

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จุไรลักษณ์ จันทสิทธิ์.(2553). อิทธิพลของภาพลักษณ์บริษัทที่มีต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล(ประเทศไทย)จำกัด.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ฉัตยาพร เสมอใจ.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร:ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ดวงจันทร์ งามมีลาภ.(2551).ทัศนคติของลูกค้าต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารสะดวก(The Convenience Bank) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน).วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดลภัทร อ่องระเบียบ.(2545).อิทธิพลของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เบญญาภา สัตตวัฒนคุณ.(2552). การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์.(2540).ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง:การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์.บรรณาธิการ พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายประกาย.

เมธินี วิเชียรโรจน์.(2547).ทัศนคติของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ของตราสินค้าเบอร์ดี้ภายหลังการ

ขยายตราสินค้า.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลาวรรณ แก้วอ่อน.(2550). ภาพลักษณ์ร้านอาหารไทยในสายตาชาวอเมริกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรวรรณ องค์ครูรักษา.(2547). การโฆษณาระหว่างประเทศเบื้องต้น.กรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริประภา สัมฤทธิ์.(2546). อิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดของธุรกิจอาหารญี่ปุ่นที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภค.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.

สมพล วันตะเมส.(2547).ความสัมพันธ์ระหว่างอัตตนิยมวัฒนธรรมผู้บริโภคกับภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิด การรับรู้คุณภาพสินค้า และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา.(2541).ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน?.กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.



ภาษาอังกฤษ

Amine, L.S. and Shin, S.H. (2000). A comparison of consumer nationality as a determinant of country of origin preference. *Multinational Business Review*, 10(1):45-53.

Erickson, G.M., Johansson, J.K., and Chao, P. (1984). Image variables in multi-attribute product evaluations: Country-of-origin effects. Journal of Consumer Research, 11(2), 694-699.

Han, C.M. (1989). Country image: halo or summary construct?. Journal of Marketing Research, 26(2), 222-229.

Jefkins, F. (1980). Effective PR planning. Great Britain: Hazell Watson and Viney.

Jefkins, F. (1933). Planned press and public relations, 3rd ed. Great Britain: Alden Press,

Jefkins, F. (1982). Public relations made simple. London: Heinemann.

Johansson, J.K. (1997). Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management. Chicago: Irwin.

Nagashima, A. (1970). A comparison of Japanese and U.S. attitudes toward foreign products. Journal of Marketing, 34(1), 68-74.

ภาคผนวก

แบบสอบถามผู้ใช้บริการภัตตาคารจีนและญี่ปุ่น

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่างภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นในประเทศไทย จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อที่ผู้วิจัยนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์

ส่วนที่ 1 เมื่อนึกถึงภัตตาคารจีนและญี่ปุ่นท่านคิดอย่างไร (3=เห็นด้วย,2=ไม่แน่ใจ,1=ไม่เห็นด้วย)

ข้อความ	ภัตตาคารจีน				ภัตตาคารญี่ปุ่น		
	3	2	1		3	2	1
1. มีบรรยากาศคล้ายอยู่ประเทศจีนหรือญี่ปุ่น							
2. มีความคุ้มค่าของราคาอาหาร							
3. มีความหลากหลายของอาหาร							
4. มีอาหารเพื่อสุขภาพ							
5. มีอาหารที่ความสด และสะอาด							
6. มีอาหารที่รสชาติดีฉบับ							
7. มีการต้อนรับที่ดีของพนักงาน							
8. มีการให้บริการรวดเร็ว							

ข้อความ	ภัตตาคารจีน				ภัตตาคารญี่ปุ่น		
	3	2	1		3	2	1
9. พนักงานเต็มใจให้บริการ							
10. การตกแต่งร้านสวยงาม							
11. มีที่จอดรถสะดวก							
12. ร้านสะอาด							

ส่วนที่ 2 ตามความคิดของท่าน ท่านคิดว่าประเทศจีนและญี่ปุ่นเป็นอย่างไร
(3=เห็นด้วย,2=ไม่แน่ใจ,1=ไม่เห็นด้วย)

ข้อความ	ประเทศจีน				ประเทศญี่ปุ่น		
	3	2	1		3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์จากประเทศมีคุณภาพดี							
2. ประชาชนมีมารยาทอ่อนน้อม							
3. มีมาตรฐานทางธุรกิจควบคู่ไปกับเทคโนโลยีสูง							
4. เป็นประเทศที่สะอาด และสวยงาม							
5. เป็นประเทศที่มีความเป็นกันเอง							

ข้อความ	ประเทศจีน				ประเทศญี่ปุ่น		
	3	2	1		3	2	1
6. เป็นประเทศที่มีรัฐบาลเข้มแข็ง							
7. เป็นประเทศที่ความสงบสุข							
8. ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อเดีอຍ สูง							
9. เป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม							
10. เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้าน อาหาร							
11. มีการทำประชาสัมพันธ์เรื่อง อาหาร							

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ (ปี) ☐ 15 – 24 ปี ☐ 25-34 ปี ☐ 35- 44 ปี ☐ 45-54 ปี
☐ 55 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัท
☐ เจ้าของกิจการ ☐ รับจ้างทั่วไป
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ อนุปริญญา/ปวส.
☐ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน
☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท

- ☐ 30,001-40,000 บาท
- ☐ 40,001-50,000 บาท
- ☐ 50,001 บาทขึ้นไป

6. คุณรับประทานอาหารที่ภัตตาคารจีนบ่อยแค่ไหน

- ☐ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
- ☐ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- ☐ น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง
- ☐ เดือนละ 2-3 ครั้ง
- ☐ เดือนละ 1 ครั้ง
- ☐ ไม่เคยรับประทาน
- ☐ อื่นๆ

7. คุณรู้จักอาหารจีนสื่อใด

- ☐ ป้ายโฆษณา
- ☐ เดินผ่านร้านอาหารจีน
- ☐ มีคนบอก
- ☐ โทรทัศน์
- ☐ วิทยุ
- ☐ หนังสือพิมพ์
- ☐ ใบปลิว
- ☐ นิตยสาร
- ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ กิจกรรมพิเศษต่างๆ
- ☐ อื่นๆ

8. คุณรับประทานอาหารที่ภัตตาคารญี่ปุ่นบ่อยแค่ไหน

- ☐ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
- ☐ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- ☐ น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง
- ☐ เดือนละ 2-3 ครั้ง
- ☐ เดือนละ 1 ครั้ง
- ☐ ไม่เคยรับประทาน
- ☐ อื่นๆ

9. คุณรู้จักอาหารญี่ปุ่นสื่อใด

- ☐ ป้ายโฆษณา
- ☐ เดินผ่านร้านอาหารญี่ปุ่น
- ☐ มีคนบอก
- ☐ โทรทัศน์
- ☐ วิทยุ
- ☐ หนังสือพิมพ์
- ☐ ใบปลิว
- ☐ นิตยสาร
- ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ กิจกรรมพิเศษต่างๆ
- ☐ อื่นๆ

ส่วนที่4 แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ภาพลักษณ์ของภัตตาคารจีนในสายตาของท่านคือ.....

.....

.....

ภาพลักษณ์ของภัตตาคารญี่ปุ่นในสายตาของท่านคือ.....

.....

.....

ขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาในการทำแบบสอบถามนี้

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวลีน่า เหม เกิดเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2526 ที่เมืองหนานหนิง เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกวางสี สาธารณรัฐประชาชนจีน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการท่องเที่ยวทางภาษาไทย จากมหาวิทยาลัยชนชาติกวางสี ในปีการศึกษา 2546 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2552



