



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามประกอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคผ่านอัตลักษณ์ตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้ง

(Consumer Perception Towards Brand Value Through Brand Identity on Shopping Bag)

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อจัดทำเป็นการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระประกอบการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (M.B.A.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้าผ่านอัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งกับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า โดยผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจสามารถนำเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดผ่านการใช้ถุงช้อปปิ้งในการสร้างตราสินค้าหรือปรับปรุงธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นอยู่ภายในใจของผู้บริโภคต่อไป

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ ข้อมูลที่ได้จะถือเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษานี้เท่านั้น โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามแบบวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง

ส่วนที่ 3 คำถามแบบวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้า

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เบญจวรรณ ทองสิงห์

501532108

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ส่วนที่ 1** คำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความ หรือทำเครื่องหมาย ( ✓ ) หน้าข้อที่ท่านพิจารณาเลือกตามความคิดเห็น ความรู้สึก หรือข้อเท็จจริงที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1.) ชาย  2.) หญิง

2. อายุ

- 1.) 18-21 ปี  2.) 22-25 ปี  
 3.) 26-29 ปี  4.) 30-35 ปี

3. ระดับการศึกษา

- 1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 2.) ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี  
 3.) ปริญญาโทหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาโท  
 4.) สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

- 1.) นักเรียน นักศึกษา  2.) ธุรกิจส่วนตัว  
 3.) รับราชการ รัฐวิสาหกิจ  4.) พนักงานบริษัทเอกชน  
 5.) รับจ้างทั่วไป  6.) อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5. รายได้ส่วนตัวของท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือน

- 1.) ไม่เกิน 10,000 บาท  2.) 10,001-20,000 บาท  
 3.) 20,001-30,000 บาท  4.) 30,001-40,000 บาท  
 5.) มากกว่า 40,000 บาท

6. ตราสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่ท่านชื่นชอบและซื้อเป็นประจำ

(กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

- 1.) CPS CHAPS  2.) CC DOUBLE O  
 3.) JASPAL  4.) AIIZ  
 5.) DAPPER  6.) อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเลือก หรือตรงตามความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 4 หมายถึง เห็นด้วย  
 3 หมายถึง เฉยๆ  
 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย  
 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

| การรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง                          | ระดับความคิดเห็น |   |   |   |   |
|--|------------------|---|---|---|---|
|  | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ (Functional Benefit)</b>   |                  |   |   |   |   |
| 1) ถุงช้อปปิ้ง ผลิตจากวัสดุคุณภาพดี  |                  |   |   |   |   |
| 2) ถุงช้อปปิ้ง มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจ   |                  |   |   |   |   |
| 3) ชื่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) และตราสัญลักษณ์ (Logo) บนถุงช้อปปิ้ง มีการจัดวางได้อย่างเหมาะสม |                  |   |   |   |   |
| 4) ขนาดและรูปทรงของถุงช้อปปิ้ง มีความเหมาะสม   |                  |   |   |   |   |
| 5) ถุงช้อปปิ้ง มีความสะดวกในการถือหรือใช้งาน   |                  |   |   |   |   |
| 6) ถุงช้อปปิ้ง มีความแข็งแรงทนทานสามารถนำกลับมาใช้ได้อีก   |                  |   |   |   |   |
| <b>คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit)</b>   |                  |   |   |   |   |
| 7) ชื่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ    |                  |   |   |   |   |
| 8) ตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง ดูสวยงามทันสมัย                                     |                  |   |   |   |   |
| 9) รูปภาพหรือกราฟิกที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง สามารถสื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า  |                  |   |   |   |   |

| การรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏ<br>บนถุงช้อปปิ้ง                                 | ระดับความคิดเห็น |   |   |   |   |
|---|------------------|---|---|---|---|
|   | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit)</b>  |                  |   |   |   |   |
| 10) สีของถุงช้อปปิ้ง สามารถถ่ายทอดบุคลิกภาพของตราสินค้าได้ชัดเจน  |                  |   |   |   |   |
| 11) ฉันรู้สึกภูมิใจเมื่อถือถุงช้อปปิ้ง  |                  |   |   |   |   |
| 12) ฉันรู้สึกเป็นคนทันสมัย มีรสนิยมเมื่อถือถุงช้อปปิ้ง  |                  |   |   |   |   |
| 13) ถุงช้อปปิ้ง สะท้อนตัวตนของฉัน ได้ชัดเจน   |                  |   |   |   |   |
| 14) ถุงช้อปปิ้ง ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสะท้อนบุคลิกที่ฉันต้องการเปิดเผยออกสู่สังคมได้อย่างโดดเด่นและชัดเจน |                  |   |   |   |   |
| <b>คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit)</b>                                       |                  |   |   |   |   |
| 15) ฉันชอบรูปลักษณ์ของถุงช้อปปิ้ง   |                  |   |   |   |   |
| 16) ถุงช้อปปิ้ง ทำให้ฉันรู้สึกกลายเป็นจุดสนใจจากคนรอบข้าง   |                  |   |   |   |   |
| 17) ถุงช้อปปิ้ง ทำให้ฉันรู้สึกพอใจ ประทับใจ   |                  |   |   |   |   |
| 18) ถุงช้อปปิ้ง ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจ เป็นตัวของตัวเอง   |                  |   |   |   |   |
| 19) ฉันมีประสบการณ์ที่ดีกับการถือถุงช้อปปิ้ง  |                  |   |   |   |   |
| 20) ฉันรู้สึกว่าถุงช้อปปิ้ง เปรียบเสมือนเป็นเครื่องประดับ (Accessory) ชิ้นหนึ่ง                             |                  |   |   |   |   |

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเลือก หรือตรงตามความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 4 หมายถึง เห็นด้วย  
 3 หมายถึง เฉยๆ  
 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย  
 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

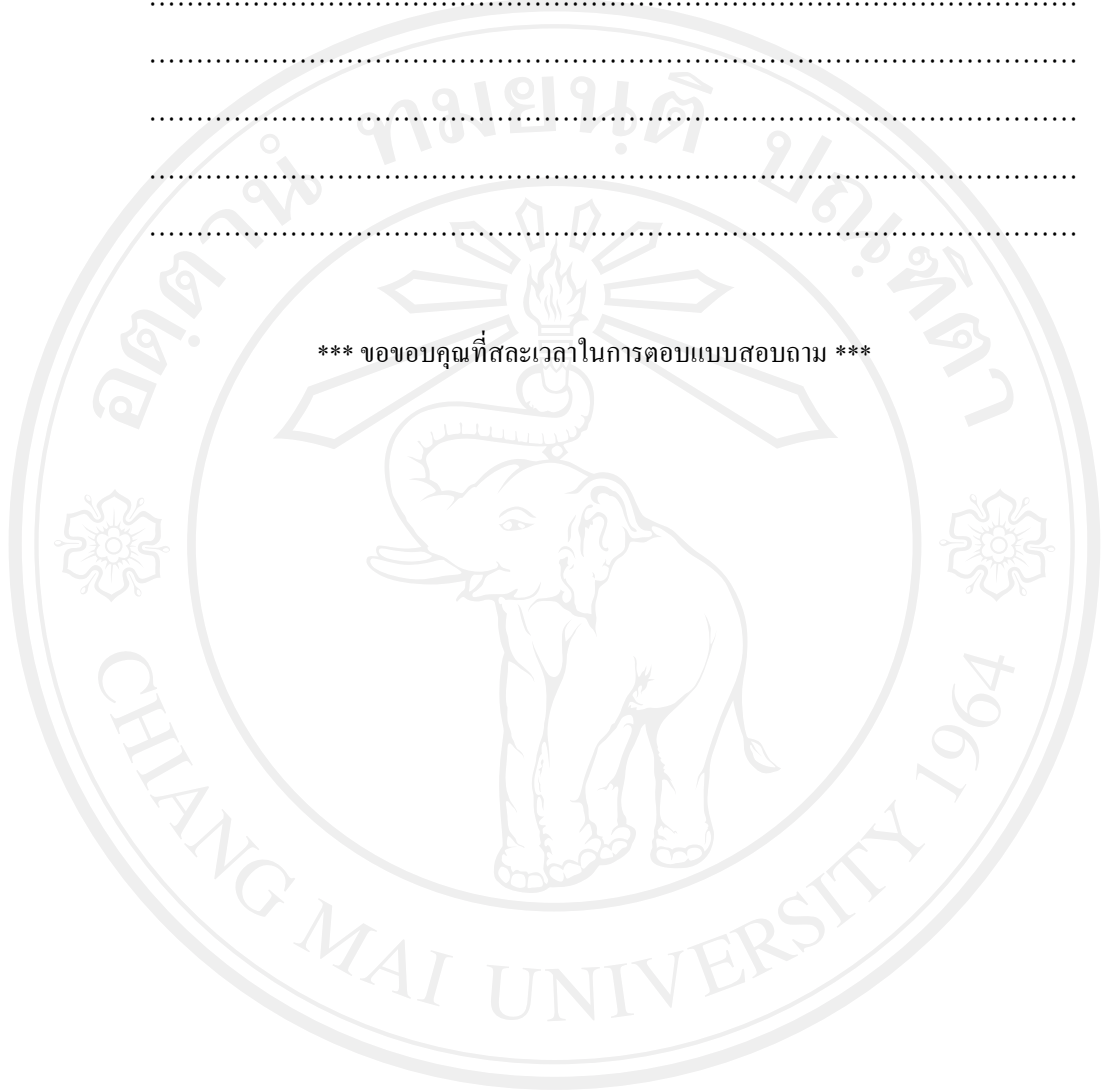
| การรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้า   | ระดับความคิดเห็น |   |   |   |   |
|---|------------------|---|---|---|---|
|   | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional Values)</b>                                 |                  |   |   |   |   |
| 1) ตราสินค้ามีคุณภาพ  |                  |   |   |   |   |
| 2) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจ                           |                  |   |   |   |   |
| 3) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า ผลิตจากวัสดุคุณภาพสูง                                   |                  |   |   |   |   |
| 4) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ามีความทนทานสามารถใช้งานได้ยาวนาน                         |                  |   |   |   |   |
| 5) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ามีการตัดเย็บที่ประณีต                                    |                  |   |   |   |   |
| 6) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า มีความหลากหลายสามารถใช้งานได้หลายโอกาส                  |                  |   |   |   |   |
| 7) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว                             |                  |   |   |   |   |
| <b>คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional Values)</b>                                       |                  |   |   |   |   |
| 8) ฉันรู้สึกทันสมัย มีรสนิยม (Cooly Sophisticated) เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า |                  |   |   |   |   |
| 9) ฉันรู้สึกหรูหรา มีระดับ (Elegant) เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า               |                  |   |   |   |   |

| การรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้า   | ระดับความคิดเห็น |   |   |   |   |
|---|------------------|---|---|---|---|
|   | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional Values)</b>   |                  |   |   |   |   |
| 10) ฉันรู้สึกถึงความเป็นสากล (Global Appeal) เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า                   |                  |   |   |   |   |
| 11) ฉันรู้สึกเป็นตัวของตัวเอง (Individualistic) เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า                |                  |   |   |   |   |
| 12) ฉันรู้สึกสนุกสนาน มีชีวิตชีวา เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า                              |                  |   |   |   |   |
| 13) ฉันรู้สึกเซ็กซี่ และมีเสน่ห์เข้ายวนเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า                         |                  |   |   |   |   |
| <b>คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน (Self-Expressive Values)</b>                                      |                  |   |   |   |   |
| 14) ฉันใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า เพื่อแสดงออกถึงบุคลิกภาพของฉัน                               |                  |   |   |   |   |
| 15) ฉันใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า เพื่อปกป้องรสนิยมของฉัน                                      |                  |   |   |   |   |
| 16) ฉันใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า เพื่อปกป้องถึงสถานภาพทางสังคมของฉัน                          |                  |   |   |   |   |
| 17) ฉันรู้สึกภูมิใจเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า   |                  |   |   |   |   |
| 18) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ให้กับฉัน   |                  |   |   |   |   |
| 19) ตราสินค้าช่วยปกป้องตัวตนของฉันได้อย่างชัดเจน  |                  |   |   |   |   |
| 20) ตราสินค้าช่วยสะท้อนตัวตนที่ฉันปรารถนาหรือตัวตนที่ฉันต้องการเปิดเผยออกสู่สังคมได้อย่างชัดเจน |                  |   |   |   |   |

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

\*\*\* ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ข

รูปภาพตัวอย่างของถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) ทั้ง 5 ตราสินค้าที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ภาพที่ 1 ถุงช้อปปิ้งของตราสินค้า AIIZ



ภาพที่ 2 ถุงช้อปปิ้งของตราสินค้า CPS CHAPS



ภาพที่ 3 ถุงช้อปปิ้งของตราสินค้า CC DOUBLE O



ภาพที่ 4 ถุงช้อปปิ้งของตราสินค้า DAPPER



ภาพที่ 5 ถุงช้อปปิ้งของตราสินค้า JASPAL



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาว เบนจวรรณ ทองสิงห์

วัน เดือน ปี เกิด

28 พฤษภาคม 2527

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนผดุงปัญญา จังหวัดตาก

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved