



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ผลการทดสอบแบบสอบถาม

การทดสอบแบบสอบถามประกอบการศึกษาเรื่องการวัดมูลค่าตราสินค้ากาแฟนาชาจากมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ก่อนดำเนินการวิจัยภาคสนามจริง เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการศึกษาโดยดำเนินการแจกแบบสอบถามตามร้านค้าที่สั่งซื้อกาแฟนาชาในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 22 กรกฎาคม 2553 ถึงวันที่ 29 กรกฎาคม 2553

วิธีการทดสอบแบบสอบถาม ภายหลังจากการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแล้ว ผู้ศึกษาได้ถามคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. ท่านมีความเข้าใจคำถามแต่ละข้อดีแล้วหรือไม่ มีข้อใดที่อ่านแล้วเข้าใจยาก หรือสมควรแก้ไขให้สะดวกต่อการตอบหรือไม่
2. มีคำถามใดที่อยากให้เพิ่มเติม หรือคิดว่าควรถามเกี่ยวกับแต่ละคำถามหรือไม่

จากการทดสอบแบบสอบถามพบดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลตระหนักรู้ถึงตราสินค้าภาษา (Brand awareness)

1. ข้อที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถาม สงสัยเกี่ยวกับตราสินค้ากาแฟแต่ละชนิด พร้อมทั้งถามเพิ่มเติมถึงกาแฟชนิดอื่นเช่น กาแฟวาปี และ สตาร์บัค
2. ข้อที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แนะนำให้แก้ไขคำว่า "การซื้อกาแฟสด" เป็น "การซื้อเมล็ดกาแฟ" แทน
3. ข้อ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งให้แก้ไขหัวข้อคำตอบข้อที่ 6 ที่มีการเว้นวรรคผิดปกติ
4. ข้อ 4 มีผู้ตอบแบบสอบถาม สอบถามว่าตอบได้กี่ข้อ ควรแก้ไขเป็นตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคุ้นเคยกับแบรนด์น้ำชา

1. ข้อที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งว่าคำตอบข้อที่ 2 มีความผิดปรกติ ซึ่งแท้ที่จริงควรจะเป็นประมาณครึ่งปีถึงหนึ่งปี
2. ข้อที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แนะนำว่าในข้อ 7 ไม่มีความจำเป็นต้องระบุเพราะกาแฟน้ำชาเพิ่งมีมาเมื่อสองถึงสามปีนี้
3. ข้อที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งว่าคำถาม ไม่ชัดเจน/ไม่รู้เรื่อง ศัพท์วิชาการมากเกินไป
4. ข้อที่ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งถึงความสับสนที่เกิดขึ้นจากเลขลำดับในหัวข้อย่อยซึ่งควรแก้ไขเป็น 3.1, 3.2, ... , 3.6
5. ข้อที่ 4 มีผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่เข้าใจในคำอธิบาย และเห็นว่าซ้ำกับคำถามในหน้าสุดท้าย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความหมายของตราสินค้าในแง่คุณประโยชน์ ประกอบด้วยคุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional) คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ (Experience) และคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic)

ความหมายของตราสินค้าในแง่คุณประโยชน์ (Functional)

1. ข้อที่ 2 และ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งว่ามีการสะกดคำผิด ควรแก้ไขคำว่า "ชั้น" เป็นคำว่า "ชั้น"
2. ข้อที่ 5 มีผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่เข้าใจคำถามและเห็นว่าเป็นคำถามที่ไม่สามารถตอบได้ เนื่องจากการถามระดับความคิดเห็นต่อสีของบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องที่เข้าใจยากและสร้างความสับสน พร้อมทั้งเสนอให้ตัดข้อนี้ออกจากคำถาม

ความหมายของตรรกศาสตร์ในแง่สัญลักษณ์ (Symbolic)

1. มีผู้ตอบแบบสอบถาม แจ้งว่ามีการสะกดคำผิดในข้อหัวข้อ จากคำว่า "สัญลักษณ์" ควรแก้ไขเป็น "สัญลักษณ์"
2. เสนอให้นำแบบสอบถามข้อที่ไม่เกี่ยวข้องออกและใช้เป็นภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจได้
3. ปัจจัย รู้สึกหม่นหมอง, เป็นคนทันสมัย, เป็นคนล้าสมัย, แข็งแกร่งเหมือนชาย, อ่อนหวานเหมือนหญิง, กระฉับกระเฉง, เฉื่อยชา, เป็นวัยรุ่น, เป็นคนวัยชรา, อารมณ์ศิลปะ, อารมณ์เชิงเหตุผล, มัธยัสถ์, ไม่เป็นที่รู้จัก, เครียด, ตัดสินใจเร็ว, รอบคอบ, ชาวชนบท, เสรีนิยม, ไม่เป็นทางการ, แข็งกระด้าง ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดตอบเลย

ความหมายของตรรกศาสตร์ในแง่ประสบการณ์ (Experience)

1. มีผู้ตอบแบบสอบถาม สับสนถึงความแตกต่างของคำถามข้อ 1, 2, 3 และ 4 พร้อมทั้งเสนอแนะว่าควรรวมเป็นข้อเดียวคือ "การดื่มกาแฟนชาทำให้ฉันรู้สึกพอใจ"
2. มีผู้ตอบแบบสอบถามแจ้งว่าการที่ข้อ 8 มีสองบรรทัดทำให้มองข้ามข้อ 7 ไป ควรมีการใส่สีหรือทำสัญลักษณ์เพื่อป้องกันการสับสนในขณะที่ตอบด้วยจะดีมาก
3. ข้อที่ 11 มีผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะว่าควรแก้ไขหัวข้อคำถามเป็นอย่างอื่น พร้อมทั้งยกตัวอย่างหัวข้อคำถามไว้ดังนี้ "การดื่มกาแฟนชาทำให้ฉันเกิดความมั่นใจ" หรือ "การดื่มกาแฟนชาทำให้ฉันเกิดแรงบันดาลใจ" เป็นต้น
4. ข้อที่ 12 มีผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะว่าควรแก้ไขหัวข้อคำถามเป็นอย่างอื่น พร้อมทั้งยกตัวอย่างหัวข้อคำถามไว้ดังนี้ "การดื่มกาแฟนชาทำให้ฉันรู้สึกเหมือนได้รับการเอาใจใส่"
5. เสนอให้นำแบบสอบถามในด้านลบออกและใช้เป็นภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจได้
6. ปัจจัยด้านลบและ ความคาดหวัง, ตื่นตัว, และรู้สึกตัวเองมีอิทธิพล ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดตอบเลย

อื่นๆ

1. มีผู้ตอบแบบสอบถามบางรายแจ้งว่าคำถามเยอะเกินไปจึงเกิดตอบ

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษางานค้นคว้าแบบอิสระในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการวัดมูลค่าตราสินค้ากาแฟนาชาจากมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะถูกรักษาเป็นความลับ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

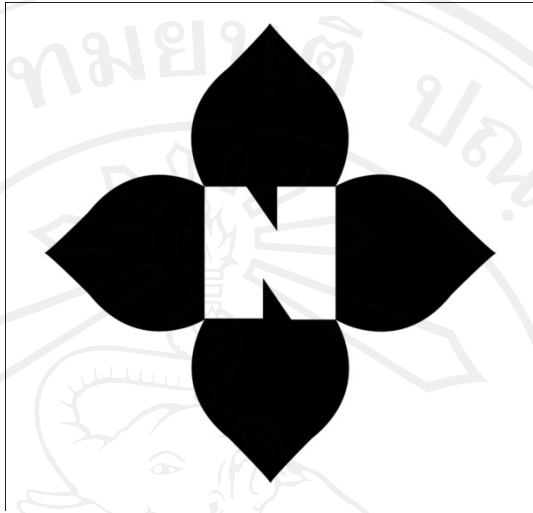
แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 หน้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลการตระหนักรู้ถึงตราสินค้านาชา (Brand awareness)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลความหมายของตราสินค้าในแง่คุณประโยชน์ ประกอบด้วย คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional) คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ (Experience) และคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic)
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการตระหนักรู้ถึงตราสินค้าภาษา (Brand awareness)

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

1. เมื่อเห็นสัญลักษณ์นี้ท่านนึกถึงอะไร (ระบุ)



2. หากท่านเลือกดื่มกาแฟ ท่านนึกถึงกาแฟยี่ห้อใดเป็นอันดับแรก (ตอบเพียง 1 ชื่อ)

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) ชูชุกิ | <input type="checkbox"/> (2) สตาร์บัค |
| <input type="checkbox"/> (3) บอน | <input type="checkbox"/> (4) ลานนา |
| <input type="checkbox"/> (5) นาซา | <input type="checkbox"/> (6) คอยซ้าง |
| <input type="checkbox"/> (7) คอยตุง | <input type="checkbox"/> (8) วีพีพี |
| <input type="checkbox"/> (9) อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

3. โดยเฉลี่ยท่านดื่มกาแฟบ่อยแค่ไหน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 2-3 เดือนครั้ง | <input type="checkbox"/> (2) เดือนละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> (3) เดือนละ 2 - 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> (4) สัปดาห์ละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> (5) สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> (6) ทุกวัน |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

4. ท่านรู้จักกาแฟนาซาได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) จากป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> (2) จากเพื่อนแนะนำ |
| <input type="checkbox"/> (3) เคยเห็นผลิตภัณฑ์จากห้างสรรพสินค้าท็อป | |
| <input type="checkbox"/> (4) เคยเห็นผลิตภัณฑ์จากห้างสรรพสินค้าริมปิง | |
| <input type="checkbox"/> (5) เคยเห็นผลิตภัณฑ์จากค้ออสภาแฟ | |
| <input type="checkbox"/> (6) จากเว็บไซต์ | <input type="checkbox"/> (7) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ท่านได้ยื่นชื่อแบรนด์น้ำชามานานแค่ไหน

- (1) ประมาณครึ่งปีหรือน้อยกว่านั้น (2) ประมาณครึ่งปีถึงหนึ่งปี
 (3) ประมาณหนึ่งปีถึงหนึ่งปีครึ่ง (4) ประมาณหนึ่งปีครึ่งถึงสองปี
 (5) ประมาณสองปีถึงสองปีครึ่ง (6) ประมาณสองปีครึ่งถึงสามปี
 (7) มากกว่าสองปี
 (8) ไม่เคยได้ยื่นมาก่อน

6. โดยปกติแล้วท่านเคยอ่านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์, ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์, สถานที่เพาะปลูกสินค้าประเภทกาแฟที่แสดงอยู่บนกล่องกาแฟนาชาหรือไม่

- (1) เคย (2) ไม่เคย

7. ให้ท่านนึกถึงขณะที่ท่านกำลังจะซื้อกาแฟนาชาดื่ม และกรอกรายละเอียดความสำคัญของแต่ละหัวข้อที่ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับข้อความดังกล่าว

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3.1. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					
3.2. ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					
3.3. ความหอมของกาแฟมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					
3.4. ปริมาณคาเฟอีนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					
3.5. ความหยาบมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					
3.6. กลิ่นหอมของกาแฟมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟ					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความหมายของตราสินค้าในแง่คุณประโยชน์ ประกอบด้วยคุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional) คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ (Experience) และคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic)

คำชี้แจง	กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
----------	--

ความหมายของตราสินค้าในแง่คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional)

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. รสชาติของกาแฟนามิรสเข้มข้น					
2. กลิ่นของกาแฟนามิสะท้อนถึงกลิ่นของกาแฟชนิดดี					
3. สีของกาแฟนามิสะท้อนถึงความเป็นกาแฟชนิดดี					
4. หลังดื่มกาแฟนามิแล้ว มีรสหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ติดปาก					
5. ตราสินค้านามิเป็นตราสินค้าที่บรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบในลักษณะศิลปะล้านนา ทั้งลวดลายและโทนสี					
6. ตราสินค้านามิเป็นตราสินค้าของกาแฟที่มีราคาสูง					
7. ตราสินค้านามิเหมาะสมสำหรับเป็นตราสินค้าของกาแฟเท่านั้น					
8. กาแฟนามิให้เลือกหลากหลายขนาดบรรจุ					
9. กาแฟนามิมีความสะดวกในการหาซื้อ					
10. เมื่อกล่าวถึงกาแฟนามิจะสื่อถึงกาแฟที่มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ					
11. กาแฟนามิเป็นกาแฟพิเศษเหมาะสำหรับโอกาสพิเศษต่างๆ					

ความหมายของตราสินค้าในแง่สัญลักษณ์ (Symbolic)

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. กาแฟนาซาเป็นตัวแทนของกาแฟล้านนา					
2. ตราสินค้านาซาเป็นสัญลักษณ์ของกาแฟที่เป็นที่รู้จักทั่วไป					
3. ตราสินค้านาซาเป็นตัวแทนของกาแฟที่ดีที่สุด ในเอเชีย					
4. ตราสินค้านาซาเป็นตัวแทนของความนุ่มละมุน					
5. ตราสินค้านาซาสื่อถึงควมมีระดับ					
6. ตราสินค้านาซาสื่อถึงราคาแพง					
7. กาแฟนาซาเป็นสัญลักษณ์ของกาแฟที่มี "คาเฟอีน" ต่ำ					
8. กาแฟนาซาเป็นสัญลักษณ์ของกาแฟกลิ่นหอมมาก					

ความหมายของตราสินค้าในแง่ประสบการณ์ (Experience)

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มมีความสุข					
2. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกพอใจ					
3. กาแฟรสชาติถูกใจฉัน					
4. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มอึดอัดใจ					
5. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกกระตือรือร้น					
6. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกสบายใจ					
7. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกตื่นเต้น					
8. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มตื่นตาตื่นใจในรสชาติ สี กลิ่น					
9. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกสดใสร่าเริง					
10. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกเร้าอารมณ์					
11. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกเกิดความมั่นใจ					
12. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกเหมือนได้รับการเอาใจใส่					
13. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกมีอำนาจ					
14. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกดีกว่าตัวเองเป็นจุดสนใจ					
15. การดื่มกาแฟรสชาติทำให้อิ่มรู้สึกตัวเองมีอิสระ					

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- (1) หญิง (2) ชาย

2. อายุ

- (1) 20 ปี หรือ ต่ำกว่า (2) 21 – 30 ปี
 (3) 31 – 40 ปี (4) 41 – 50 ปี
 (5) 51 – 60 ปี (6) มากกว่า 60 ปี

3. อาชีพ

- (1) นักเรียน/นักศึกษา (2) ข้าราชการ
 (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (4) พนักงานเอกชน
 (5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว (6) อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. ระดับการศึกษา

- (1) ประถมศึกษา (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
 (3) มัธยมปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า (4) อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า
 (5) ปริญญาตรี (6) ปริญญาโท และสูงกว่า

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

- (1) 5,000 บาทและต่ำกว่า (2) 5,001 – 10,000 บาท
 (3) 10,001 – 20,000 บาท (4) 20,001 – 50,000 บาท
 (5) 50,001 – 100,000 บาท (6) สูงกว่า 100,000 บาท

6. ท่านคิดว่าบุคลิกข้อใดตรงกับความเป็นตัวของท่านมากที่สุด (ตอบได้ข้อเดียว)

- (1) ชอบเก็บเนื้อเก็บตัวอยู่คนเดียว (2) ชอบสังสรรค์พบปะกับเพื่อน
 (3) ชอบความบันเทิงยามค่ำคืน (4) ชอบอยู่กับคนรู้ใจ
 (5) ใส่ใจเรื่องสุขภาพ (6) เป็นคนพิถีพิถันเรื่องรสชาติ
 (7) ชอบความท้าทาย (8) ชอบความมั่นคง
 (9) ชอบความมีระดับ (10) ชอบความเรียบง่าย
 (11) ชอบความทันสมัย (12) ชอบธรรมชาติ

ท่านมีปัญหา หรือข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าภายใต้การดำเนินงานด้าน
การตลาดของกาแฟนาชา

.....

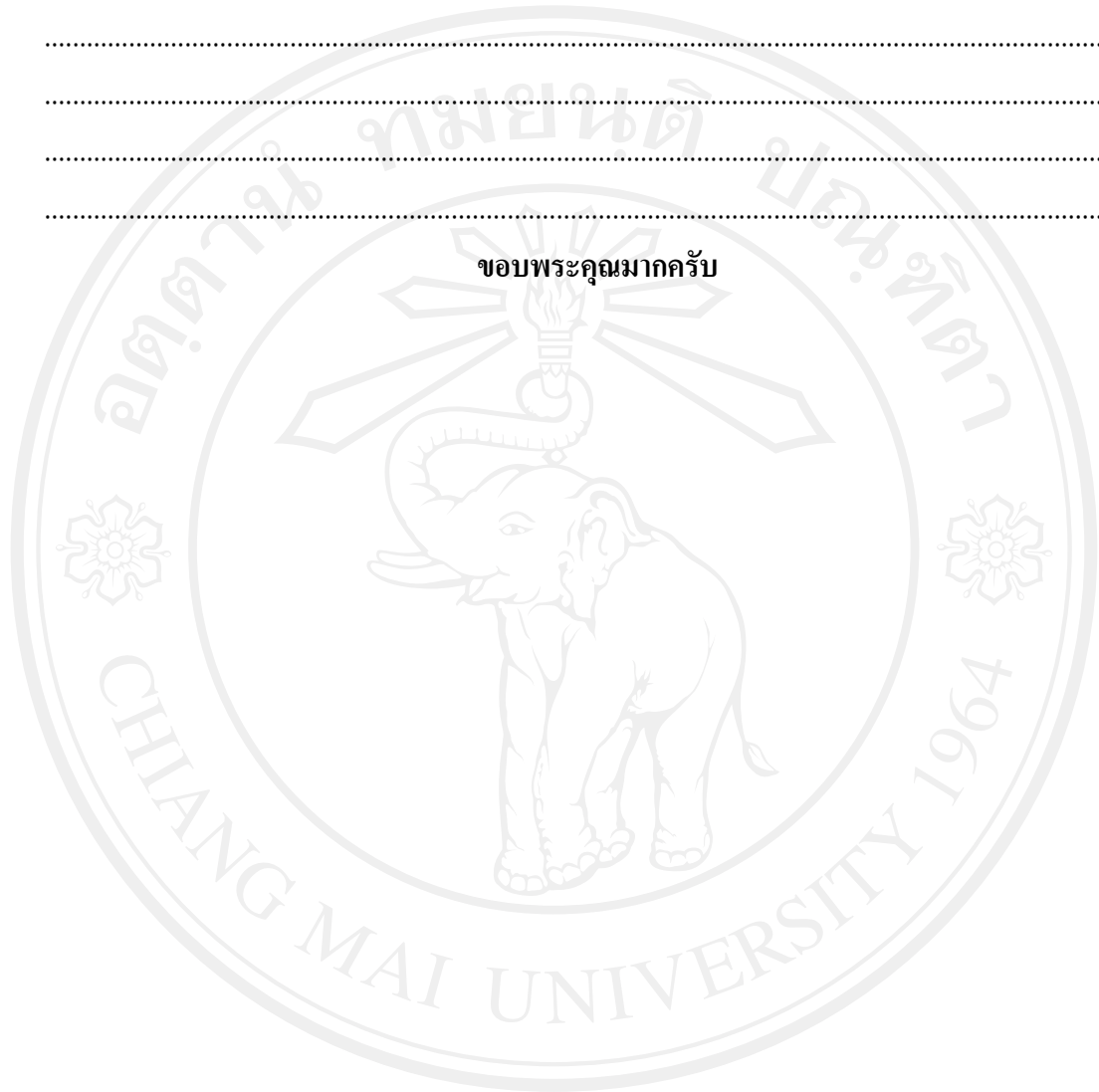
.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณมากครับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ -สกุล	นายชานนท์ ผ่องเจริญกุล
วัน เดือน ปี เกิด	31 สิงหาคม 2523
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา สาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขารัฐศาสตร์ จากHawaii Pacific, Hawaii
ประวัติการทำงาน	ผู้บริหารนาซากาแฟ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved