.
New York : Wiley, 1967.

Sherif, M. and Hovland, Carl I. Social Judgment: assimilation and
contrast effects in communication and attitude change.
New Heaven : Yale University Press. 1961.

บรรณานุกรม

- Antil, John H. "Conceptualization and Operationalization of Involvement." Advances in Consumer Research 6(1984):204.
- Batra, R. and Ray, Michael L. "Operationalizing Involvement as Depth and Quality of Cognitive Response." Proceedings Association for Consumer Research. 1982:309-313.
- Bauer Raymond A. and Bauer, A.H.. "America, Man Society and Man Media." The Journal of Social Issues 16(1960):3-66
- Bowen, Lawrence and Chaffee, Steven H. "Product Involvement and Pertinent Advertising Appeals." Journalism Quarterly 51(1974):613-621, 644.
- Cantril, H. "The Prediction of Social Events." Journal of Abnormal Social Psychology 33(1938):364-389.
- Finn, David W. "Low-Involvement Isn't Low Involving." Proceedings Association for Consumer Research. 1982:419-424.
- Freedman, Jonathan L. "Involvement, Discrepancy, and Change." In Research in Consumer Behavior pp.343-352. Edited by David T. Kollat, Roger D. Blackwell, and James F. Engel, New York: Holt, Rhinehart and Winston, Inc., 1970.
- Houston, Michael J. and Rothschild, Micheal L. "Conceptual and Methodological Perspectives on Involvement." Research Frontiers in Marketing : Dialogues and Direction Edited by S.C.Jain. Chicago : American Marketing Association. 1978:184-187.
- Huper, Nancy T. and Gardner David M. "Differential Involvement with Products and Issues:An Exploratory Study." Proceedings 2nd Annual Conference of the Association for Consumer Research. 1971:262-269.
- Krugman, Herbert E. "The Impact of Television Advertising :

- Learning Without Involvement." Public Opinion Quarterly
29(Fall 1965):349-356.
- _____. "The Measurement of Advertising Involvement." Public
Opinion Quarterly. 30(Winter 1967):583-596.
- _____. "Brain Wave Measures of Media Involvement." Journal
of Advertising Research. 11(1971):3-9.
- Lastovicka, John L. "Questioning the Concept of Involvement
Defined Product Classes." Advances in Consumer Research
6(1979):174-179.
- Lastovicka, John L. and Gardner David M. "Component of Involvement."
Attitude Research Plays for High Stakes. 1979:53-73.
- Maloney John C. "Attitude Measurement and Formation." Paper
Presented at the Taste Market Design and Measurement
Workshop, American Marketing Association. Chicago,
21 April 1966.
- Mitchell, A. "Involvement : A Potentially Important Mediator of
Consumer Behavior" In W.Wilkie (Ed.), Advances in Consumer
Research 6(1979):191-196
- Robertson, Thomas S. "Low Commitment Consumer Behavior."
Journal of Advertising Research 16(1976):19-24
- Rothschild, M.L. "Perspectives on Involvement : Current Problems
and Future Directions." Advances in Consumer Research
11(1984):216-217.
- _____. and Ray, Micheal L. "Involvement and Political
Advertising Effect : An Exploratory Experiment."
Communication Research 1(1974):291-308.
- X Traylor Mark B. "Product Involvement and Brand Commitment."
Journal of Advertising Research 21(1981):51-55.

การคำนวณ ก

การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะเจาะจง

เนื่องจากงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราชี่ห้อ ในประเทศไทยยังไม่เคยมีการศึกษาวิจัยมาก่อนและผลงานวิจัยที่มีอยู่ก็เป็นผลงานวิจัยของต่างประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะเจาะจง หรือ Focused Group Interview ขึ้นมา เพื่อที่จะนำเอาข้อมูลที่ได้มาให้เป็นแนวทางในการวางแผนการวิจัยเชิงสำรวจต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวัดระดับความเกี่ยวพันกับสินค้า
2. เพื่อวัดระดับความผูกพันต่อตราชี่ห้อ
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้า และความผูกพันต่อตราชี่ห้อ

กลุ่มตัวอย่าง

นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 สถาบัน ได้แก่

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. มหาวิทยาลัยมหิดล
5. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (วิทยาเขตประสานมิตร, วิทยาเขตปทุมวัน, วิทยาเขตบางเขน และวิทยาเขตนวลศึกษา)

6. มหาวิทยาลัยศิลปากร (วิทยาเขตวังท่าพระ)

7. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ (วิทยาเขตลาดกระบัง, วิทยาเขต
ธนบุรี และวิทยาเขตพระนครเหนือ)

ผู้วิจัยทำการคัดเลือก เฉพาะนิสิตนักศึกษาที่สามารถมาเข้าร่วมการสัมภาษณ์
ได้ ตามวันและเวลาที่กำหนด มีจำนวนนิสิตนักศึกษาที่เข้าร่วมสัมภาษณ์รวมทั้งสิ้น 21
คน จาก 7 สถาบัน และแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ดำเนินการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2533 เวลา
10.00 น. ประกอบด้วยนิสิตนักศึกษาจำนวน 5 คน ได้แก่

1. นิสิตชาย ชั้นปีที่ 3 คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์
2. นิสิตชาย ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. นักศึกษาหญิง ชั้นปีที่ 2 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. นักศึกษาหญิง ชั้นปีที่ 1 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ (วิทยาเขตบางเขน)
5. นักศึกษาหญิง ชั้นปีที่ 4 คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กลุ่มที่ 2 ดำเนินการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2534 เวลา 15.00 น.
ประกอบด้วยนิสิตนักศึกษาจำนวน 7 คน ได้แก่

1. นิสิตชาย ชั้นปีที่ 2 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 2 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร
3. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าฯ (วิทยาเขตลาดกระบัง)
4. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 3 คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 1 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 4 คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7. นักศึกษาหญิง ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กลุ่มที่ 3 ดำเนินการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2534 เวลา 10.00 น.

ประกอบด้วยนิสิตนักศึกษาจำนวน 9 คน ได้แก่

1. นิสิตชาย ชั้นปีที่ 2 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 1 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 1 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
5. นักศึกษาชาย ชั้นปีที่ 4 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ (วิทยาเขตลาดกระบัง)
6. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 2 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 1 คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
8. นิสิตหญิง ชั้นปีที่ 1 คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
9. นักศึกษาหญิง ชั้นปีที่ 3 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิธีดำเนินงาน

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์นิสิตนักศึกษา และให้ผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้สังเกตการณ์ และบันทึกเทปการสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. แนะนำผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย
2. ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้
3. ให้ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์แนะนำตนเอง

4. ดำเนินการสัมภาษณ์ ตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.1 สินค้าที่ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ซื้อ/ใช้

4.2 ความเกี่ยวข้องกับสินค้า ในด้านต่างๆ

- ความสำคัญของสินค้า
- ความเสี่ยงในการซื้อสินค้า
- ความน่าสนใจของสินค้า
- ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า
- ราคาของสินค้า

4.3 ความผูกพันต่อตราฮือของสินค้าแต่ละชนิด

- ความแตกต่างของตราฮือ
- ความสามารถในการทดแทนของตราฮือแต่ละตรา
- การเปลี่ยนไปซื้อตราฮืออื่น
- จำนวนตราฮือที่ซื้อ

5. ให้นิสิตนักศึกษาประมาณค่าความเกี่ยวข้องกับสินค้า และความผูกพันต่อตราฮือ โดยการให้คะแนนตั้งแต่ 0-10

สรุปผล

จากการดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะเจาะจง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สินค้าที่ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ซื้อ/ใช้

- น้ำอัดลม
- กระจกเซ็คหน้า
- บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

- โฉนั้ทาผิว
- สบู่
- แชมพูสระผม
- กาแฟผง
- โฟมล้างหน้า
- รถยนต์
- นานิก้าข้อมือ
- โทรทัศน์
- วิทยุ
- เสื้อผ้า
- รองเท้าผ้าใบ
- โคลโลญจน์
- น้ำยาดับกลิ่นตัว
- ลูกอม

สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ซื้อ/ใช้ ในชีวิตประจำวัน ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเหล่านี้ใช้เอง ยกเว้นสินค้าที่มีราคาแพง เช่น รถยนต์ นานิก้าข้อมือ ไม่ได้ซื้อเองแต่จะเป็นผู้เลือกรูปแบบ สี สัน รุน ตลอดจนยี่ห้อของสินค้า ร่วมกับพ่อแม่ ซึ่งเป็นผู้จ่ายเงินซื้อให้

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าแต่ละชนิด

2.1 นานิก้าข้อมือ

- เป็นสินค้าที่สามารถแสดงถึงรสนิยมของผู้สวมใส่
- เป็นเครื่องประดับชนิดหนึ่ง
- เป็นสินค้าที่แสดงถึงความทันสมัย
- เป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง
- มีความต้องการข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจมาก

- แหล่งข้อมูลที่สำคัญ คือ กลุ่มเพื่อน, โฆษณา
- มีความต้องการที่จะหาซื้อนาฬิกาที่มีรูปแบบและสีสันทัน ซึ่งเป็นที่นิยมในขณะนั้น
- ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจค่อนข้างนาน
- แต่ละยี่ห้อจะมีความแตกต่างกันมาก เพราะตรายี่ห้อหนึ่งๆ จะแสดงถึงสถานภาพและรสนิยมของผู้สวมใส่ต่างไปจากยี่ห้ออื่นๆ เช่น ผู้ที่สวมใส่นาฬิกายี่ห้อคาลิโอ จะถูกมองว่ามีสถานภาพ (ทางเศรษฐกิจและสังคม) และรสนิยมในระดับปานกลาง
- ตรายี่ห้อแต่ละตรายี่ห้อไม่สามารถทดแทนกันได้
- มีตรายี่ห้อที่ซื้อ/ใช้ 1-2 ตรายี่ห้อ

2.2 โทรทัศน์

- เป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต เพราะเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูล เป็นแหล่งของความบันเทิง
- เป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง
- เป็นสินค้าที่มีอายุใช้งานนาน
- ในกรณีที่จะต้องซื้อโทรทัศน์ด้วยตนเอง มีความคิดว่าต้องการข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจมาก เพราะนอกจากจะเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูงแล้ว ยังเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอีกด้วย
- แหล่งข้อมูลที่สำคัญ คือ ญาติพี่น้อง, เพื่อน, โฆษณา
- เชื่อว่าแต่ละตรายี่ห้อจะมีความแตกต่างกันมาก เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีของแต่ละบริษัทอาจจะทำได้ไม่เท่าเทียมกัน
- แต่ละตรายี่ห้อไม่สามารถทดแทนกันได้
- มีตรายี่ห้อที่ซื้อ/ใช้ เพียง 1 ตรายี่ห้อเท่านั้น

2.3 รถยนต์

- เป็นสินค้าที่มีราคาสูงมาก
- เป็นสินค้าที่ค่อนข้างจำเป็นสำหรับชีวิตในปัจจุบัน เพราะช่วยอำนวยความสะดวก, สบาย, รวดเร็ว
- เป็นสินค้าที่ให้ความภูมิฐาน, ให้ความภาคภูมิใจ, ให้ภาพพจน์ของผู้เป็นเจ้าของ
- นิ้งพอใจสินค้าที่มีรูปแบบซึ่งทันสมัย
- เป็นสินค้าที่ต้องใช้ข้อมูลและเวลาในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก
- แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ ญาติพี่น้องที่เคยใช้ และเพื่อนที่เคยใช้
- แต่ละตราห้อมีความแตกต่างกันมาก ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า และภาพพจน์ของตราห้อม
- ตราห้อมเป็นเครื่องหมายบอกถึงคุณภาพ, ราคา
- บางตราห้อมจะให้ภาพพจน์ที่ทันสมัย ปราดเปรี้ยว บางตราห้อมให้ความภูมิฐาน ความน่าเชื่อถือ บางตราห้อมให้ความหรูหรา, โอ้อ่า, ความมีระดับบ่งบอกถึงรสนิยมที่ดี
- เชื่อว่าตราห้อมที่มีราคาแพงมักจะมีคุณภาพดี
- ตราห้อมแต่ละตราห้อมไม่สามารถทดแทนกันได้
- มีตราห้อมที่ซื้อ/ใช้ เพียง 1 ตราห้อม

2.4 ตู้เย็น

- เป็นสินค้าที่มีอายุใช้งานทนทาน
- เป็นเสมือนเฟอร์นิเจอร์ประจำบ้าน
- เป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง
- ในกรณีที่ต้องซื้อตู้เย็นด้วยตนเองต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อพอสมควร
- แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ ญาติพี่น้อง เพื่อน และโฆษณา

- แต่ละตรายี่ห้อค่อนข้างจะมีความแตกต่างกัน
- แต่ละตรายี่ห้ออาจจะทดแทนกันได้ ถ้ามีคุณภาพ ราคา แบบ และสีส่น ใกล้เคียงกัน
- คิดว่าจะซื้อตรายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งซ้ำ
- มีตรายี่ห้อที่คิดว่าจะซื้อ/ใช้ 2 ตรายี่ห้อ

2.5 สรุป

- เป็นสินค้าที่ให้ความสะอาด หอม
- เป็นสินค้าประเภทสิ้นเปลือง
- เป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก
- เป็นสินค้าที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อไม่นาน บางครั้ง การตัดสินใจซื้อก็เป็นไปในลักษณะทันทีทันใด
- ไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อมากนัก
- แต่ละตรายี่ห้อมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านคุณภาพ ราคา ตลอดจนภาพพจน์ของตรายี่ห้อ
- แต่ละตรายี่ห้อมีความสามารถทดแทนกันได้พอสมควร ในกรณีที่ตรายี่ห้อซึ่งตั้งใจจะซื้อไม่มีก็อาจจะเปลี่ยนไปซื้อตรายี่ห้ออื่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อตรายี่ห้อนั้นมีการลดราคา
- ซื้อ/ใช้ 2-3 ตรายี่ห้อ ที่มีคุณภาพและระดับของราคา ใกล้เคียงกัน
- อย่างไรก็ตามมีนิสิตนักศึกษา 2 คนบอกว่า ซื้อ/ใช้สบู่เนียงยี่ห้อเดียวเท่านั้น เหตุผลเนื่องมาจากครอบครัวชอบใช้สบู่ยี่ห้อนี้ และเมื่อถามต่อไปว่าถ้าต้องซื้อสบู่มาใช้เองส่วนตัวเองจะซื้อตรายี่ห้อใด ปรากฏว่านิสิตนักศึกษาคนหนึ่งตอบว่าจะซื้อตรายี่ห้อที่เคยใช้กับที่บ้าน ส่วนอีกคนตอบว่าอาจจะลองเปลี่ยนมาใช้ตรายี่ห้ออื่นดูบ้าง

2.6 กระดาษเช็ดหน้า

- เป็นสินค้าสิ้นเปลือง
- มีราคาค่อนข้างต่ำ
- เป็นสินค้าที่ไม่ต้องการเวลาหรือข้อมูลในการตัดสินใจซื้อมากนัก ส่วนใหญ่จะซื้อตามโฆษณาและคุณภาพของกระดาษต้องมีเนื้อละเอียด นุ่ม มีสีอ่อนๆ
- ถ้ามีสีสันทหรือลวดลายแบบใหม่ๆ ออกมาก็จะซื้อมากทดลองใช้
- สำหรับนิสิตนักศึกษาหญิง บางคนพกกระดาษเช็ดหน้าติดตัว ดังนั้นจึงชอบซื้อ/ใช้กระดาษเช็ดหน้าที่มีสีอ่อนๆหวานๆ มีลวดลายสวยงาม มีกลิ่นหอม เพราะเมื่อนำออกมาใช้แล้วจะแสดงถึงความนิถีนิถัน ความมีรสนิยมของผู้ใช้
- มีความเห็นว่าตรายี่ห้อแต่ละตรายี่ห้อมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น
- แต่ละตรายี่ห้อสามารถทดแทนกันได้
- ตรายี่ห้อที่ลดราคาจะมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้
- มีการเปลี่ยนตรายี่ห้อที่ซื้อ/ใช้ สลับกันไปมาอยู่ 2-3ตรายี่ห้อ

2.7 แปรงสีฟัน

- เป็นของใช้ส่วนตัวสามารถเลือกซื้อ/ใช้ได้ตามความต้องการ (ต่างจากสบู่ ยาสีฟัน ที่บางคนต้องใช้ตามความนิยมของครอบครัว)
- มีราคาค่อนข้างต่ำ
- ต้องการระยะเวลา และข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อพอสมควร เพราะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัย
- แหล่งข้อมูลก็คือ โฆษณา เพื่อน
- ชอบลองซื้อแปรงสีฟันที่ออกใหม่ โดยเฉพาะแปรงสีฟันที่มีการเปลี่ยนแปลงตาม ขนแปรง ไปจากเดิม

- คิดว่าแต่ละตราयीห่อแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย
- จะเปลี่ยนตราयीห่อแทบทุกครั้งที่ใช้ (ยกเว้นนิสิตนักศึกษาบางคนที่ใช้ตามครอบครัวมีการซื้อปริมาณมากๆ สำหรับทุกคนในครอบครัว)
- ในการตัดสินใจซื้อตราयीห่อใดตราयीห่อหนึ่ง จะพิจารณาจากราคา เป็นอันดับแรก ส่วนใหญ่จะซื้อตราयीห่อที่มีราคาไม่แพงมาก ซื้อตราयीห่อที่มีการลดราคา ส่วนคุณภาพจะพิจารณาเป็นอันดับที่สอง และพิจารณาแบบสลิ้นเป็นอันดับที่สาม

2.8 โฟมล้างหน้า

- เป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงมากนัก
- เป็นสินค้าที่ใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
- เป็นสินค้าที่ใช้เป็นครั้งคราวเท่านั้น ไม่ได้ใช้ประจำทุกวัน (บางคนยังนิยมใช้สบู่อ่อนๆล้างหน้า)
- ไม่ต้องการระยะเวลาและข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจมากนัก
- แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ เพื่อน
- แต่ละตราयीห่อมีความแตกต่างกันพอสมควร
- ความสามารถในการทดแทนของตราयीห่อมีน้อยมาก เพราะเป็นสินค้าที่ใช้กับใบหน้า จึงไม่อยากเสี่ยงไปใช้ตราयीห่อที่ไม่เคยใช้มาก่อน
- อาจเปลี่ยนไปใช้ตราयीห่อ ถ้ามีบุคคลที่น่าเชื่อถือ เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท ซึ่งเคยทดลองใช้แล้วมาแนะนำให้ใช้ แต่ก็ไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก
- ซื้อ/ใช้ เพียง 1-2 ตราयीห่อเท่านั้น

2.9 แหวนเพชร

- เป็นสินค้าที่มีราคาสูงมาก

- เป็นสินค้าที่แสดงถึงควมมีระดับ มีฐานะ ความหรูหรา
ของผู้สวมใส่
- เป็นสินค้าที่ซื้อเฉพาะในช่วงโอกาสพิเศษ สำคัญเท่านั้น
- ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจชื้อนาน
- ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจมาก
- แหล่งข้อมูลคือ ญาติพี่น้อง ผู้ที่มีอิทธิพลกว่า เพราะมี
ประสบการณ์ในการซื้อ/ใช้ มากกว่า
- แต่ละตราห้อมมีความแตกต่างกันมาก
- ความสามารถในการทดแทนของตราห้อมไม่มีเลย
- จะซื้อเฉพาะตราห้อม(ร้านค้า)ที่รู้จัก คู่แข่ง หรือในกรณี
ที่ไม่รู้จัก ก็ซื้อจากร้านที่มีชื่อเสียง เพราะเพชรเป็นสินค้า
ที่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญในการเลือกซื้อ ดังนั้น
การซื้อจากร้านค้าที่รู้จัก คู่แข่ง หรือมีชื่อเสียงจะช่วยให้
มั่นใจว่าได้ของที่ดี และมีคุณภาพ
- คิดว่าจะซื้อ/ใช้เพียง 1-2 ตราห้อมเท่านั้น

2.10 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

- เป็นสินค้าที่มีราคาต่ำ
- เป็นสินค้าที่มีรสชาติอร่อย สามารถรับประทานได้สะดวก
รวดเร็ว หาซื้อได้ง่าย
- เป็นสินค้าที่ไม่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ
- เป็นสินค้าที่ไม่ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจชื้อมากนักยกเว้น
กรณีที่มีสินค้านรูปแบบใหม่ๆเข้าสู่ตลาด เช่น บะหมี่ในซามโฌม
เป็นต้น ก็จะหาข้อมูลจากญาติพี่น้อง หรือเพื่อนที่เคย
ทานมาแล้ว ว่ารสชาติเป็นอย่างไร ก่อนซื้อมารับประทาน
- แหล่งข้อมูลที่ใช้คือ โฆษณา เพื่อน
- ความพยายามในการหาซื้อสินค้าชนิดนี้จะมึน้อยมาก เพราะมี

สินค้าอื่นที่สามารถทดแทนได้ (เช่น กว๊ายเดี่ยว ข้าวแกง)

- แต่ละตรายี่ห้อไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน
- ความสามารถในการทดแทนของตรายี่ห้อีมีมาก
- จะเปลี่ยนตรายี่ห้อที่ซื้ออยู่เสมอ ถ้ามีตรายี่ห้อใหม่ๆ ออกมาก็จะลองซื้อมารับประทาน
- ซื้อ/ใช้ทุกตรายี่ห้อ

2.11 น้ำอัดลม

- เป็นสินค้าที่น่าสนใจสำหรับวัยรุ่น
- เป็นสินค้าที่มีราคาต่ำ
- เป็นสินค้าที่ซื้อตามความเคยชิน
- เป็นสินค้าที่หาซื้อได้สะดวก มีขายทั่วไป
- ไม่ต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อเลย
- ถ้ามีรสชาติ หรือการบรรจุหีบห่อในรูปแบบใหม่ๆ ก็ซื้อตามเดิม
- ความเสี่ยงในการซื้อไม่มีเลยเพราะถือว่าเป็นเครื่องดื่มแก้กระหายชนิดหนึ่ง ไม่ว่าจะซื้อยี่ห้อใดก็สามารถดื่มแก้กระหายได้ทั้งนั้น ส่วนคุณสมบัติอื่นๆ เช่น ความซ่า ความหวานเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญเท่าไรนัก
- ความแตกต่างของตรายี่ห้อไม่มีเลยถ้าไม่มีเปปซี่เอาไคก็ก็ได้
- ความพยายามในการหาซื้อตรายี่ห้อใดตรายี่ห้อหนึ่งไม่มีเลย
- ซื้อ/ดื่มทุกตรายี่ห้อ

2.12 โลชั่นทาผิว

- นิสิตนักศึกษาหญิงจะรู้สึกว่โลชั่นทาผิว มีความสำคัญกับตนเองมากกว่านิสิตนักศึกษาชาย
- ในการเลือกซื้อจะพิจารณาเนื้อครีม และความหอมเป็นสำคัญ
- สำหรับคนที่ผิวแห้งจะรู้สึกว่ โลชั่นทาผิวเป็นสินค้าที่มีความ

จำเป็นต่อตนเองโดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว

- ข้อมูลและระยะเวลาที่จะต้องใช้ในการตัดสินใจซื้อ ค่อนข้างน้อย
- คิดว่าแต่ละตราซื้อห้อมมีความแตกต่างกันไม่มากนัก
- มีความสามารถในการทดแทนกันพอสมควร
- ซื้อ/ใช้ 2 ตราซื้อห้อม

2.13 กาแฟผง

- ไม่ดื่มประจำทุกวัน ดื่มเฉพาะในโอกาสที่ หิว แล้วหาอาหารอื่นรับประทานไม่ได้ หรือในโอกาสที่ต้องการนอนดึกเพื่อทำรายงานหรืออ่านหนังสือเตรียมสอบ
- คิดว่าเป็นเครื่องดื่มประจำวันของคนในวัยทำงานมากกว่า
- เป็นสินค้าที่มีภาพพจน์ของความรวดเร็ว สะดวกสบาย
- ข้อมูลและระยะเวลาที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึก ว่า ข้อมูลซึ่งจะนำมาใช้ในการตัดสินใจไม่ค่อยจำเป็น เพราะเป็นสินค้าสิ้นเปลือง
- โดยทั่วไปไม่มีความคิดว่าเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก ยกเว้นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศราคาจะค่อนข้างสูง
- แต่ละตราซื้อห้อมไม่มีความแตกต่างกันมากเท่าไรนัก
- ความสามารถในการทดแทนของตราซื้อห้อมค่อนข้างน้อย
- คิดว่าจะซื้อ/ดื่มเพียง 1 ตราซื้อห้อม
(ทั้งสองกลุ่มมีนิสิตนักศึกษาเพียงคนเดียวที่จะซื้อ/ดื่ม 2 ตราซื้อห้อม)

2.14 โคลิโณจน์

- เป็นสินค้าที่ไม่ค่อยสำคัญนัก ในกรณีที่ต้องการความหอม นิสิตนักศึกษาหญิงจะใช้น้ำหอม ในขณะที่นิสิตนักศึกษาชายจะใช้น้ำดับกลิ่นตัว

- เป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก
- ความพยายามที่จะหาซื้อไม่ค่อยมี
- ไม่ต้องการข้อมูลและระยะเวลาที่จะใช้ในการตัดสินใจมากนัก
จะให้ความพอใจของตนเองเป็นเกณฑ์ เช่น ดมกลิ่นว่าหอมถูก
ถูกใจไหม
- ความแตกต่างของแต่ละตราหือไม่ค่อยมี จะพิจารณาความ
หอมของกลิ่นมากกว่า
- ความสามารถในการทดแทนของตราหือมีค่อนข้างมาก
- คิดว่าจะซื้อ/ใช้ 2-3 ตราหือ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความรู้สึกของนิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับสินค้าทั้ง
 14 ชนิด รวมถึงการให้ประมาณค่าความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหือ
 พบว่าสินค้าที่นิสิตนักศึกษามีความเกี่ยวพันสูง ช่วงคะแนนระหว่าง 9-7 ได้แก่ นานิกาหือมือ
 รดยนต์ ไทรทัศน์และตุ้เข็น ในขณะที่ สบู์ แปรงสีฟัน และกระดาษเช็ดหน้า ถูกจัดให้เป็น
 สินค้าความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างสูง มีช่วงคะแนนอยู่ระหว่าง 7-6 โดยนิสิตนักศึกษา
 ได้ให้เหตุผลว่า สินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูงนั้น เป็นสินค้าที่มีราคาสูง มีอายุการใช้งานนาน
 มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของพวกเขา และสินค้าบางชนิด เช่น นานิกาหือมือ รดยนต์
 ก็ยังเป็นสินค้าที่สามารถบ่งบอกถึงรสนิยม และบุคลิกภาพของผู้เป็นเจ้าของอีกด้วย ส่วน
 สินค้าที่นิสิตนักศึกษามีความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างสูงนั้น จะเห็นได้ว่าเป็นสินค้าประเภท
 ของใช้ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามของร่างกายซึ่งคนวัยนี้ให้ความสำคัญค่อนข้างมาก
 ทั้งนี้เพราะต้องการให้ตนเองมีบุคลิกดี มีความทันสมัย เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน และ
 สามารถดึงดูดใจเพื่อนต่างเพศ อย่างไรก็ตามในแง่ของการตัดสินใจซื้อสินค้าความเกี่ยวพัน
 สูงและสินค้าความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างสูงเหล่านี้ มักต้องการเวลาและข้อมูลในการ
 ตัดสินใจค่อนข้างมาก เพราะการตัดสินใจผิดย่อมจะก่อให้เกิดผลเสียกับบุคลิกภาพและ
 รสนิยมของพวกเขา

สำหรับสินค้าที่พบว่ามีความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างต่ำ คือมีช่วงคะแนนระหว่าง 5-4 นั้น ได้แก่ โฟมล้างหน้า โลชั่นทาผิว โคโลญจ์และแฮนเนเจอร์ ซึ่งเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสินค้าความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างสูง เช่น สบู่ แปรงสีฟัน และกระดาษเช็ดหน้าแล้ว จะเห็นได้ว่ามีช่วงคะแนนที่เกาะกลุ่มกัน คืออยู่ระหว่าง 7-4 อีกทั้งยังจัดได้ว่า เป็นสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามของร่างกาย เช่นเดียวกันอีกด้วย แต่สาเหตุที่ โฟมล้างหน้า โลชั่นทาผิว และโคโลญจ์นั้น มีคะแนนความสัมพันธ์ต่ำกว่าก็คงเนื่องมาจากเป็นสินค้าที่สามารถใช้สินค้าชนิดอื่นทดแทนได้ เช่น ใช้สบู่แทนโฟมล้างหน้าได้ หรือใช้น้ำหอมแทนโคโลญจ์ก็ได้ ส่วนโลชั่นทาผิวนั้นก็เป็นสินค้าที่ใช้เฉพาะในบางช่วงฤดูเท่านั้น ดังนั้นทั้ง โลชั่นทาผิว โฟมล้างหน้า และโคโลญจ์ จึงถูกจัดให้เป็นสินค้าที่มีความสัมพันธ์น้อยกว่า สบู่ แปรงสีฟัน และกระดาษเช็ดหน้า สำหรับระยะเวลาและข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจซื้อนั้น นิสิตนักศึกษามีความเห็นว่าไม่ต้องการมากเท่าไรนัก ขึ้นอยู่กับความต้องการและความจำเป็นที่จะต้องการใช้สินค้ามากกว่า ส่วนแฮนเนเจอร์ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาสูง และสามารถแสดงถึงความมีฐานะของผู้สวมใส่ แต่ได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มของสินค้าความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นเพราะว่าแฮนเนเจอร์เป็นสินค้าที่ซื้อ/ใช้กันเฉพาะในโอกาสพิเศษจริงๆ เช่น ใช้ในงานหมั้น งานแต่งงาน ซึ่งเป็นโอกาสที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก ทำให้นิสิตนักศึกษาคิดว่าการใช้แฮนเนเจอร์เป็นเรื่องที่ไกลตัว ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กับตนเองเท่าไรนัก อย่างไรก็ตาม นิสิตนักศึกษาต่างก็ยอมรับว่าแฮนเนเจอร์เป็นสินค้าที่แสดงถึงความหรูหรา ความมีระดับ มีฐานะ และความมีรสนิยมของผู้สวมใส่

ส่วนสินค้าที่มีความสัมพันธ์ต่ำ คือมีคะแนนต่ำกว่า 4 ได้แก่ ขะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กาแฟผง และน้ำอัดลม สินค้าทั้ง 3 ชนิดนี้นิสิตนักศึกษามีความเห็นว่า เป็นสินค้าที่ซื้อตามความเคยชิน เป็นสินค้าที่มีราคาต่ำ เป็นสินค้าที่ช่วยให้ชีวิตสะดวกสบาย รวดเร็ว ซึ่งตรงกับลักษณะนิสัยและความต้องการของคนในวัยนี้

ในด้านของความผูกพันต่อตราห้อยนั้น สินค้าที่นิสิตนักศึกษา มีความผูกพันต่อตราห้อยสูง คือช่วงคะแนน 9 - 7 ได้แก่ นาฬิกาข้อมือ รถยนต์ โทรทัศน์ ตู้เย็น แหวนเพชร และกาแฟผง ซึ่งสินค้าเหล่านี้ นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นว่าตราห้อยของสินค้าเหล่านี้ มีความแตกต่างกันมาก และความสามารถในการทดแทนซึ่งกันและกันของตราห้อยก็น้อยมาก จนเกือบจะไม่มีเลย นอกจากนี้ การซื้อ/ใช้ก็มักจะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนตราห้อย ส่วนใหญ่จะมีตราห้อยที่ซื้อ/ใช้เพียง 1 หรือ 2 ตราห้อยเท่านั้น

ส่วนสินค้าที่มีความผูกพันต่อตราห้อยปานกลาง มีช่วงคะแนนระหว่าง 7 - 4 ได้แก่ สบู่, โลชั่นทาผิว, โฟมล้างหน้า, โคลโลญจน์ และกระดาษเช็ดหน้า ซึ่งสินค้ากลุ่มนี้ จะมีความแตกต่างของแต่ละตราห้อยไม่มากนัก มีความสามารถในการทดแทนซึ่งกันและกันของตราห้อยมากพอสมควร มีการเปลี่ยนตราห้อยที่ซื้อ/ใช้เป็นบางครั้ง จำนวนตราห้อยที่ซื้อ/ใช้ คือ 2 - 4 ตราห้อย

สำหรับสินค้าที่นิสิตนักศึกษา มีความผูกพันต่อตราห้อยต่ำ ช่วงคะแนนระหว่าง 4 - 0.8 ได้แก่ น้ำอัดลม, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และกาแฟผง นิสิตนักศึกษา มีความเห็นว่า ตราห้อยของสินค้ากลุ่มนี้ ไม่มีความแตกต่างกันเลย มีความสามารถในการทดแทนของตราห้อยมาก ในกรณีที่ร้านค้าไม่มีตราห้อยที่พวกเขาต้องการซื้อ พวกเขา ก็สามารถเปลี่ยนไปซื้อตราห้อยอื่นได้ จำนวนตราห้อยที่ซื้อ/ใช้ตั้งแต่ 3 - 4 ตราห้อย จนไปถึงซื้อ/ใช้ทุกตราห้อย ยกเว้นกาแฟผงที่มีตราห้อยที่ซื้อ/ดื่มเพียงตราห้อยเดียว

จากการนำผลที่ได้นี้ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยในต่างประเทศ พบว่าส่วนใหญ่ สอดคล้องกัน มีสินค้าเพียงบางชนิดเท่านั้นที่มีระดับของความเกี่ยวพันต่างกัน ได้แก่ กระดาษเช็ดหน้าและแหวนเพชร ซึ่งในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ กระดาษเช็ดหน้าถูกจัดให้เป็นสินค้าความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างสูง ในขณะที่ผลงานวิจัยในต่างประเทศจัดให้เป็นสินค้าความเกี่ยวพันต่ำโดย Hupfer และ Gardner ในปี 1971 และแหวนเพชรนั้น จากผลงานวิจัยของ Chaffee และ Bowen ในปี 1974 จัดให้เป็นสินค้าที่มีความเกี่ยว

นั้นสูง แต่ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ถูกจัดให้เป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างต่ำ

สำหรับระดับของความผูกพันต่อตรายี่ห้อที่วัดได้จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Traylor ที่ได้ทำการศึกษาไว้ในปี 1981 ปรากฏว่าสินค้าที่มีระดับของความผูกพันต่อตรายี่ห้อใกล้เคียงกันคือ รถยนต์ โทรทส์คัน ตู๋เย็น น้ำอัดลม และสบู่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันของสินค้า และความผูกพันต่อตรายี่ห้อ เมื่อนำไปคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่า สินค้าบางชนิดมีความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตรายี่ห้อที่มีความสัมพันธ์กันในทางบวก นั่นคือยิ่งมีความเกี่ยวพันสูงความผูกพันต่อตรายี่ห้อก็จะยิ่งเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Traylor ตัวอย่างเช่น นาฬิกาข้อมือ รถยนต์ โทรทส์คัน ตู๋เย็น สบู่ อย่างไรก็ตามยังคงมีสินค้าบางชนิดที่ความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตรายี่ห้อ มีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้ามคือ เมื่อความเกี่ยวพันกับสินค้าต่ำลง ความผูกพันต่อตรายี่ห้อกลับเพิ่มสูงขึ้น สินค้าเหล่านั้นได้แก่ แหวนเพชร แปรงสีฟันและกาแฟผง ทำให้ผลที่ได้นี้แตกต่างไปจากงานวิจัยของ Haffer และ Gardner, Chaffee และ Bowen รวมทั้ง Traylor ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าในกรณีของแหวนเพชรนั้น อาจจะอธิบายการที่แหวนเพชรถูกจัดให้เป็นสินค้าความเกี่ยวพันต่ำ แต่มีความผูกพันต่อตรายี่ห้อสูงได้ว่า การซื้อ/ใช้แหวนเพชรนั้นเป็นโอกาสที่ไม่เกิดขึ้นบ่อย จึงทำให้นิสิตนักศึกษาที่มีความคิดว่าแหวนเพชรเป็นสินค้าที่ไม่ค่อยเกี่ยวพันกับตัวพวกเขามากเท่าไรนัก แต่จากการที่เป็นสินค้านำราคาสูงและการตัดสินใจของแหวนเพชร เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความชำนาญอย่างมาก บุคคลโดยทั่วไปไม่สามารถกระทำได้ ดังนั้นนิสิตนักศึกษาจึงผูกพันต่อตรายี่ห้อสูง เพราะคิดว่าตรายี่ห้อที่ดี มีชื่อเสียง จะช่วยให้พวกเขามั่นใจได้ว่าจะได้ของที่ดี และมีคุณภาพ ส่วนกาแฟผงซึ่งเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีความเกี่ยวพันต่ำแต่มีความผูกพันต่อตรายี่ห้อสูง ก็อาจจะอธิบายได้ว่าเป็นเพราะนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่รู้สึกว่า กาแฟผงเป็นสินค้าสิ้นเปลือง มีราคาไม่สูง เป็นเพียงเครื่องดื่มอย่างหนึ่งเท่านั้น จึงถูกจัดให้เป็นสินค้าความเกี่ยวพันต่ำ แต่ที่มีความผูกพันต่อตรายี่ห้อสูง

ก็เนื่องจากตลาดกาแฟเมืองไทยในปัจจุบัน มีกาแฟที่ครองตลาดอยู่เพียงยี่ห้อเดียวคือ เนสกาแฟ ซึ่งเป็นตราหมีที่อยู่ในตลาดเมืองไทยมานาน มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ในขณะที่กาแฟยี่ห้ออื่นๆยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมเท่าไรนัก จึงทำให้นิสิต นักศึกษาผูกพันต่อเนสกาแฟเพียงตราหมีเดียว และสำหรับแปรงสีฟันถูกจัดให้เป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวพันปานกลางค่อนข้างสูง ก็คงเนื่องมาจากเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพอนามัยของฟัน อวัยวะที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามของหน้าตา ซึ่งเป็นสิ่งที่คนในวัยนี้ให้ความสำคัญและการที่ไม่ผูกพันกับตราหมีใดเลยนั้น อาจเป็นเพราะแปรงสีฟันเป็นสินค้านำราคาถูก มีอายุการใช้งานไม่มาก ถ้าซื้อมาใช้แล้วไม่ชอบ ไม่ถูกใจ ก็สามารถเปลี่ยนไปซื้อ/ใช้ตราหมีใหม่ได้

อย่างไรก็ตามจากการนำเอาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้า และความผูกพันต่อตราหมีที่คำนวณได้ไปทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วย t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 2 กรณีคือ .01 และ .05 ปรากฏว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหมี นิสิตนักศึกษา กลุ่มที่ 2 และ กลุ่มที่ 3 ซึ่งมีจำนวน N=7 และ 9 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติในสินค้าบางชนิด ได้แก่ นาฬิกาข้อมือ รถยนต์ โทรทัศน์ โลชั่นทาผิว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและน้ำอัดลม ส่วนสินค้าที่เหลือนั้น ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหมีไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 2 กรณี สำหรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหมีของนิสิตนักศึกษากลุ่มที่ 1 ซึ่งมี N=5 นั้น เมื่อทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ .01 ปรากฏว่าความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหมีไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่เมื่อทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ .05 ก็พบว่าสินค้าเพียง 4 ชนิดคือ รถยนต์ กระดาษเช็ดหน้า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและน้ำอัดลมเท่านั้น ที่ความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราหมี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มที่ 1

n = 5

สินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความเกี่ยวพันกับสินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความผูกพันต่อตราชื้อหือ	สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์
โทรทัศน์	7.9	8.9	.58
นาฬิกาข้อมือ	7.7	8.0	.65
ตู้เย็น	7.1	8.4	.45
รถยนต์	6.9	8.3	.87*
สบู่	6.7	6.3	.48
กระดาษเช็ดหน้า	6.4	5.9	.82*
แปรงสีฟัน	6.1	1.4	.20
โฝมล้างหน้า	5.1	3.9	.51
แหวนเพชร	4.9	9.3	3.20
น้ำอัดลม	4.4	0.8	.80*
โลชั่นทาผิว	4.4	4.8	.69
กาแฟผง	3.3	9.2	-.46
ขะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	3.1	1.0	.81*
โคโลญจน์	3.1	3.2	.23

* p < .05

** p < .01

กลุ่มที่ 2

n = 7

สินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความเกี่ยวพันกับสินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความผูกพันต่อตราชื่อ	สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์
นาฬิกาข้อมือ	9.1	9.2	.80*
โทรทัศน์	8.6	9.0	.55
รถยนต์	8.4	8.6	.85**
ตู้เย็น	7.7	7.7	.44
สบู่	7.2	7.6	.23
กระดาษเช็ดหน้า	6.2	6.3	.47
แปรงสีฟัน	6.0	1.1	.37
แหวนเพชร	5.5	9.6	-.60
โคมสำอางหน้า	4.7	3.9	.30
โลชั่นทาผิว	4.0	4.9	.28
โคโลญจน์	4.0	2.9	.60
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	3.1	1.1	.72*
น้ำอัดลม	2.7	1.1	.76*
กาแฟผง	2.4	8.0	-.15

* p < .05

** p < .01

กลุ่มที่ 3

n = 9

สินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความเกี่ยวข้องกับสินค้า	คะแนนเฉลี่ย ของความผูกพันต่อตราซื้อหือ	สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์
นาฬิกาข้อมือ	8.6	8.6	.75**
รถยนต์	8.1	7.6	.87**
โทรทัศน์	7.6	7.9	.89**
ตู้เย็น	6.6	7.0	.50
สบู	6.1	4.9	.41
แปรงสีฟัน	6.0	2.4	-.21
แหวนเพชร	5.0	8.6	-.40
โฝมล้างหน้า	4.2	4.6	.40
โลชั่นทาผิว	4.1	4.0	.65*
โคโลญจน์	3.9	3.3	.42
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	3.1	2.3	.70*
น้ำอ้ตลสม	2.6	1.6	.71*
กระดาษเช็ดหน้า	2.3	3.0	.17
กาแฟผง	2.3	7.4	-.65

* p < .05

** p < .01

ภาคผนวก ข

แบบวัดระดับความเกี่ยวข้องกับสินค้าและระดับความผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ในการศึกษานำ (Pilot Study)

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความสัมพันธ์ระหว่าง
ความเกี่ยวข้องกับสินค้าและความผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร " ของนิสิต
ปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 เป็นตอนที่ให้ท่านกรอกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวท่าน
- ตอนที่ 2 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า 20 ชนิด
- ตอนที่ 3 เป็นตอนที่ให้ท่านระบุถึงตราสัญลักษณ์ที่ท่านพึงพอใจ
- ตอนที่ 4 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ของสินค้า 20 ชนิด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 1

กรุณาคิดเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมคำหรือข้อความลงใน
ช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

_____ ชาย _____ หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถานศึกษา _____

คณะ _____

ชั้นปีที่ _____

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 2

แบบสอบถามตอนที่ 2 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความเกี่ยวพันที่ท่านมีต่อสินค้า 20 ชนิดโดยผู้วิจัยได้ให้ความหมายของ ความเกี่ยวพันกับสินค้า ไว้ดังนี้

ความเกี่ยวพันกับสินค้าหมายความว่าถึงความสำคัญของสินค้าที่มีต่อตัวท่าน ซึ่งความสำคัญนี้เกิดขึ้นจากการที่สินค้านั้นสามารถแสดงถึงรสนิยม ค่านิยม ทัศนคติ บุคลิกภาพ ตลอดจนรูปแบบในการดำเนินชีวิตของท่าน

ขอให้ท่านประเมินความเกี่ยวพันที่ท่านมีต่อสินค้า 20 ชนิด ด้วยการให้คะแนนตั้งแต่ 0 - 10 โดยตัวเลข 10 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้นมีความเกี่ยวพันกับท่านมากที่สุด ส่วนตัวเลข 9-8-7-6-5-4-3-2-1 แทนความรู้สึกที่ลดน้อยลงตามลำดับ และตัวเลข 0 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้นไม่มีความเกี่ยวพันกับตัวท่านเลย กรุณาใส่ตัวเลขในช่องว่างหน้ารายชื่อสินค้าทั้ง 20 ชนิด

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 2 ระดับของความเกี่ยวพันกับสินค้า

- _____ 1. สบู่
- _____ 2. กางเกงยีนส์
- _____ 3. วิทยุเทปซาวน่าอะเบาท์
- _____ 4. โฟมล้างหน้า
- _____ 5. รองเท้ากีฬา
- _____ 6. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย
- _____ 7. เครื่องคิดเลข
- _____ 8. น้ำยาล้างปาก
- _____ 9. ยาสีฟันระงับกลิ่นปาก
- _____ 10. ยาสีฟันแก้ปวดชอนิกเม็ด
- _____ 11. กระดาษเช็ดหน้า
- _____ 12. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- _____ 13. น้ำอัดลม

- _____ 14. โลชั่นทาผิว
 _____ 15. หมากฝรั่ง
 _____ 16. นม UHT
 _____ 17. รถยนต์
 _____ 18. น้ำดื่มบรรจุขวด
 _____ 19. แปรงสีฟัน
 _____ 20. แชมพูสระผม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 3

กรุณาเขียนชื่อของท่านชอบที่จะซื้อ/ใช้ มากที่สุด ลงในช่องว่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 3 ตราชื่อที่พึงพอใจมากที่สุด

- | | |
|------------------------|------------|
| 1. สบู่ | ชื่อ _____ |
| 2. กางเกงยีนส์ | ชื่อ _____ |
| 3. วิทยุพกพาน้อะแบท | ชื่อ _____ |
| 4. โฟมล้างหน้า | ชื่อ _____ |
| 5. รองเท้ากีฬา | ชื่อ _____ |
| 6. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย | ชื่อ _____ |
| 7. เครื่องคิดเลข | ชื่อ _____ |
| 8. น้ำยาบ้วนปาก | ชื่อ _____ |
| 9. สบู่ระงับกลิ่นปาก | ชื่อ _____ |
| 10. สบู่กำจัดขนเดอแม็ค | ชื่อ _____ |
| 11. กระจกหน้า | ชื่อ _____ |
| 12. ขนมหักงสำเร็จรูป | ชื่อ _____ |
| 13. น้ำอัดลม | ชื่อ _____ |

- | | |
|---------------------|--------------|
| 14. โลชั่นทาผิว | ยี่ห้อ _____ |
| 15. หมากฝรั่ง | ยี่ห้อ _____ |
| 16. นม UHT | ยี่ห้อ _____ |
| 17. รถยนต์ | ยี่ห้อ _____ |
| 18. น้ำดื่มบรรจุขวด | ยี่ห้อ _____ |
| 19. แปรงสีฟัน | ยี่ห้อ _____ |
| 20. แชมพูสระผม | ยี่ห้อ _____ |

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 4

แบบสอบถามตอนที่ 4 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อของสินค้า 20 ชนิด โดยผู้วิจัยได้ให้ความหมายของ ความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อของสินค้า ไว้ดังนี้

ความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อ หมายถึงความเชื่อมั่นที่ท่านมีต่อตราชื่อยี่ห้อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้สินค้า ในกรณีที่ท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อมาก ท่านก็จะซื้อ/ใช้ตราชื่อยี่ห้อใดชื่อยี่ห้อหนึ่งซ้ำๆ และเชื่อว่าตราชื่อยี่ห้อที่ท่านซื้อ/ใช้นั้นมีความสำคัญกว่า ดีกว่า น่าสนใจกว่า ตราชื่อยี่ห้ออื่น ในทางตรงกันข้าม ถ้าท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อน้อยหรือไม่มีเลย ท่านก็จะซื้อ/ใช้ตราชื่อยี่ห้ออะไรก็ได้ เพราะท่านคิดว่าตราชื่อยี่ห้อไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีตราชื่อยี่ห้อใดสำคัญหรือน่าสนใจกว่ากัน ท่านซื้อเพราะตราชื่อยี่ห้อนั้นลดราคาหรือมีของแถมหรือซื้อ/ใช้เพราะความเคยชิน เป็นต้น

ขอให้ท่านประเมินความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อของสินค้าทั้ง 20 ชนิด ด้วยการให้คะแนนตั้งแต่ 0 - 10 โดยตัวเลข 10 แทนความรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้น ท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อมากที่สุด ส่วนตัวเลข 9-8-7-6-5-4-3-2-1 แทนความรู้สึกที่ลดน้อยลงตามลำดับ และตัวเลข 0 แทนความรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้น ท่านไม่มีความผูกพันต่อตราชื่อยี่ห้อใดเลย กรุณาใส่ตัวเลขในช่องว่างหน้ารายชื่อสินค้าทั้ง 20 ชนิด

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 4 ระดับของความผูกพันต่อตราชื่อ

- _____ 1. สบู่
- _____ 2. กางเกงยีนส์
- _____ 3. วิทยุพกพาน้อะแบท
- _____ 4. โฟมล้างหน้า
- _____ 5. รองเท้ากีฬา
- _____ 6. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย
- _____ 7. เครื่องคิดเลข
- _____ 8. น้ำยาบ้วนปาก
- _____ 9. ยามระงับกลิ่นปาก
- _____ 10. ขาแก้วชนิดเม็ด
- _____ 11. กระดาษเช็ดหน้า
- _____ 12. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- _____ 13. น้ำอัดลม
- _____ 14. โลชั่นทาผิว
- _____ 15. หมากฝรั่ง
- _____ 16. นม UHT
- _____ 17. รถยนต์
- _____ 18. น้ำดื่มบรรจุขวด
- _____ 19. แปรงสีฟัน
- _____ 20. แชมพูสระผม

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

(B)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความสัมพันธ์ระหว่าง
ความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร " ของนิสิต
ปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 เป็นตอนที่ให้ท่านกรอกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวท่าน
- ตอนที่ 2 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า 20 ชนิด
- ตอนที่ 3 เป็นตอนที่ให้ท่านระบุถึงตราสัญลักษณ์ที่ท่านพึงพอใจ
- ตอนที่ 4 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ของสินค้า 20 ชนิด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 1

กรุณานึกเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมคำหรือข้อความลงใน
ช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

_____ ชาย _____ หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถานศึกษา _____

คณะ _____

ชั้นปีที่ _____

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 2

แบบสอบถามตอนที่ 2 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความเกี่ยวข้องที่ท่านมีต่อสินค้า 20 ชนิดโดยผู้วิจัยได้ให้ความหมายของ ความเกี่ยวข้องกับสินค้า ไว้ดังนี้

ความเกี่ยวข้องกับสินค้า'' หมายถึงความสำคัญของสินค้าที่มีต่อตัวท่าน ซึ่งความสำคัญนี้เกิดขึ้นจากการที่สินค้านั้นสามารถแสดงถึงรสนิยม ค่านิยม ทักษะคติ บุคลิกภาพตลอดจนรูปแบบในการดำเนินชีวิตของท่าน

ขอให้ท่านประเมินความเกี่ยวข้องที่ท่านมีต่อสินค้า 20 ชนิด ด้วยการให้คะแนนตั้งแต่ 0 - 10 โดยตัวเลข 10 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้นมีความเกี่ยวข้อง与您มากที่สุด ส่วนตัวเลข 9-8-7-6-5-4-3-2-1 แทนความรู้สึกที่ลดน้อยลงตามลำดับ และตัวเลข 0 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้นไม่มีความเกี่ยวข้อง与您เลย กรุณาใส่ตัวเลขในช่องว่างหน้ารายชื่อสินค้าทั้ง 20 ชนิด

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 2 ระดับของความเกี่ยวข้องกับสินค้า

- _____ 1. กระดาษเช็ดหน้า
- _____ 2. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- _____ 3. น้ำอัดลม
- _____ 4. โลชั่นทาผิว
- _____ 5. หมากฝรั่ง
- _____ 6. นม UHT
- _____ 7. รถยนต์
- _____ 8. น้ำดื่มบรรจุขวด
- _____ 9. แปรงสีฟัน
- _____ 10. แชมพูสระผม
- _____ 11. ลิ้น
- _____ 12. กางเกงยีนส์
- _____ 13. วิทยุเทปขาวน้อะเบาท์

- _____ 14. โฟมล้างหน้า
 _____ 15. รองเท้ากีฬา
 _____ 16. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย
 _____ 17. เครื่องคิดเลข
 _____ 18. น้ำยาล้างปาก
 _____ 19. สบู่ระงับกลิ่นปาก
 _____ 20. ยาน้ำแก้ปวดชนิดเม็ด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 3

กรุณาเขียนตราชื่อยี่ห้อที่ท่านพึงพอใจที่จะซื้อ/ใช้ มากที่สุด ลงในช่องว่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ)

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 3 ตราชื่อยี่ห้อที่พึงพอใจมากที่สุด

- | | |
|-------------------------|--------------|
| 1. กระจกเช็ดหน้า | ยี่ห้อ _____ |
| 2. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป | ยี่ห้อ _____ |
| 3. น้ำอัดลม | ยี่ห้อ _____ |
| 4. โลชั่นทาผิว | ยี่ห้อ _____ |
| 5. หมากฝรั่ง | ยี่ห้อ _____ |
| 6. นม UHT | ยี่ห้อ _____ |
| 7. รถยนต์ | ยี่ห้อ _____ |
| 8. น้ำดื่มบรรจุขวด | ยี่ห้อ _____ |
| 9. แปรงสีฟัน | ยี่ห้อ _____ |
| 10. แชมพูสระผม | ยี่ห้อ _____ |
| 11. สบู่ | ยี่ห้อ _____ |
| 12. กางเกงยีนส์ | ยี่ห้อ _____ |
| 13. วิทยุเทปพานออะเบาท์ | ยี่ห้อ _____ |

- | | |
|--------------------------|--------------|
| 14. โฟมล้างหน้า | ยี่ห้อ _____ |
| 15. รองเท้ากีฬา | ยี่ห้อ _____ |
| 16. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย | ยี่ห้อ _____ |
| 17. เครื่องคิดเลข | ยี่ห้อ _____ |
| 18. น้ำยาล้างปาก | ยี่ห้อ _____ |
| 19. ยาสีฟันระงับกลิ่นปาก | ยี่ห้อ _____ |
| 20. ยาสีฟันแก้ปวดฟัน | ยี่ห้อ _____ |

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 4

แบบสอบถามตอนที่ 4 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความผูกพันต่อตราชื่อของสินค้า 20 ชนิด โดยผู้วิจัยได้ให้ความหมายของ ความผูกพันต่อตราชื่อของสินค้า ไว้ดังนี้

ความผูกพันต่อตราชื่อ หมายถึงความเชื่อมั่นที่ท่านมีต่อตราชื่อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้สินค้า ในกรณีที่ท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อมาก ท่านก็จะซื้อ/ใช้ตราชื่อใดชื่อหนึ่งซ้ำๆ และเชื่อว่าตราชื่อที่ท่านซื้อ/ใช้นั้นมีความสำคัญกว่า ดีกว่า น่าสนใจกว่า ตราชื่ออื่น ในทางตรงกันข้าม ถ้าท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อน้อยหรือไม่มีเลย ท่านก็จะซื้อ/ใช้ตราชื่ออะไรก็ได้ เพราะท่านคิดว่าตราชื่อไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีตราชื่อใดสำคัญหรือน่าสนใจกว่ากัน ท่านซื้อเพราะตราชื่อนั้นลดราคาหรือมีของแถมหรือซื้อ/ใช้เพราะความเคยชิน เป็นต้น

ขอให้ท่านประเมินความผูกพันต่อตราชื่อของสินค้าทั้ง 20 ชนิด ด้วยการให้คะแนนตั้งแต่ 0 - 10 โดยตัวเลข 10 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้น ท่านมีความผูกพันต่อตราชื่อมากที่สุด ส่วนตัวเลข 9-8-7-6-5-4-3-2-1 แทนความรู้สึกที่ลดน้อยลงตามลำดับ และตัวเลข 0 แทนความรู้สึกว่าสินค้านั้น ท่านไม่มีความผูกพันต่อตราชื่อใดเลย กรุณาใส่ตัวเลขในช่องว่างหน้ารายชื่อสินค้าทั้ง 20 ชนิด

กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อไม่ว่าท่านจะเคยซื้อ/ใช้ สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม

ตอนที่ 4

ระดับของความผูกพันต่อตราสินค้า

- _____ 1. กระดาษเช็ดหน้า
- _____ 2. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- _____ 3. น้ำอัดลม
- _____ 4. โลชั่นทาผิว
- _____ 5. หมากฝรั่ง
- _____ 6. นม UHT
- _____ 7. รถยนต์
- _____ 8. น้ำดื่มบรรจุขวด
- _____ 9. แปร่งสีฟัน
- _____ 10. แชมพูสระผม
- _____ 11. สบู่
- _____ 12. กางเกงยีนส์
- _____ 13. วิทยุเทปชาวอะเบาท์
- _____ 14. โฟมล้างหน้า
- _____ 15. รองเท้ากีฬา
- _____ 16. น้ำหอมระงับกลิ่นกาย
- _____ 17. เครื่องคิดเลข
- _____ 18. น้ำยาล้างปาก
- _____ 19. ยาสีฟันระงับกลิ่นปาก
- _____ 20. ยาน้ำแก้ปวดชนิดเม็ด

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

(A)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ความสัมพันธ์ระหว่าง
ความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราสัญลักษณ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร " ของนิสิต
ปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 เป็นตอนที่ให้ท่านกรอกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวท่าน
ตอนที่ 2 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกต่อสินค้า 12 ชนิด
ตอนที่ 3 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกต่อตราสัญลักษณ์ของสินค้า 12 ชนิด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 1

กรุณาขีดเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมคำหรือข้อความลงใน
ช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

_____ ชาย _____ หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถานศึกษา _____

คณะ _____

ชั้นปีที่ _____

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 2

แบบสอบถามตอนที่ 2 ประกอบไปด้วยรายชื่อสินค้า 12 ชนิดขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่มีต่อสินค้าทั้ง 12 ชนิดนี้ ไม่ว่าท่านจะเคยซื้อหรือใช้สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม โปรดตอบคำถามทันทีที่เข้าใจคำถาม และคำตอบทุกข้อไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่เป็นจริงของท่านให้มากที่สุด

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า แชมพูสระผม

ข้อที่	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
สำคัญ	:	:	:	:	:	:	ไม่สำคัญ

ถ้าท่านรู้สึกว่าเป็นสินค้าที่

มีความสำคัญมากที่สุด	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 1
มีความสำคัญมาก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 2
มีความสำคัญเล็กน้อย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 3
กลางๆระหว่างสำคัญและไม่สำคัญ	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 4
ไม่ค่อยมีความสำคัญนัก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 5
ไม่มีความสำคัญ	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 6
ไม่มีความสำคัญเลย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 7

ท่านสามารถขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งก็ได้ ตามความรู้สึกของท่าน โดยให้มีเครื่องหมาย ✓ บรรทัดละ 1 แห่งเท่านั้น และกรุณาตอบทุกบรรทัด

ตอนที่ 2 ความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า 12 ชนิด

1. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า กางเกงยีนส์

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสียด _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสียด
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

2. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า น้ำอัดลม

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสียด _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสียด
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

3. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า หมากฝรั่ง

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสียด _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสียด
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

4. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า วิทยุพกพาน้อยเบาท์

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสียด _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสียด
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

5. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า สบู่

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

6. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า เบหมี่กึ่งสำเร็จรูป

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

7. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า เครื่องคิดเลข

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

8. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า กระดาษทิชชูหน้า

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

9. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า รองเท้ายี่ห้อ

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

10. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า นม UHT

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

11. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า ยาแก้ปวดชนิดเม็ด

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

12. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า โพลีแลงหน้า

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 3

แบบสอบถามตอนที่ 3 ประกอบไปด้วยรายชื่อสินค้า 12 ชนิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่มีต่อตราชื้อหรือของสินค้าทั้ง 12 ชนิดนี้ ทั้งนี้ไม่ว่าท่านจะเคยซื้อหรือใช้สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม โปรดตอบคำถามทันทีที่เข้าใจคำถาม และคำตอบทุกข้อไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่เป็นจริงของท่านให้มากที่สุด

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราชื้อของแชมพูสระผม

ช่องที่ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
 แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง

ถ้าท่านรู้สึกว่ ตราชื้อของแชมพูสระผม

มีความแตกต่างกันมากที่สุด	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 1
มีความแตกต่างกันมาก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 2
มีความแตกต่างกันเล็กน้อย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 3
กลางๆระหว่างแตกต่างและไม่แตกต่าง	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 4
ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันนัก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 5
ไม่มีความแตกต่างกัน	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 6
ไม่มีความแตกต่างกันเลย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 7

ท่านสามารถขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งก็ได้ ตามความรู้สึกของท่าน โดยให้มีเครื่องหมาย ✓ บรรทัดละ 1 แห่งเท่านั้น และกรุณาตอบทุกบรรทัด

ตอนที่ 3 ความรู้สึกต่อตราฮีโร่ของสินค้า 12 ชนิด

13. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของกางเกงยีนส์

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

14. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของน้ำอัดลม

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

15. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของหมากฝรั่ง

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

16. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของวิทยุเทปพาน้อะเบาท์

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

17. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีท้อของลู่

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

18. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีท้อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

19. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีท้อของเครื่องคิดเลข

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

20. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีท้อของกระดาษเช็ดหน้า

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

21. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของรองเท้ากีฬา

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

22. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของนม UHT

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

23. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของยาแก้ปวดชนิดเม็ด

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

24. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของโพลีแลงหน้า

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

แบบสอบถาม

(B)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่าง
ความเกี่ยวข้องกับสินค้าและความผูกพันต่อตราชื่อของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร" ของนิสิต
ปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 เป็นตอนที่ให้ท่านกรอกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวท่าน
ตอนที่ 2 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกต่อสินค้า 12 ชนิด
ตอนที่ 3 เป็นตอนที่ให้ท่านแสดงความรู้สึกต่อตราชื่อของสินค้า 12 ชนิด

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 1

กรุณาขีดเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมคำหรือข้อความลงใน
ช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

_____ ชาย _____ หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถานศึกษา _____

คณะ _____

ชั้นปีที่ _____

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 2

แบบสอบถามตอนที่ 2 ประกอบไปด้วยรายชื่อสินค้า 12 ชนิดขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่มีต่อสินค้าทั้ง 12 ชนิดนี้ ไม่ว่าท่านจะเคยซื้อหรือใช้สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม โปรดตอบคำถามทันทีที่เข้าใจคำถาม และคำตอบทุกข้อไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่เป็นจริงของท่านให้มากที่สุด

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า แชมพูสระผม

ช่องที่ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
 สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ

ถ้าท่านรู้สึกว่าแชมพูสระผมเป็นสินค้าที่

มีความสำคัญมากที่สุด	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 1
มีความสำคัญมาก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 2
มีความสำคัญเล็กน้อย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 3
กลางๆระหว่างสำคัญและไม่สำคัญ	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 4
ไม่ค่อยมีความสำคัญนัก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 5
ไม่มีความสำคัญ	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 6
ไม่มีความสำคัญเลย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 7

ท่านสามารถขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งก็ได้ ตามความรู้สึกของท่าน โดยให้มีเครื่องหมาย ✓ บรรทัดละ 1 แห่งเท่านั้น และกรุณาตอบทุกบรรทัด

ตอนที่ 2 ความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า 12 ชนิด

1. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า เครื่องคิดเลข

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

2. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า กระดาษเช็ดหน้า

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

3. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า รองเท้ากีฬา

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

4. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า นม UHT

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เล็ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เล็ยง
 ทันสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

5. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า ยาแก้ปวดชนิดเม็ด

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสม้ย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสม้ย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

6. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า โพลีแลงหน้า

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสม้ย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสม้ย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

7. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า กางเกงยีนส์

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสม้ย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสม้ย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

8. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า น้ำอัดลม

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เสี่ยง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เสี่ยง
 ทนสม้ย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสม้ย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

9. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า หมากฝรั่ง

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เลี่ยน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เลี่ยน
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

10. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า วิทยุเทปพาน้อะเบาท์

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เลี่ยน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เลี่ยน
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

11. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า สบู่

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เลี่ยน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เลี่ยน
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

12. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสินค้า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่สำคัญ
 ไม่เลี่ยน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เลี่ยน
 ทนสมัย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ล้าสมัย
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 แสดงเอกลักษณ์ของท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามตอนที่ 3

แบบสอบถามตอนที่ 3 ประกอบไปด้วยรายชื่อสินค้า 12 ชนิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่มีต่อตราหือของสินค้าทั้ง 12 ชนิดนี้ ทั้งนี้ไม่ว่าท่านจะเคยซื้อหรือใช้สินค้าเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม โปรดตอบคำถามทันทีที่เข้าใจคำถาม และคำตอบทุกข้อไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ขอให้ท่านแสดงความรู้สึกที่เป็นจริงของท่านให้มากที่สุด

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราหือของแชมพูสระผม

ช่องที่ (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
 แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง

ถ้าท่านรู้สึกว่า ตราหือของแชมพูสระผม

มีความแตกต่างกันมากที่สุด	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 1
มีความแตกต่างกันมาก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 2
มีความแตกต่างกันเล็กน้อย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 3
กลางๆระหว่างแตกต่างและไม่แตกต่าง	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 4
ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันนัก	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 5
ไม่มีความแตกต่างกัน	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 6
ไม่มีความแตกต่างกันเลย	ขีดเครื่องหมาย	✓	ที่ช่องที่ 7

ท่านสามารถขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งก็ได้ ตามความรู้สึกของท่าน โดยให้มีเครื่องหมาย ✓ บรรทัดละ 1 แห่งเท่านั้น และกรุณาตอบทุกบรรทัด

ตอนที่ 3 ความรู้สึกต่อตราชื้อหือของสินค้า 12 ชนิด

13. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราชื้อหือของเครื่องคิดเลข

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

14. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราชื้อหือของกระดาษเช็ดหน้า

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

15. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราชื้อหือของรองเท้ากีฬา

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

16. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราชื้อหือของนม UHT

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

17. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีทของยาแก้ปวดชนิดเม็ด

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

18. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีทของโฝมล้างหน้า

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

19. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีทของกางเกงยีนส์

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

20. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีทของน้ำอัดลม

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวท่าน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของท่าน

21. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของหมากฝรั่ง

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

22. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่วิทยุเทปชาวน้อะเบาท์

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

23. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของลูก

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

24. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อ ตราฮีโร่ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

แตกต่าง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แตกต่าง
 ไม่สำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สำคัญ
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่สามารถทดแทนกันได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ สามารถทดแทนกันได้
 แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่แสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

ภาคผนวก ง

คู่มือการสงรหัส

แบบสอบถามความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราชื่อ

คอลัมภ์	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	รหัสของตัวแปร
1-3	N = เลขที่แบบสอบถาม	001 - 999
<u>ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</u>		
4	SEX = เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง 9 = ไม่ตอบ
5-6	AGE = อายุ	01-98 = ใช้อายุจริง 99 = ไม่ตอบ
7	UNI = มหาวิทยาลัย	1 = จุฬาลงกรณ์ 2 = เกษตรศาสตร์ 3 = ธรรมศาสตร์ 4 = มหิดล 5 = ศรีนครินทรวิโรฒ 6 = สถาบันเทคโนโลยี- พระจอมเกล้า

คอลัมน์	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	รหัสของตัวแปร
		7 = ศิลปากร
		9 = ไม่ตอบ
ตอนที่ 2 ความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า 12 ชนิด		
8-12	IJEANS 1 - IJEANS 5 = ความเกี่ยวพันกับกางเกงยีนส์ ข้อ 1	1 = ต่ำที่สุด 2 = ค่อนข้างต่ำ 3 = ต่ำ
13-17	ISOFTD 1 - ISOFTD 5 = ความเกี่ยวพันกับน้ำอัดลม ข้อ 2	4 = ปานกลาง 5 = สูง 6 = ค่อนข้างสูง
18-22	IGUM 1 - IGUM 5 = ความเกี่ยวพันกับหมากฝรั่ง ข้อ 3	7 = สูงที่สุด
23-27	ISOUNDA 1 - ISOUNDA 5 = ความเกี่ยวพันกับวิทยุเทปชาวน้อะเบาว่า ข้อ 4	
28-32	ISOAP 1 - ISOAP 5 = ความเกี่ยวพันกับสบู่ ข้อ 5	
33-37	INODDLE 1 - INODDLE 5 = ความเกี่ยวพันกับขนมปังสำเร็จรูป ข้อ 6	

คอลัมภ์	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	รหัสของตัวแปร
38-42	ICAL 1 - ICAL 5 = ความเกี่ยวพันกับเครื่องคิดเลข ข้อ 7	1 = ต่ำที่สุด 2 = ต่ำ 3 = ค่อนข้างต่ำ
43-47	ITISS 1 - ITISS 5 = ความเกี่ยวพันกับกระดาษเช็ดหน้า ข้อ 8	4 = ปานกลาง 5 = ค่อนข้างสูง 6 = สูง
48-52	ISHOES 1 - ISHOES 5 = ความเกี่ยวพันกับรองเท้ากีฬา ข้อ 9	7 = สูงที่สุด
53-57	IUHT 1 - IUHT 5 = ความเกี่ยวพันกับนมยูเอชที ข้อ 10	
58-62	ITABLET 1 - ITABLET 5 = ความเกี่ยวพันกับยาแก้ปวดชนิดเม็ด ข้อ 11	
63-67	IFOAM 1 - IFOAM 5 = ความเกี่ยวพันกับโฟมล้างหน้า ข้อ 12	

คอลัมภ์	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	รหัสของตัวแปร
ตอนที่ 3 ความรู้สึกเกี่ยวกับตราชื้อของสินค้า 12 ชนิด		
68-72	BJEANS 1 - BJEANS 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของกางเกงยีนส์ ชื้อ 13	1 = ต่ำที่สุด 2 = ต่ำ 3 = ค่อนข้างต่ำ
73-77	BSOFD 1 - BSOFD 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของน้ำอัดลม ชื้อ 14	4 = ปานกลาง 5 = ค่อนข้างสูง 6 = สูง
81-85	BGUM 1 - BGUM 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของหมากฝรั่ง ชื้อ 15	7 = สูงที่สุด
86-90	BSOUNDA 1 - BSOUNDA 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของวิทยุเทป ชวาน้อะเขาวท์ ชื้อ 16	
91-95	BSOAP 1 - BSOAP 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของสบู่ ชื้อ 17	
96-100	BNOODLE 1 - BNOODLE 5 = ความผูกพันต่อตราชื้อของบะหมี่ กึ่งสำเร็จรูป ชื้อ 18	

คอลัมน์	ตัวแปรและความหมายของตัวแปร	รหัสของตัวแปร
101-105	BCAL 1 - BCAL 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของเครื่องคิดเลข ชื่อ 19	1 = ต่ำที่สุด 2 = ต่ำ 3 = ค่อนข้างต่ำ
106-110	BTISS 1 - BTISS 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของกระดาษ เช็ดหน้า ชื่อ 20	4 = ปานกลาง 5 = ค่อนข้างสูง 6 = สูง 7 = สูงที่สุด
111-115	BSHOES 1 - BSHOES 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของรองเท้ากีฬา ชื่อ 21	
116-120	BUHT 1 - BUHT 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของนมยูเอชที ชื่อ 22	
121-125	BTABLET 1 - BTABLET 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของยาแก้ปวด ชนิดเม็ด ชื่อ 23	
126-130	BFOAM 1 - BFOAM 5 = ความผูกพันต่อตราขายี่ห้อของโฟมล้างหน้า ชื่อ 24	

ภาคผนวก ๑

สูตรสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สูตรการหาค่ามัธยัมเลขคณิต (ประคอง กรรณสูตร 2528:69)

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

- เมื่อ \bar{X} = ค่ามัธยัมเลขคณิต
 $\sum fx$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สูตรการหาความแตกต่างระหว่างค่ามัธยัมเลขคณิต โดยการทดสอบค่าสถิติ ที (วิเชียร เกตุสิงห์ 2526:61)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{[\sum D^2 - (\sum D)^2/n]/n(n-1)}} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_D^2/n}}$$

- เมื่อ t = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความแตกต่าง
 D = ผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่
 D^2 = กำลังสองของผลต่างระหว่างข้อมูลในแต่ละคู่
 n = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
 S_D^2 = ความแปรปรวนของ D

$$\bar{X}_1 = \text{ค่ามัธยฐานเลขคณิตของสินค้าชนิดที่ 1}$$

$$\bar{X}_2 = \text{ค่ามัธยฐานเลขคณิตของสินค้าชนิดที่ 2}$$

3. สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) (วิเชียร เกตุสิงห์ 2526:26)

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r = สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x กับตัวแปร y

$\sum x$ = ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปร x

$\sum y$ = ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปร y

$\sum xy$ = ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าของตัวแปร x และ y

$\sum x^2$ = ผลรวมกำลังสองของข้อมูลจากตัวแปร x

$\sum y^2$ = ผลรวมกำลังสองของข้อมูลจากตัวแปร y

N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

4. สูตรการทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทดสอบค่าสถิติ t (t -test) (วิเชียร เกตุสิงห์ 2526:28)

$$t = \frac{r \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

- เมื่อ t = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความมีนัยสำคัญ
 r = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

ประวัติผู้เขียน

นางสาววิไลรักษ์ อาทรมิตร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการ
โฆษณา (เกียรตินิยม) จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา
2528 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ เมื่อ
ปี พ.ศ.2529 ระหว่างปี พ.ศ.2531-2533 ทำงานในตำแหน่งวิทยากรระดับ 4
ฝ่ายวางแผนระบบไฟฟ้า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

