

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเชิงปริมาณ



แบบสอบถามเลขที่.....

งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์โลแลน ซีคูล ที่มีผลต่อความสำเร็จของแบรนด์”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ของโลแลน ซีคูล (Lolane Z-Cool) ที่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซี ทั้งนี้การวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และโปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านทุกข้อ และขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

นพวรรณ กองวิสัยสุข

ผู้วิจัย

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ด้านหน้าคำตอบที่ท่านต้องการ
2. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้และใช้สินค้าของเจนเนอเรชั่นซี
 - ตอนที่ 3 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ในสื่อบูรณาการในรูปแบบต่างๆ
 - ตอนที่ 4 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ บุคลิกภาพและจุดเด่นของแบรนด์ โลแลน ซีคูลผ่าน การสื่อสารของแบรนด์
 - ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ โปรดระบุปี
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โปรดระบุบาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้และใช้สินค้าของเจนเนอเรชั่นซี

4. โดยปกติท่านเรียกชื่อแบรนด์ โกลแลน ซีคูล ว่าอย่างไร
- () โกลแลน () โกลแลน ซีคูล
 () ซีคูล กล่องนม () ซีคูล
 () อื่นๆ โปรดระบุ
5. ท่านรู้จักสินค้าใดภายใต้แบรนด์ โกลแลน ซีคูลบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- () ครีมเปลี่ยนสีผม () ดรายแชมพู (แชมพูสระแห้ง)
 () สเปรย์เปลี่ยนสีผม () ผ้าเช็ดทำความสะอาดเส้นผม
 () ครีมหมักผม
6. ท่านรู้จักโกลแลน ซีคูลครั้งแรกจากสื่อใด
- () บุคคลมีชื่อเสียง เช่น บล็อกเกอร์ () สื่อโซเชียล มีเดีย โปรดระบุ
- () ครอบครัว เพื่อนแนะนำ () บุญกิจกรรมพิเศษต่างๆ
 () ข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ () อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ท่านรู้จักแบรนด์โกลแลน ซีคูล มานานแค่ไหน
- () เพิ่งรู้จัก () น้อยกว่า 6 เดือน
 () 1 ปี () มากกว่า 1 ปี
 () อื่นๆ โปรดระบุ
8. นอกจากแบรนด์ โกลแลน ซีคูลแล้ว ท่านรู้จักแบรนด์สินค้าใดบ้าง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผมวัยรุ่น (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- () ลิเซ่ () ชวาร์สคอฟ เพรชไลท์
 () บิวตี้ลาโบ้ () จัสท์โมเดิร์น คัลเลอร์ฟูล ว้าว
 () อื่นๆ โปรดระบุ
9. ท่านใช้สินค้าใดภายใต้แบรนด์ โกลแลน ซีคูลบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- () ครีมเปลี่ยนสีผม () ดรายแชมพู (แชมพูสระแห้ง)
 () สเปรย์เปลี่ยนสีผม () ผ้าเช็ดทำความสะอาดเส้นผม
 () ครีมหมักผม

10. ปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ โลแลน ซีคูล มากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- () ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ () ฟรีเซ็นต์อร์นักรู้ของBNK 48
 () คำแนะนำจากเพื่อน () ราคาของผลิตภัณฑ์
 () ความทันสมัย

ตอนที่ 3 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ในสื่อบูรณาการในรูปแบบต่างๆ

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ในการให้คะแนนตามลำดับ ในการรับรู้สื่อในรูปแบบต่างๆของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ดังนี้

มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ในสื่อบูรณาการในรูปแบบต่างๆ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
11. แบนด์ โลแลน ซีคูล มีการสื่อสารเพื่อสร้าง การรับรู้ผ่านการสื่อหลัก (Above the line) มาก น้อยเพียงใด					
11.1. การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ นิตยสาร					
11.2. การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ โทรทัศน์					
11.3. การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านหนังสือพิมพ์					
12. แบนด์ โลแลน ซีคูล มีการสื่อสารเพื่อสร้าง การรับรู้ผ่านกิจกรรมทางการตลาด (Below the line) มากน้อยเพียงใด					
12.1 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านการ เป็นสปอนเซอร์กิจกรรมต่างๆของโรงเรียนและ มหาวิทยาลัย					
12.2 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่าน สินค้าสมนาคุณ ของแถม					

การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ในสื่อบูรณาการในรูปแบบต่างๆ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
12.3 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูลผ่านบุช กิจกรรมในสถานที่สาธารณะต่างๆ					
13. แบนด์ โลแลน ซีคูล มีการสื่อสารเพื่อสร้าง การรับรู้ผ่านสื่อและกิจกรรมออนไลน์ (Through the Line) มากน้อยเพียงใด					
13.1 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านเว็บ ไซต์ขององค์กร					
13.2 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่าน บทความต่างๆ ในเว็บไซต์ออนไลน์ เช่น Jebun.com, Sanook.com					
13.3 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านเว็บ ไซต์รีวิวสินค้าในสื่อออนไลน์ เช่น Pantip.com					
13.4 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่าน โฆษณาในสื่อออนไลน์ต่างๆ					
13.5 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก					
13.6 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ อินสตาแกรม					
13.7 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ ยูทูบ					
13.8 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านสื่อ ทวิตเตอร์					
13.9 การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูลผ่าน บล็อกเกอร์					

การสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ในสื่อบูรณาการในรูปแบบต่างๆ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
13.10 การจัดกิจกรรมต่างๆ ในสื่อออนไลน์ของ แบรนด์ โลแลน ซีคูล เช่น การเล่นเกมสแควจของรางวัล ต่างๆ สามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ โลแลน ซี คูลมากน้อยเพียงใด					
14. แบรนด์ โลแลน ซีคูล มีการสื่อสารเพื่อการ สร้างการรับรู้ผ่านแบรนด์แอมบาสเดอร์ (BNK48) ในสื่อต่างๆ มากน้อยเพียงใด					
14.1 การที่แบรนด์ โลแลน ซีคูล ใช้นักร้องวง BNK48 เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ทำให้เจเนอเรชันซี เกิดการรู้จักสินค้าได้มากกว่าตอนที่ไม่มีใช้นักร้องวง BNK48 มากน้อยเพียงใด					
14.2 การใช้ นักร้องวง BNK48 ช่วยให้คุณสามารถ รับรู้และจดจำแบรนด์ โลแลน ซีคูลได้มากน้อยเพียงใด					
14.3 การใช้ นักร้องวง BNK48 ทำให้ท่านอยากเข้า ร่วมในกิจกรรมทางการตลาด (ออฟไลน์) ของแบรนด์ โลแลน ซีคูล มากน้อยเพียงใด					
14.4 ท่านรับรู้และมีส่วนร่วมร่วมกับแบรนด์ โลแลน ซีคูล ผ่านกิจกรรมบนสื่อออนไลน์ร่วมกับนักร้องวง BNK48 ได้มากน้อยเพียงใด					

ตอนที่ 4 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ บุคลิกภาพและจุดเด่นของแบรนด์ โอลแลน ซีคูลผ่านการสื่อสารของแบรนด์

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ในการให้คะแนนตามลำดับ ในการรับรู้สื่อในรูปแบบต่างๆของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล ดังนี้

มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ บุคลิกภาพและจุดเด่นของแบรนด์ โอลแลน ซีคูลผ่านการสื่อสารของแบรนด์	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
• ด้าน ภาพลักษณ์ของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล					
16. ท่านสามารถรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัย ของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล ผ่านการใช้บัตรเครดิต BNK48 เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ได้มากน้อยเพียงใด					
17. การใช้บัตรเครดิต BNK48 เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ช่วยให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ โอลแลน ที่เป็นแบรนด์หลักมีความทันสมัยมากขึ้นมากน้อยเพียงใด					
18. ภาพลักษณ์ที่ทันสมัยของแบรนด์จากการใช้ บัตรเครดิต BNK48 เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ ทำให้ท่านรู้สึกว่าตนเองเป็นคนทันสมัยมากน้อยเพียงใด					
• ด้าน บุคลิกภาพของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล (หากเปรียบเทียบแบรนด์สินค้า เป็นบุคคล)					
19. จากการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆทำให้ท่านรับรู้ว่าเป็นแบรนด์ โอลแลน ซีคูล เป็นแบรนด์ที่มีบุคลิกเป็นมิตร สดใส ร่าเริง					
20. ท่านสามารถรับรู้บุคลิกภาพด้านความเป็นมิตร สดใส ร่าเริงได้จากการสื่อสารของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล บนสื่อออนไลน์มากน้อยเพียงใด					
21. ท่านสามารถรับรู้บุคลิกภาพด้านความเป็นมิตร สดใส ร่าเริงได้จากการสื่อสารของแบรนด์ โอลแลน ซีคูล บนสื่อออฟไลน์มากน้อยเพียงใด					

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
● ด้าน จุดเด่นของแบรนด์ โลแลน ซีคูล					
22. ท่านคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ โลแลน ซีคูล รูปกล่องนมทำให้ง่ายต่อการจดจำมากน้อยเพียงใด					
23. ท่านคิดว่าการออกแบบและการสื่อสารของแบรนด์ โลแลน ซีคูล ทำให้ทราบถึงส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์คือ นมฮอกไกโด					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอนะ

.....

.....

.....

.....