

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่ **แบบสอบถาม****เรื่อง ปัจจัยที่สร้างคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษา
โทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกีย ในจังหวัดชลบุรี**

คำชี้แจง ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้ประโยชน์ในทางวิจัยเท่านั้น และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

นายชาญชัย โรจน์วงศ์วิริยะ
ผู้วิจัย นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

หมายเหตุ

คุณค่าตราสินค้า (Brand equity) หมายถึงการที่ตราสินค้าของบริษัทมีความหมายเชิงบวกในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อ หรือเป็นการที่ลูกค้าแสดงความชอบผลิตภัณฑ์หนึ่งมากกว่าอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งทั้งๆที่ผลิตภัณฑ์เหมือนกันทุกประการ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ไม่เกิน 20 ปี 2) อายุ 21-30 ปี
 3) อายุ 31-40 ปี 4) อายุ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1) ไม่เกินมัธยมต้น 2) มัธยมปลาย / ปวช. / ปวส.
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง 4) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
 5) อื่นๆ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ไม่เกิน 15,000 บาท 2) 15,001-30,000 บาท
 3) 30,001-45,000 บาท 4) 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่สร้างคุณค่าตราสินค้า

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้จะมีผลมากน้อยเพียงใด ต่อการสร้างคุณค่าตราสินค้าให้โนเกีย

ปัจจัยในการสร้างคุณค่าตราสินค้า	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การสร้างเอกลักษณ์ตรา					
6. ตราสินค้าใช้สัญลักษณ์ที่สามารถจดจำได้ง่าย					
7. สื่อสารให้ลูกค้าจำตราสินค้าของบริษัทได้					
8. สื่อสารให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อะไร มีประโยชน์อย่างไร					
9. สื่อสารให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นตราของสินค้าที่มีสินค้ามีให้เลือกซื้อหลากหลายรุ่น, หลายราคา ทำให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าทุกระดับ					
การสร้างความหมาย					
จากลักษณะการทำงาน (เป็นการใช้เหตุผล Rational)					
10. ความชัดเจนของเสียงขณะสนทนา					
11. การใช้งานฟังก์ชันต่างๆเข้าใจง่าย					
12. แข็งแรง ทนทาน อายุการใช้งานนานหลายปี					
13. ใช้วัสดุดิบที่ดีมีคุณภาพในการผลิต					
14. คุณสมบัติต่างๆของโนเกียสามารถใช้ได้ตรงตามที่บริษัทฯ โฆษณาไว้					
จากภาพพจน์ที่ดี (เป็นการรับรู้โดยวาดภาพในใจ Image)					
15. สื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณค่าของโนเกียมีจำนวนผู้ใช้เป็นอันดับหนึ่งของโลก					
16. สื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณค่าของโนเกียใช้แล้วรู้สึกภูมิใจ เนื่องจากบุคคลชั้นนำก็ใช้โนเกีย					
17. สื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณค่าบริษัทโนเกียเป็นบริษัทที่ช่วยเหลือสังคม และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

ปัจจัยในการสร้างคุณค่าตราสินค้า	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การสร้างการตอบสนอง					
จากการใช้วิจารณ์ญาณ (Judgment)					
18. สินค้าของโนเกียใช้แล้วสามารถขายต่อได้ในราคาสูง เนื่องจากเป็นที่นิยมในตลาด					
19. สินค้าของโนเกียมีฟังก์ชันการทำงานที่ดีกว่าของตราสินค้าอื่น					
20. โนเกียเป็นบริษัทผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต เนื่องจากบริษัทผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นเวลายาวนาน และมีเทคโนโลยีในการผลิตที่ดี					
21. โนเกียเป็นบริษัทผู้ผลิตที่มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนนำออกจำหน่าย ทำให้สินค้ามีคุณภาพ					
22. อุปกรณ์เสริมมีให้เลือกหลากหลาย และใช้งานง่าย					
23. ความสะดวกของศูนย์บริการ					
จากความรู้สึกที่ดี (Feeling)					
24. เพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพโดยการรับประกันหลังการขาย					
25. สินค้าของโนเกียส่วนใหญ่เครื่องไม่รวนขณะใช้ ทำให้มั่นใจได้ว่าสามารถติดต่อได้ทุกครั้ง					
26. สินค้าของโนเกียราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
27. บางรุ่นอาจมีการจำกัดจำนวนในการผลิต เช่น ผลิตแค่ 2,000 เครื่อง เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความภูมิใจ					
การสร้างความผูกพัน					
28. นำเสนอกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง					
29. สินค้าของโนเกียใช้แล้วมีความภูมิใจอย่างสูง เนื่องจากภาพลักษณ์และคุณภาพที่ดี					
30. สร้างกลุ่มหรือชมรมผู้ใช้โนเกียเพื่อให้ลูกค้ามีความผูกพันกับโนเกีย					

ปัจจัยในการสร้างคุณค่าตราสินค้า	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
31. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าเดิมที่ใช้ผลิตภัณฑ์โนเกีย					
32. เพิ่มศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า					

ส่วนที่ 3 การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของโนเกีย

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด

การสร้างเอกลักษณ์ตรา

NOKIA

33. **Connecting People** ท่านรู้จักตราสินค้านี้

- 1) รู้จัก 2) ไม่รู้จัก

NOKIA

34. **Connecting People** ตราสินค้านี้ที่ท่านเห็นเป็นตราสินค้าเกี่ยวกับ

- 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) รถยนต์
 3) สายการบิน 4) เครื่องคอมพิวเตอร์

การสร้างความหมาย

35. ท่านคิดว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกียเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น

- 1) มีคุณภาพสูงกว่า 2) มีคุณภาพเท่าๆกัน
 3) มีคุณภาพต่ำกว่า

36. ท่านคิดว่าผู้เป็นเจ้าของโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกียมีความรู้สึกอย่างไรเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น

- 1) รู้สึกภาคภูมิใจ 2) รู้สึกเฉยๆ
 3) รู้สึกอายคนรอบข้าง

การสร้างการตอบสนอง

37. บริษัท โนเกีย มีกระบวนการผลิตสินค้าแบบใด

- 1) มีความเชี่ยวชาญสูง ใช้เทคโนโลยีสูง มีการตรวจสอบคุณภาพอย่างดี
- 2) มีกระบวนการผลิตเหมือนกับตราสินค้าอื่น
- 3) มีความเชี่ยวชาญต่ำ ใช้เทคโนโลยีต่ำ การตรวจสอบคุณภาพต่ำ

38. หากท่านจำเป็นต้องซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านจะเลือกซื้อตราสินค้า

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) Nokia | <input type="checkbox"/> 2) Samsung |
| <input type="checkbox"/> 3) Sony Ericson | <input type="checkbox"/> 4) Motorola |
| <input type="checkbox"/> 5) LG | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ |

การสร้างความผูกพัน

39. เมื่อท่านเข้าไปซื้อสินค้าโนเกียจากร้านค้า แต่รุ่นที่ท่านต้องการสินค้าเกิดหมด ท่านจะ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) เปลี่ยนไปซื้อจากร้านอื่น | <input type="checkbox"/> 2) เปลี่ยนเป็นรุ่นที่ใกล้เคียงแต่ยังเป็นโนเกีย |
| <input type="checkbox"/> 3) ซื้อตราสินค้าอื่นแทนจากร้านเดิม | |

40. หากมีคนมาปรึกษาท่านว่าจะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านจะแนะนำว่า

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ให้ซื้อโนเกียเพราะว่าคุณภาพดีที่สุด | <input type="checkbox"/> 2) ซื้อตราสินค้าไหนก็เหมือนกัน |
| <input type="checkbox"/> 3) ให้ซื้อตราสินค้าอื่นที่ไม่ใช่โนเกีย | |