

## หนังสืออ้างอิง

### ภาษาไทย

กรุงศรีไอแมกซ์ขายตัวผ่านรร. 5ดาว. (2549, 17 พฤศจิกายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 มกราคม 2550, แหล่งที่มา <http://www.matichon.co.th/khaosod>

เจาะลึกกลยุทธ์ S&P ถอยเพื่อก้าว. (2549, 3-9 พฤศจิกายน) BizWeek.

เพื่อนซี้แบบมินิ. (2549, 27 กันยายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 มกราคม 2550, แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/Magazine/Details>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World.

เอส เอฟ กอดคอไทยทิดเกิด ขายตัวรอบทิดผู้ศึก Box Office. (2549, 19 พฤศจิกายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 มกราคม 2550, แหล่งที่มา <http://www.siamturakij.com>

### ภาษาอังกฤษ

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York, NY: Free Press.

Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. New York, NY: Free Press.

Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. New York, NY: Free Press.

Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluation of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.

Akerlof, A. G. (1970). The market for lemons: Quality under uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 448-500.

Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(1), 411-435.

Anantachart, S. (2000). Glimpse at branding: An observation and a concern. *Journal of Communication Arts*, 18(1), 57-62.

Arnold, D. (1992). *The handbook of brand management*. London, UK: Pitman.

Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.

- Bamford, J. D., Casseres, B. G., & Robinson, M. S. (2003). *Mastering alliance strategy: A comprehensive guide to design, management, and organization*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
- Batra, R., Myers, J. G., & Aaker, D. A. (1996). *Advertising management* (5th ed.). New Jersey: NJ: Prentice Hall.
- Biel, A., & Bridgwater, C. A. (1990). Attributes of likable television commercials. *Journal of Advertising Research*, 30(3), 38-44.
- Bleeke, J., & Ernst, D. (1993). *Collaborating to compete: Using strategic alliances and acquisitions in the global marketplace*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Bogart, L., & Lehman, C. (1973). What makes a brand name familiar? *Journal of Marketing Research*, 10(1), 17-22.
- Boulding, W., & Kirmani, A. (1993). A consumer-side experimental examination of signaling theory: Do consumer perceive warranties as signals of quality? *Journal of Consumer Research*, 20(1), 111-123.
- Buchanan, L., Simmons, C. J., & Bickart, B. A. (1999). Brand equity dilution: Retailer display and context brand effects, *Journal of Marketing Research*, 36(3), 345-355.
- Bucklin, L. P., & Sengupta, S. (1993). Organizing successful co-marketing alliances. *Journal of Marketing*, 57(2), 32-46.
- Chen, C. H. (2001). Using free association to examine the relationship between the characteristics of brand associations and brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 10(7), 439-451.
- Chu, W., & Chu, W. (1994). Signaling quality by selling through a reputable retailer: An example of renting the reputation of another agent, *Marketing Science*, 13(2), 177-189.
- Clifton, R., & Simmons, J. (2004). *Brands and branding*. Princeton, NJ: Bloomberg.
- Craimer, S. (1995). *The real power of brands making brands work for competitive advantage*. London, UK: Pitman.
- Davis, S. (1995). A vision for the year 2000: Brand asset management. *The Journal of Consumer Marketing*, 12(4), 65-82.

- de Chernatony, L., & Riley, F. D. (1998). Modelling the components of the brand. *European Journal of Marketing*, 32(11/12), 1074-1090.
- Dhar, R., & Wertenbroch, K. (2000). Consumer choice between hedonic and utilitarian goods. *Journal of Marketing Research*, 37(1), 60-71.
- Dodds, B. W., & Monroe, K. B. (1985). The effect of brand and price information on subjective product evaluations. *Advances in Consumer Research*, 12(1), 85-90.
- Dodds, B. W., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand and store information on buyer's product evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Donaldson, B., & O'Toole, T. (2002). *Strategic market relationships: From strategy to implementation*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Edell, J. A., & Burke, M. C. (1987). The power of feelings in understanding advertising effects. *Journal of Consumer Research*, 14(3), 421-433.
- Emuti, D., & Kathawala, Y. (2001). An overview of strategic alliances. *Management Decision*, 39(3), 205-217.
- Esch, R. F., Langner, T., Schmitt, H. B., & Geus, P. (2006). Are brands forever? How brand knowledge and relationships affect current and future purchases. *Journal of Product & Brand Management*, 15(2), 98-105.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 1(3), 24-33.
- Fang, X., & Mishra, S. (2002). The effects of brand alliance portfolio on the perceived quality of an unknown brand. *Advances in Consumer Research*, 29(1), 519-521.
- Grossmann, R. P. (1997). Co-branding in advertising: Developing effective associations. *Journal of Product & Brand Management*, 6(3), 191-201.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Harbison, J. R., & Pekar, P. Jr. (1997). *Cross border alliances in the age of collaboration*. Los Angeles, CA: Booz Allen & Hamilton.
- Harbison, J. R., & Pekar, P. Jr. (1998). *Smart alliances: A practical guide to repeatable success*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (9th ed.). New York, NY: McGraw Hill.

- Heider, F. (1946). Attitudes and Cognitive Organization. *Journal of Personality*, 1, 107-112.
- Hillyer, C., & Tikoo, S. (1995). Effect of co-branding on consumer product evaluations. *Advances in Consumer Research*, 22(1), 123-127.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2001). *Consumer behavior*. (2nd ed.). Boston, USA: Houghton Mifflin.
- James, D. (2005). Guilty through association: Brand association transfer to brand alliances. *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), 14-24.
- James, D. O. (2006). Extension to alliance: Aaker and Keller's model revisited. *Journal of Product & Brand Management*, 15(1), 15-22.
- James, D. O., Lyman, M., & Foreman, S., K. (2006). Does the tail wag the dog? Brand personaliy in brand alliance evaluation. *Journal of Product & Brand Management*, 15(3), 173-183.
- Janiszewski, C., & van Osselaer, S.M. J. (2000). A connectionist model of brand-quality associations. *Journal of Marketing Research*, 37(3), 331-350.
- Kalmbach, C., & Roussel, R. (1999). *Dispelling the myths of alliances*. Retrieved January 23, 2007, from [http://www.accenture.com/global/research\\_and\\_insights/outlook/alphabet/dispellingalliances.htm](http://www.accenture.com/global/research_and_insights/outlook/alphabet/dispellingalliances.htm)
- Kapferer, J. N. (1992). *Strategic brand management: New approaches to creating and evaluating brand equity*. New York, NY: Free Press.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Keller, K. L. (2002). Branding and brand equity. In Weitz, B., & Wensley, R. (Eds.), *Handbook of marketing* (pp. 151-178). London, UK: Sage.
- Keller, K. L. (2003a). Brand synthesis: The multidimensionality of brand knowledge. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 595-600.
- Keller, K. L. (2003b). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kent, R. J., & Allen, C. T. (1994). Competitive interference effects in consumer memory for advertising: The role of brand familiarity. *Journal of Marketing*, 58(3), 97-105.

- Kirmani, A., & Wright, P. (1989). Money talks: Perceived advertising expense and expected quality. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 344-353.
- Knapp, D. E. (2000). *The brand mindset*. New York, NY: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lafferty, A. B., Goldsmith, E. R., & Hult, T.M. G. (2004). The impact of the alliance on the partners: A look at cause-brand alliance. *Psychology and Marketing*, 21(7), 509-531.
- Lebar, E., Buehler, P., Keller, K. L., Sawicka, M., Aksehirli, Z., & Richey, K. (2005). Brand equity implications of joint branding programs. *Journal of Advertising Research*, 45(4), 413-425.
- Leclerc, F., Schmitt, B. H., & Dube, L. (1994). Foreign branding and its effects on product perceptions and attitudes. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 263-270.
- Leuthesser, L., Kohli, C., & Suri, R. (2003). Academic papers 2+2=5 ? A framework for using co-branding to leverage a brand. *Brand management*, 11(1), 35-47.
- Levin, A. M., Davis, J. C., & Levin, I. (1996). Theoretical and empirical linkages between consumer's responses to different branding strategies. *Advances in Consumer Research*, 23(1), 296-299.
- Levin, I. P., & Levin, A. M. (2000). Modeling the role of brand alliances in the assimilation of product evaluations. *Journal of Consumer Psychology*, 9(1), 43-52.
- Lorange, P., & Roos, J. (1993). *Strategic alliances: Formation, implementation, and evolution*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Louro, M. J., & Cunha, P. V. (2001). Brand management paradigms. *Journal of Marketing Management*, 17(7/8), 849-875.
- Low, S. G., & Fullerton, A. R. (1994). Brands, brand management, and the brand manager system: A critical-historical evaluation. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 173-190.
- Lutz, R. J. (1991). The role of attitude theory in marketing. In H. H. Kassarian & T. S. Robertson (Eds.), *Perspectives in consumer behavior* (4th ed., pp. 317-339). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.



- McCarthy, M. S., & Norris, D. G. (1999). Improving competitive position using branded ingredients. *Journal of Product & Brand Management*, 8(4), 267-285.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Murphy, J. M. (1987). *Branding: A key marketing tool*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Murphy, J. M. (1990). *Brand strategy*. Cambridge, UK: Director Books.
- O'Curry, S., & Strahilevitz, M. (2001). Propability and mode of acquisition effects on choices between hedonic and utilitarian options. *Marketing Letters*, 12(1), 37-49.
- Park, C. W., Jaworski, B. J., & MacInnis, D. J. (1986). Strategic brand concept-image management. *Journal of Marketing*, 50(4), 135-145.
- Park, C. W., Jun, S. Y., & Shocker, A. D. (1996). Composite branding alliances: An investigation of extension and feedback effects. *Journal of Marketing Research*, 33(4), 453-466.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1983). Central and peripheral routes to persuasion: Application to advertising. In L. Percy & A. G. Woodside (Eds.), *Advertising and consumer psychology* (pp. 2-23). Lexington, MA: Lexington Books.
- Pitta, D. A., & Katsanis, L. P. (1995). Understanding brand equity for successful brand extension. *Journal of Consumer Marketing*, 12(4), 51-64.
- Randall, G. (2000). *Branding* (2nd ed.). Dover, NH: Kogan Page.
- Rao, A. R., & Ruekert, R. W. (1994). Brand alliances as signals of product quality. *Sloan Management Review*, 36(1), 87-97.
- Rao, A. R., Qu, L., & Ruekert, R. W. (1999). Signaling unobservable product quality through a brand ally. *Journal of Marketing Research*, 36(2), 258-268.
- Reddy, S. K., Holak, S., & Bhat, S. (1994). To extend or not extend: Success determinants of line extensions. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 243-262.
- Rodrigue, C. S., & Biswas, A. (2004). Brand alliance dependency and exclusivity: An empirical investigation. *Journal of Product & Brand Management*, 13(7), 477-487.
- Rooney, J. A. (1995). Branding: A trend for today and tomorrow. *Journal of Product and Brand Management*, 4(4), 48-55.

- Sandeberg, C. F., & Ostlund, J. (2003). *Ingredient co-branding of private labels: From a consumer derived management perspective*. Postgraduate dissertation school of business Stockholm University, Denmark.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Shocker, A. D., Srivastava, R. K., & Reukert, R. W. (1994). Challenges and opportunities facing brand management: An introduction to the special issue. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 149-158.
- Simonin, B. L., & Ruth, J. A. (1998). Is a company known by the company it keeps? Assessing the spillover effects of brand alliances on consumer brand attitudes. *Journal of Marketing Research*, 35(1), 30-42.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behavior: Buying, having and being* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Spekman, R. E., Isabella, L. A., & MacAvoy, T. C. (2000). *Alliance competence: Maximizing the value of your partnerships*. New York, NY: Wiley & Sons.
- Stobart, P. (1994). *Brand power*. London, UK: MacMillan Press.
- Sweeney, J. C., & Geoffrey, N. G. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Temporal, P. (2002). *Advanced brand management: From vision to valuation*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Voss, K. E., & Gammoh, B. S. (2004). Building brands through brand alliances: Does a second ally help?. *Marketing Letters*, 15(2/3), 147-159.
- Vyas, N. M., Shelburn, W. L., & Rogers, D. C. (1995). An analysis of strategic alliances: Forms, functions and framework. *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 10(3), 47-60.
- Washburn, J. H., Till, B. D., & Priluck, R. (2000). Co-branding: Brand equity and trial effects. *Journal of consumer marketing*, 17(6/7), 591-604.
- Washburn, J. H., Till, B. D., & Priluck, R. (2004). Brand alliances and customer-based brand-equity effects. *Psychology & Marketing*, 21(7), 487-508.
- Wheelen, L. T., & Hungar, J. D. (2004). *Strategic management and business policy* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Wood, L. (2000). Brands and brand equity: Definition and management. *Managing Decision*, 38(9), 662-669.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.



ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกประเภทสินค้าในการเป็นพันธมิตรตราสินค้า

**คำชี้แจง:** กรุณาระบุประเภทสินค้าที่มีความสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของท่านมา 10 ประเภท โดยเป็นสินค้าที่ท่าน "ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก โดยอาจมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ รวมถึงอาจมีการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มบุคคลอื่นๆ และมักเป็นสินค้าที่ท่านจะทำการประเมินภายหลังการซื้อหรือใช้สินค้านั้นว่าสามารถตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังหรือไม่ ซึ่งมักเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง"

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

## ภาคผนวก ข

## แบบสอบถามเพื่อจับคู่ประเภทของสินค้า

คำชี้แจง : กรุณาพิจารณาการจับคู่ประเภทสินค้าต่อไปนี้ เพื่อนำไปใช้ในตอบคำถามด้านล่าง โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด

สินค้า คู่ที่ 1	โทรศัพท์มือถือ + คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
สินค้า คู่ที่ 2	โทรศัพท์มือถือ + นาฬิกาข้อมือ
สินค้า คู่ที่ 3	คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก + นาฬิกาข้อมือ
สินค้า คู่ที่ 4	คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก + กล้องดิจิทัล
สินค้า คู่ที่ 5	กล้องดิจิทัล + นาฬิกาข้อมือ

1. จากการจับคู่ประเภทของสินค้านี้ดังกล่าวข้างต้น ท่านคิดว่ากลุ่มสินค้าคู่ใดที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันในด้านประโยชน์หรือหน้าที่การใช้งาน หรือเป็นสินค้าที่สามารถนำมาใช้งานร่วมกันได้

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
(1) โทรศัพท์มือถือกับคอมพิวเตอร์ (Notebook)					
(2) โทรศัพท์มือถือกับนาฬิกาข้อมือ					
(3) คอมพิวเตอร์ (Notebook) กับ นาฬิกาข้อมือ					
(4) คอมพิวเตอร์ (Notebook) กับ กล้องดิจิทัล					
(5) กล้องดิจิทัล กับนาฬิกาข้อมือ					

## ภาคผนวก ค

## แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคุ้นเคยที่มีต่อตราสินค้า

คำชี้แจง: กรุณาเรียงลำดับชื่อตราสินค้าที่ท่านมีความคุ้นเคยในสินค้าแต่ละประเภท โดยเรียงลำดับจากความคุ้นเคยที่มีต่อตราสินค้ามากที่สุดไปยังน้อยที่สุด (หมายเลข 1-10) ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

โดยความคุ้นเคยที่มีต่อตราสินค้า หมายถึง "ตราสินค้าที่ท่านรู้จักหรือมีประสบการณ์โดยตรงกับตราสินค้านั้นๆ เช่น เป็นตราสินค้าที่เคยใช้ กำลังใช้ตราสินค้านั้นๆ อยู่ หรือเป็นตราสินค้าที่ท่านเคยได้ยินชื่อ หรือมีความรู้เกี่ยวกับตราสินค้านั้นๆ"

1. เมื่อกล่าวถึงสินค้าประเภท **คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก** ท่านมีความคุ้นเคยกับตราสินค้าดังกล่าวมากน้อยเพียงใด (เรียงลำดับจากคุ้นเคยมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด)

- \_\_\_\_\_ Laser  
 \_\_\_\_\_ Compaq  
 \_\_\_\_\_ Acer  
 \_\_\_\_\_ IBM  
 \_\_\_\_\_ Toshiba  
 \_\_\_\_\_ Fujitsu  
 \_\_\_\_\_ Sony  
 \_\_\_\_\_ Asus  
 \_\_\_\_\_ NEC  
 \_\_\_\_\_ Dell

2. เมื่อก้าวถึงสินค้าประเภท กล้องดิจิตอล ท่านมีความคุ้นเคยกับตราสินค้าดังกล่าวมากน้อยเพียงใด (เรียงลำดับจากคุ้นเคยมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด)

\_\_\_\_\_ Nikon  
\_\_\_\_\_ Canon  
\_\_\_\_\_ Olympus  
\_\_\_\_\_ Fuji  
\_\_\_\_\_ Kodak  
\_\_\_\_\_ Sony  
\_\_\_\_\_ HP  
\_\_\_\_\_ Casio  
\_\_\_\_\_ Pentax  
\_\_\_\_\_ Minolta

## ภาคผนวก ง

แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกสินค้าใหม่ที่เกิดจากการเป็นพันธมิตรร่วมกัน

คำชี้แจง : กรุณาพิจารณาข้อความดังต่อไปนี้ เพื่อนำไปใช้ในตอบคำถามด้านล่าง โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด

“หากบริษัทผู้ผลิตสินค้า คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิตอล ร่วมมือกันเพื่อผลิตสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ท่านคิดว่าประเภทสินค้านี้ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสินค้าประเภทเดิมมากน้อยเพียงใด”

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
(1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้					
(2) Flash drive ที่สามารถถ่ายรูปได้					
(3) โทรศัพท์มือถือ					
(4) รถยนต์					
(5) เครื่องปริ้นท์รูปภาพขนาดพกพา					
(6) เครื่องเล่น MP3 ที่สามารถถ่ายรูปได้					
(7) โทรศัพท์					
(8) เครื่องเล่นดีวีดี					
(9) กล้องเว็บแคมที่สามารถถ่ายรูปได้					
(10) เครื่องโปรเจคเตอร์ (Projector)					



ภาคผนวก จ

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองและแบบสอบถามทั้ง 8 ชุด

### คำชี้แจงในการทำวิจัยของแบบสอบถามทั้ง 8 ชุด

แบบสอบถามชุดนี้ ถูกจัดทำขึ้นโดยบริษัทแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการผลิตสินค้าใหม่ ที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าร่วมกัน ระหว่าง 2 ตราสินค้า ก่อนที่จะทำการวางจำหน่ายสินค้าจริง

โดยผู้เข้าร่วมการทดลองจะได้รับแฟ้มเอกสารประกอบการทดลองจำนวนท่านละ 1 ชุด ซึ่งภายในแฟ้ม ประกอบไปด้วยข่าว 1 ชิ้น และแบบสอบถามจำนวน 2 ชุด โดยแบบสอบถามชุดที่ 1 มีจำนวน 1 หน้า และชุดที่ 2 มีจำนวน 4 หน้า ขอให้ผู้เข้าร่วมการทดลองทุกท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง หากมีข้อสงสัยประการใด โปรดสอบถามเจ้าหน้าที่

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 1

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการ  
เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 1

what's the next issue?

Subscribe with us!



Magazine

PR NEWS Network

Multimedia

Brand Directory

Webboard

Contact

## LATEST PR NEWS

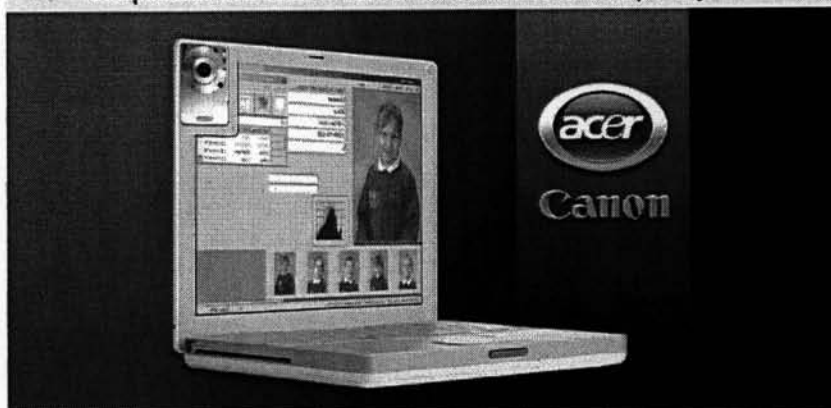
## PR NEWS BY SUBJECT

[Awards](#)  
[Contracts/Agreements](#)  
[Courses/Seminars](#)  
[Earning Announcements/Forecasts](#)  
[Events/Campaigns](#)  
[HR Movements](#)  
[IT Movements](#)  
[Listings](#)  
[Mergers/Takeovers](#)  
[New Branch](#)  
[New Products/Services](#)  
[New Promotions](#)  
[Rebranding/Repackaging](#)  
[Relocations](#)  
[Reports/Ratings](#)  
[Restructuring](#)  
[Social Responsibilities](#)  
[Strategic Movements](#)  
[Visits](#)  
[Other](#)

## PR NEWS Network

## PR NEWS DETAIL

## โน้ตบุ๊กเอเซอร์จับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลแคนนอนผลิตโน้ตบุ๊กถ่ายรูปได้



บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้นำด้านยอดขายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอันดับ 1 ในประเทศไทย จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ โดยเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมระหว่างคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิทัล โดยผู้ใช้สามารถตั้งกล้องดิจิทัลที่ติดอยู่กับตัวเครื่องออกมาใช้งานได้ ซึ่งมีความละเอียดถึง 7 ล้านพิกเซล

ทั้งนี้ นายนิธิพัธ ประวิณวงศ์ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเลือกใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสำหรับการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการที่นอกเหนือจากการใช้งานในขั้นพื้นฐานมากขึ้น ดังนั้น ทางเอเซอร์จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลแคนนอนเพื่อผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้งานให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอเซอร์และแคนนอนทั่วประเทศ

## ข้อมูลเกี่ยวกับเอเซอร์

บริษัทเอเซอร์ คือ บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์อันดับ 4 ของโลก โดยมุ่งเน้นการออกแบบและนำเสนอสินค้าทางด้านไอทีเป็นหลัก โดยบริษัทเอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มของผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน

## ข้อมูลเกี่ยวกับแคนนอน

บริษัทแคนนอน คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพและดิจิทัลอิมเมจจิงมากกว่า 60 ปี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยมุ่งพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางด้านอุปกรณ์ด้านภาพดิจิทัลและเครื่องใช้สำนักงานผ่านทางทีมขายตรงและตัวแทนจำหน่ายกว่า 118 แห่งทั่วประเทศ

## gotomanager.com

Search: บ.เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย), บ.แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์)  
Computers, Electronic Components and IT

## แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 1

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล้องดิจิทัลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล้องดิจิทัลแคนนอนเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และ แคนนอน					
(2) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และ แคนนอน สามารถทำให้ท่าน รู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และ แคนนอนสามารถทำให้ท่าน รู้สึกดีเมื่อได้ใช้					



8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ ซึ่งเกิดจากการผลิต ร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้อง ดิจิทัลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

## แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 2

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการ

เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

(1) โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

(2) โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 2

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine

PR NEWS Network

Multimedia

Brand Directory

Webboard

Contact

LATEST PR NEWS

PR NEWS BY SUBJECT

Awards  
Contracts/Agreements  
Courses/Seminars  
Earning Announcements/Forecasts  
Events/Campaigns  
HR Movements  
IT Movements  
Listings  
Mergers/Takeovers  
New Branch  
New Products/Services  
New Promotions  
Rebrandings/Repackaging  
Relocations  
Reports/Ratings  
Restructuring  
Social Responsibilities  
Strategic Movements  
Visits  
Other

PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

## โน้ตบุ๊คเอเซอร์จับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลแคนนอนผลิตเครื่องเล่นดีวีดี



บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้นำด้านยอดขายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอันดับ 1 ในประเทศไทย จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตเครื่องเล่นดีวีดีที่มีระบบภาพและเสียงที่คมชัด รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความบันเทิงได้อย่างเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้ นายนิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการค้าในชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการแสวงหาสินค้าที่ตอบสนองความบันเทิงภายในบ้านมากขึ้น ดังนั้น ทางเอเซอร์จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลแคนนอนผลิตเครื่องเล่นดีวีดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อีกทั้ง เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ทางการตลาดอีกด้วย"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอเซอร์ และแคนนอนทั่วประเทศ

**ข้อมูลเกี่ยวกับเอเซอร์**

บริษัทเอเซอร์ คือ บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์อันดับ 4 ของโลก โดยมุ่งเน้นการออกแบบและนำเสนอสินค้าทางด้านไอทีเป็นหลัก โดยบริษัทเอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มของผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน

**ข้อมูลเกี่ยวกับแคนนอน**

บริษัทแคนนอน คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพและดิจิทัล อิมเมจจึงมากกว่า 60 ปี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยมุ่งพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางด้านอุปกรณ์ด้านภาพดิจิทัลและเครื่องใช้สำนักงานผ่านทางทีมขายตรงและตัวแทนจำหน่ายกว่า 118 แห่งทั่วประเทศ

**gotomanager.com**

**Search:** บ. เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย), บ. แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) Computers, Electronic Components and IT

## แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 2

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของเครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์และแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อเครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์และแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล่องดิจิตอลแคนนอนเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ เครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์ และแคนนอน					
(2) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอเซอร์และแคนนอน สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอเซอร์และแคนนอน สามารถทำ ให้ท่านรู้สึกดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) เครื่องเล่นดีวีดี ซึ่งเกิดจากการ ผลิตร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล่อง ดีวีดีดอลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺



### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 3

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการ  
เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 3

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine

PR NEWS Network

Multimedia

Brand Directory

Webboard

Contact

LATEST PR NEWS

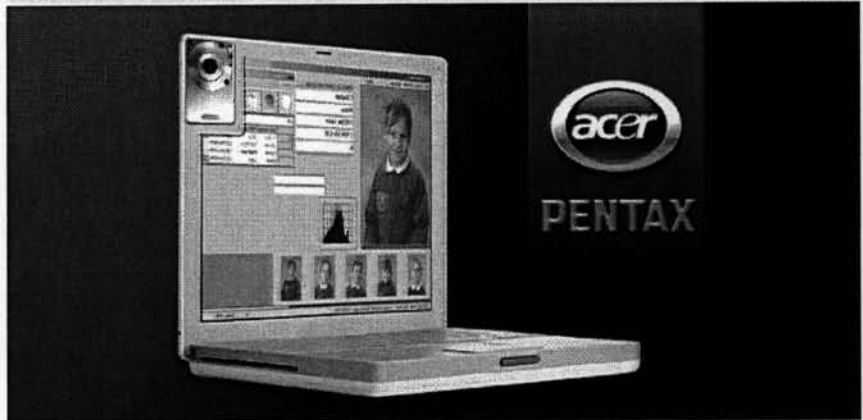
PR NEWS BY SUBJECT

AwardsContracts/AgreementsCourses/SeminarsEarning Announces/ForecastsEvents/CampaignsHR MovementsIT MovementsListingsMergers/TakeoversNew BranchNew Products/ServicesNew PromotionsRebrandings/RepackagingRelocationsReports/RatingsRestructuringSocial ResponsibilitiesStrategic MovementsVisitsOthers

PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

โบตูกอเอเซอร์จับมือรวมกับกล้องดิจิตอลเพนแทกซ์ผลิตโบตูกถ่ายรูปได้



บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้นำด้านยอดขายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอันดับ 1 ในประเทศไทย จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับเพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น หนึ่งในผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิตอล ร่วมมือกันผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ โดยเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมระหว่างคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิตอลเข้าไว้ด้วยกัน พร้อมทั้งด้วยดีไซน์อันทันสมัยโดยผู้ใช้งานสามารถตั้งกล้องดิจิตอลที่ติดอยู่กับตัวเครื่องออกมาใช้งานได้ ซึ่งมีความละเอียดถึง 7 ล้านพิกเซล

ทั้งนี้ นายนิพิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเลือกใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสำหรับการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการที่นอกเหนือจากการใช้งานในขั้นพื้นฐานมากขึ้น ดังนั้น ทางเอเซอร์จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิตอลเพนแทกซ์เพื่อผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้งานให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอเซอร์และเพนแทกซ์ทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอเซอร์

บริษัทเอเซอร์ คือ บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์อันดับ 4 ของโลก โดยมุ่งเน้นการออกแบบและนำเสนอสินค้าทางด้านไอทีเป็นหลัก โดยบริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มของผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเพนแทกซ์

เพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์การแพทย์ และเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิตอล โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

gotomanager.com

Search: บ. เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย), Pentax Corporation  
Computers, Electronic Components and IT

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 3

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายภาพได้ของเอเซอร์และเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายภาพได้ของเอเซอร์และเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล่องดิจิตอลเพนแทกซ์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์ และเพนแทกซ์					
(2) ท่านคิดว่า คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และ เพนแทกซ์ สามารถทำให้ท่าน รู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอเซอร์และ เพนแทกซ์ สามารถทำให้ท่านรู้สึก ดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ซึ่งเกิดจากการผลิต ร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้อง ดิจิทัลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 4

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

- โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน  
 ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง  
 ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก



## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 4

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine PR NEWS Network Multimedia Brand Directory Webboard Contact

LATEST PR NEWS

PR NEWS BY SUBJECT

Awards  
Contracts/Agreements  
Courses/Seminars  
Earning Announces/Forecasts  
Events/Campaigns  
HR Movements  
IT Movements  
Listings  
Mergers/Takeovers  
New Branch  
New Products/Services  
New Promotions  
Rebranding/Repackaging  
Relocations  
Reports/Ratings  
Restructuring  
Social Responsibilities  
Strategic Movements  
Visits  
Other

PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

### โน้ตบุ๊กเอเซอร์จับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์ผลิตเครื่องเล่นดีวีดี



บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอันดับ 1 ในประเทศไทย จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับเพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น หนึ่งในผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตเครื่องเล่นดีวีดีที่มีระบบภาพและเสียงที่คมชัด รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความบันเทิงได้อย่างเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้ นายนิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมผู้บริโภคดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการแสวงหาลินค้าที่ตอบสนองความบันเทิงภายในบ้านมากขึ้น ดังนั้นทางเอเซอร์จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์ผลิตเครื่องเล่นดีวีดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อีกทั้ง เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ทางการตลาดอีกด้วย"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอเซอร์และเพนแทกซ์ทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอเซอร์

บริษัทเอเซอร์ คือ บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์อันดับ 4 ของโลก โดยมุ่งเน้นการออกแบบและนำเสนอสินค้าทางด้านไอทีเป็นหลัก โดยบริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มของผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเพนแทกซ์

เพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์การแพทย์ และเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคให้ได้อย่างมากที่สุด

gotomanager.com

Search: บ. เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย), Pentax Corporation Computers, Electronic Components and IT



### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 4

คำชี้แจง: หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของเครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์และเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อเครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์และเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล้องดิจิตอลเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอเซอร์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล้องดิจิตอลเพนแทกซ์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ เครื่องเล่นดีวีดีของเอเซอร์ และเพนแทกซ์					
(2) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอเซอร์และเพนแทกซ์ สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอเซอร์และเพนแทกซ์ สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) เครื่องเล่นดีวีดี ซึ่งเกิดจากการ ผลิตร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล่อง ดีวีดีดอลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 5

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 5

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine PR NEWS Network Multimedia Brand Directory Webboard Contact

LATEST PR NEWS

PR NEWS BY SUBJECT

Awards  
Contracts/Agreements  
Courses/Seminars  
Earning Announer/Forecasts  
Events/Campaigns  
HR Movements  
IT Movements  
Listings  
Merger/Takeovers  
New Branch  
New Products/Services  
New Promotions  
Rebrandings/Repackagings  
Relocations  
Reports/Ratings  
Restructuring  
Social Responsibilities  
Strategic Movements  
Visits  
Others

PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

### โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีจับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลคอนเนกชั่นเนคแคนนอนผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กถ่ายรูปได้



บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ โดยเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีและ นวัตกรรมระหว่างคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกัน พร้อมด้วยดีไซน์อันทันสมัยโดยผู้ใช้สามารถดึงกล้องดิจิทัลที่ติดอยู่กับตัวเครื่องออกมาใช้งานได้ ซึ่งมีความละเอียดถึง 7 ล้านพิกเซล

ทั้งนี้ นายนิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเลือกใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสำหรับการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการที่นอกเหนือจากการใช้งานในขั้นพื้นฐานมากขึ้น ดังนั้น ทางบริษัท จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัล แคนนอน เพื่อผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้งานให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอ็นอีซี และแคนนอนทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอ็นอีซี

บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและเป็นที่ปรึกษาด้านการวางระบบหรือเครือข่ายต่างๆ ให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับกลุ่มธุรกิจองค์กร รวมถึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับแคนนอน

บริษัทแคนนอน คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพและดิจิทัลอิมเมจจิงมากกว่า 60 ปี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยมุ่งพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางด้านอุปกรณ์ด้านภาพดิจิทัล และเครื่องใช้สำนักงานผ่านทางทีมขายตรงและผู้แทนจำหน่ายกว่า 118 แห่งทั่วประเทศ

gotomanager.com

Search: น. เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด, น.แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) Computers, Electronic Components and IT

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 5

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล้องดิจิทัลคอนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล้องดิจิทัลคอนนอนเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซี และแคนนอน					
(2) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและ แคนนอน สามารถทำให้ท่าน รู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและ แคนนอน สามารถทำให้ท่าน รู้สึกดีเมื่อได้ใช้					



8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ ซึ่งเกิดจากการผลิต ร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้อง ดิจิทัลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 6

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการ

เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_ : \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 6

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine

PR NEWS Network

Multimedia

Brand Directory

Webboard

Contact

LATEST PR NEWS

PR NEWS BY SUBJECT

Awards  
Contracts/Agreements  
Courses/Seminars  
Earning Announces/Forecasts  
Events/Campaigns  
HR Movements  
IT Movements  
Listings  
Mergers/Takeovers  
New Branch  
New Products/Services  
New Promotions  
Rebrandings/Repackaging  
Relocations  
Reports/Ratings  
Restructurings  
Social Responsibilities  
Strategic Movements  
Visits  
Other

PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

### โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีจับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลคอนเนกชั่นผลิตเครื่องเล่นดีวีดี



บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสารจับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตเครื่องเล่นดีวีดีที่มีระบบภาพและเสียงที่คมชัด รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความบันเทิงได้อย่างเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้ นายนิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาดบริษัทเอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการแสวงหาสินค้าที่ตอบสนองความบันเทิงภายในบ้านมากขึ้น ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลคอนเนกชั่นผลิตเครื่องเล่นดีวีดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อีกทั้ง เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ทางการตลาดอีกด้วย"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอ็นอีซีและแคนนอนทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอ็นอีซี

บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและเป็นที่ปรึกษาด้านการวางระบบหรือเครือข่ายต่างๆ ให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับกลุ่มธุรกิจองค์กร รวมถึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับแคนนอน

บริษัทแคนนอน คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพและดิจิทัลอิมเมจจิงมากกว่า 60 ปี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยมุ่งพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางด้านอุปกรณ์ด้านภาพดิจิทัลและเครื่องใช้สำนักงานผ่านทางทีมขายตรงและผู้แทนจำหน่ายกว่า 118 แห่งทั่วประเทศ

gotomanager.com

Search: บ. เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด, บ.แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) Computers, Electronic Components and IT

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 6

คำชี้แจง: หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของเครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซีและแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อเครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซีและแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล้องดิจิตอลแคนนอน

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล้องดิจิตอลแคนนอนเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ เครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซี และแคนนอน					
(2) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอ็นอีซีและแคนนอน สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอ็นอีซีและแคนนอน สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) เครื่องเล่นดีวีดี ซึ่งเกิดจากการ ผลิตร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล่อง ดีวีดีคอลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 7

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการ  
เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก



## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 7

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine PR NEWS Network Multimedia Brand Directory Webboard Contact

**G** LATEST PR NEWS

**G** PR NEWS BY SUBJECT

Awards  
Contracts/Agreements  
Courses/Seminars  
Earning Announces/Forecasts  
Events/Campaigns  
HR Movements  
IT Movements  
Listings  
Mergers/Takeovers  
New Branch  
New Products/Services  
New Promotions  
Rebrandings/Repackagings  
Relocations  
Reports/Ratings  
Restructuring  
Social Responsibilities  
Strategic Movements  
Visits  
Other

**G** PR NEWS Network

PR NEWS DETAIL

### เน็ตบุ๊กเอ็นอีซีจับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์เน็ตบุ๊กถ่ายรูปได้



บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร จับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับจับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับเพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น หนึ่งในผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตคอมพิวเตอร์เน็ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ โดยเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมระหว่างคอมพิวเตอร์เน็ตบุ๊กและกล้องดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกัน พร้อมด้วยดีไซน์ทันสมัย โดยผู้ใช้สามารถดึงกล้องดิจิทัลที่ติดอยู่กับตัวเครื่องออกมาใช้งานได้ ซึ่งมีความละเอียดถึง 7 ล้านพิกเซล

ทั้งนี้ นายนิธิพัชร์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเลือกใช้อุปกรณ์เน็ตบุ๊กสำหรับการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการที่นอกเหนือจากการใช้งานในขั้นพื้นฐานมากขึ้น ดังนั้น ทางบริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์ เพื่อผลิตคอมพิวเตอร์เน็ตบุ๊กที่สามารถถ่ายรูปได้ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้งานให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอ็นอีซีและเพนแทกซ์ทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอ็นอีซี

บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและเป็นที่ปรึกษาด้านการวางระบบหรือเครือข่ายต่างๆ ให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับกลุ่มธุรกิจองค์กร รวมถึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเพนแทกซ์

เพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์การแพทย์ และเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล โดยบริษัทมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

gotomanager.com

Search: น. เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด, Pentax Corporation Computers, Electronic Components and IT

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 7

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน

ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายภาพได้ของเอ็นอีซีและเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถถ่ายภาพได้ของเอ็นอีซีและเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล้องดิจิทัลเพนแทกซ์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซี และเพนแทกซ์					
(2) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและ เพนแทกซ์ สามารถทำให้ ท่านรู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ ถ่ายรูปได้ของเอ็นอีซีและ เพนแทกซ์ สามารถทำให้ท่าน รู้สึกดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถ ถ่ายรูปได้ ซึ่งเกิดจากการผลิต ร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล้อง ดิจิทัลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 8

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบในทุกบรรทัด

- โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน  
 ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง  
 ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

2. โดยทั่วไปแล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
เป็นตราสินค้าที่แย่มาก	___	___	___	___	___	เป็นตราสินค้าที่ดีมาก
ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง	___	___	___	___	___	ชื่นชอบอย่างยิ่ง
มีความรู้สึกเชิงลบ	___	___	___	___	___	มีความรู้สึกเชิงบวก

## เอกสารประกอบ (ข่าว) สำหรับกลุ่มทดลองที่ 8

what's the next issue?  
Subscribe with us!



Magazine

PR NEWS Network

Multimedia

Brand Directory

Webboard

Contact

LATEST PR NEWS

PR NEWS Network

PR NEWS BY SUBJECT

PR NEWS DETAIL

[Awards](#)  
[Contracts/Agreements](#)  
[Courses/Seminars](#)  
[Earning Announces/Forecasts](#)  
[Events/Campaigns](#)  
[HR Movements](#)  
[IT Movements](#)  
[Listings](#)  
[Mergers/Takeovers](#)  
[New Branch](#)  
[New Products/Services](#)  
[New Promotions](#)  
[Rebrandings/Repackagings](#)  
[Relocations](#)  
[Reports/Ratings](#)  
[Restructurings](#)  
[Social Responsibilities](#)  
[Strategic Movements](#)  
[Visits](#)  
[Others](#)

### โบตูกุเอ็นอีซีจับมือร่วมกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์ผลิตเครื่องเล่นดีวีดี



บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสารจับมือเป็นพันธมิตรร่วมกับเพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น หนึ่งในผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล ร่วมมือกันผลิตเครื่องเล่นดีวีดีที่มีระบบภาพและเสียงที่คมชัด รวมถึงมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความบันเทิงได้อย่างเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้ นายนิพิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า "จากพฤติกรรมการค้าเน้นชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการแสวงหาลินค้าที่ตอบสนองความบันเทิงภายในบ้านมากขึ้น ดังนั้น ทางบริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับกล้องดิจิทัลเพนแทกซ์ผลิตเครื่องเล่นดีวีดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อีกทั้ง เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ทางการตลาดอีกด้วย"

โดยสินค้าดังกล่าวมีกำหนดการวางจำหน่ายภายในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป โดยผู้ที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนจำหน่ายเอ็นอีซีและเพนแทกซ์ทั่วประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเอ็นอีซี

บริษัท เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและเป็นที่ปรึกษาด้านการวางระบบหรือเครือข่ายต่างๆ ให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับกลุ่มธุรกิจองค์กร รวมถึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายไปยังกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

#### ข้อมูลเกี่ยวกับเพนแทกซ์

เพนแทกซ์ คอร์ปอเรชั่น คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์การแพทย์ และเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ด้านการถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าที่สอดคล้องกับรูปแบบการค้าเน้นชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

gotomanager.com

Search: บ.เอ็นอีซี (ไทยแลนด์) จำกัด, Pentax Corporation Computers, Electronic Components and IT



### แบบสอบถามสำหรับกลุ่มทดลองที่ 8

**คำชี้แจง:** หลังจากที่ท่านได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ในข้างต้น กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด โดยเลือกคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และกรุณาตอบทุกข้อโดยอิงจากข่าวที่ท่านได้อ่านเท่านั้น

- โดย ช่องที่ (1) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (2) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า  
 ช่องที่ (3) หมายถึง มีความเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสองด้าน  
 ช่องที่ (4) หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง  
 ช่องที่ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

1. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านรู้สึกอย่างไรต่อคุณภาพสินค้าของเครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซีและเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

คุณภาพต่ำกว่าสินค้าทั่วไป

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพเหนือกว่าสินค้าทั่วไป

ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

คุณภาพโดยรวมแย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุณภาพโดยรวมดีมาก

2. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อเครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซีและเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นสินค้าที่ดีมาก

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

ไม่น่าสนใจอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

น่าสนใจอย่างยิ่ง

ไม่ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ยอมรับสินค้าอย่างยิ่ง

3. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซี

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก



4. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อกล่องดิจิตอลเพนแทกซ์

(1) (2) (3) (4) (5)

เป็นตราสินค้าที่แย่มาก

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เป็นตราสินค้าที่ดีมาก

ไม่ชื่นชอบอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

ชื่นชอบอย่างยิ่ง

มีความรู้สึกเชิงลบ

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

มีความรู้สึกเชิงบวก

5. โดยทั่วไปแล้ว คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเอ็นอีซีเป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

6. โดยทั่วไปแล้ว กล่องดิจิตอลเพนแทกซ์เป็นตราสินค้าที่ท่าน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

เคยได้ยินชื่อมาก่อน

ไม่คุ้นเคยอย่างยิ่ง

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

คุ้นเคยอย่างยิ่ง

ไม่สามารถจำชื่อตราสินค้าได้เลย

\_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_: \_\_\_

สามารถจำชื่อตราสินค้าได้

7. หลังจากที่ได้อ่านเอกสาร (ข่าว) ดังกล่าว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นดังนี้

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) ท่านมีความต้องการที่จะใช้ เครื่องเล่นดีวีดีของเอ็นอีซี และเพนแทกซ์					
(2) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอ็นอีซีและเพนแทกซ์ สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ					
(3) ท่านคิดว่าเครื่องเล่นดีวีดีของ เอ็นอีซีและเพนแทกซ์ สามารถ ทำให้ท่านรู้สึกดีเมื่อได้ใช้					

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความเหมาะสมของสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้น

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
(1) เครื่องเล่นทีวีดี ซึ่งเกิดจากการ ผลิตร่วมกันระหว่างสินค้าเดิมคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและกล่อง ดิจิตอลนั้น มีความเหมาะสมและ สอดคล้องกับกลุ่มของประเภท สินค้าเดิมทั้งสอง					

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ .....ปี

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสมรรัตน์ ศิริรัตน์อักษร สำเร็จการศึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปี พ.ศ. 2545 และได้เข้าทำงานในบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด ประมาณ 2 ปี จากนั้น จึงได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย