

APPENDICES

Appendix A: Questionnaire Design of the Pilot Study



QUESTIONNAIRE

แบบสอบถาม

Topic of the Pilot Study:

Offensive feelings toward products and product involvement levels

หัวข้อวิจัย

ความรู้สึกรังเกียจที่มีต่อสินค้า และระดับความเกี่ยวพันที่มีต่อสินค้า

Conducted by:

Aj.Pakakorn Rakrachakarn

Lecturer, Sripatum University

Part I: Please identify how you personally react to the advertisements of the following products

Scenario: Supposed you are using the internet alone and see online advertisements of these following products.

ส่วนที่ 1: กรุณาระบุความรู้สึกส่วนตัวของท่านที่เป็นปฏิกิริยาที่มีต่อโฆษณาของสินค้าและบริการด้านล่าง

สถานการณ์ที่กำหนด: สมมติว่าคุณกำลังใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ลำพัง และคุณได้เห็นโฆษณาออนไลน์ของสินค้าดังที่ปรากฏในรายชื่อด้านล่าง

①=Not at all ②=Slightly Offensive ③=Somewhat Offensive ④=Very Offensive ⑤=Extremely Offensive					
<i>Note: “Offensive feelings” in this study include offensive, unpleasant, irritating, resentful, embarrassing, uncomfortable, harmful/insulting, unacceptable, and/or controversial feelings</i>					
①=ไม่น่ารังเกียจ ②=น่ารังเกียจเล็กน้อย ③=น่ารังเกียจปานกลาง ④=น่ารังเกียจมาก ⑤=น่ารังเกียจมากที่สุด					
หมายเหตุ: “ความรู้สึกน่ารังเกียจ” ในที่นี้หมายถึง ความรู้สึกน่ารังเกียจ ไม่พอใจ ขุ่นเคืองใจ หงุดหงิด น่ารำคาญ อึดอัดใจ ความรู้สึกเหมือนถูกสบประมาท ความรู้สึกรับไม่ได้ และ/หรือ ความรู้สึกขัดแย้งในจิตใจ					
1. Mouthwash น้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5
2. Plastic surgery การศัลยกรรมความงาม	1	2	3	4	5
3. Condoms / Contraceptives ถุงยางอนามัย / ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด	1	2	3	4	5
4. Facial Tissue กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1	2	3	4	5
5. Notebook Computer เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1	2	3	4	5
6. Anti-acne Products ผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5
7. Toilet Paper กระดาษชำระ (ม้วน)	1	2	3	4	5
8. Mobile Phone โทรศัพท์มือถือ	1	2	3	4	5
9. Dental Floss ไหมขัดฟัน	1	2	3	4	5
10. Shower cream ครีมอาบน้ำ	1	2	3	4	5
11. Perfume / Cologne น้ำหอม / โคลโลญจน์	1	2	3	4	5
12. Toothbrush แปรงสีฟัน	1	2	3	4	5

Part II-A: In selecting from many types and brands of these products available in the market, would you say that... (circle the number indicating your opinion)

ส่วนที่ 2: ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการดังต่อไปนี้ คุณใส่ใจชนิดและยี่ห้อ (Brand) ที่มีในท้องตลาดมากเท่าใด (วง 1 ตัวเลขต่อ 1 ข้อ)

1 = I would not care at all as to which I buy..... 7 = I would care a great deal as to which I buy 1 = ไม่ใส่ใจชนิดและยี่ห้อเลย 7 = ใส่ใจชนิดและยี่ห้ออย่างมาก							
1. Dental Floss ไหมขัดฟัน	1	2	3	4	5	6	7
2. Condoms / Contraceptives ถุงยางอนามัย / ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด	1	2	3	4	5	6	7
3. Mobile Phone โทรศัพท์มือถือ	1	2	3	4	5	6	7
4. Anti-acne Products ผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5	6	7
5. Toilet Paper กระดาษชำระ (ม้วน)	1	2	3	4	5	6	7
6. Notebook Computer เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1	2	3	4	5	6	7
7. Mouthwash น้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5	6	7
8. Facial Tissue กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1	2	3	4	5	6	7
9. Toothbrush แปรงสีฟัน	1	2	3	4	5	6	7
10. Plastic surgery การศัลยกรรมความงาม	1	2	3	4	5	6	7
11. Perfume / Cologne น้ำหอม / โคลโลญจน์	1	2	3	4	5	6	7
12. Shower cream ครีมอาบน้ำ	1	2	3	4	5	6	7

Part II-B: How important would it be that you make a right choice of these products

ส่วนที่ 3: การเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้ได้อย่างถูกต้อง มีความสำคัญต่อคุณอย่างไร (วง 1 ตัวเลขต่อ 1 ข้อ)

1 = Not at all important..... 7 = Extremely important 1 = ไม่สำคัญเลย..... 7 = สำคัญมากที่สุด							
1. Anti-acne Products ผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5	6	7
2. Toilet Paper กระดาษชำระ (ม้วน)	1	2	3	4	5	6	7
3. Plastic surgery การศัลยกรรมความงาม	1	2	3	4	5	6	7
4. Mouthwash น้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5	6	7
5. Condoms / Contraceptives ถุงยางอนามัย / ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด	1	2	3	4	5	6	7
6. Dental Floss ไหมขัดฟัน	1	2	3	4	5	6	7
7. Perfume / Cologne น้ำหอม / โคลโลญจน์	1	2	3	4	5	6	7
8. Mobile Phone โทรศัพท์มือถือ	1	2	3	4	5	6	7
9. Shower cream ครีมอาบน้ำ	1	2	3	4	5	6	7
10. Facial Tissue กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1	2	3	4	5	6	7
11. Toothbrush แปรงสีฟัน	1	2	3	4	5	6	7
12. Notebook Computer เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1	2	3	4	5	6	7

Part II-C: In making your selection of this product, how concerned would you be about the outcome of your choice ... (circle the number indicating your opinion)

ส่วนที่ 4: คุณมีความกังวลถึงผลที่จะตามมาจากการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้มากเพียงใด (วง 1 ตัวเลขต่อ 1 ข้อ)

1 = Not at all concerned..... 7 = Very much concerned 1 = ไม่กังวลเลย..... 7 = กังวลเป็นอย่างมาก							
1. Facial Tissue กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1	2	3	4	5	6	7
2. Toothbrush แปรงสีฟัน	1	2	3	4	5	6	7
3. Shower cream ครีมอาบน้ำ	1	2	3	4	5	6	7
4. Notebook Computer เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1	2	3	4	5	6	7
5. Perfume / Cologne น้ำหอม / โคลยูน	1	2	3	4	5	6	7
6. Toilet Paper กระดาษชำระ (ม้วน)	1	2	3	4	5	6	7
7. Anti-acne Products ผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5	6	7
8. Mobile Phone โทรศัพท์มือถือ	1	2	3	4	5	6	7
9. Dental Floss ไหมขัดฟัน	1	2	3	4	5	6	7
10. Condoms / Contraceptives ถุงยางอนามัย / ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด	1	2	3	4	5	6	7
11. Mouthwash น้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5	6	7
12. Plastic surgery การศัลยกรรมความงาม	1	2	3	4	5	6	7

Part III: Please circle your answer for the following questions

ส่วนที่ 5: กรุณาวางกลมตัวเลขหน้าคำตอบของท่าน

1. What is your gender? เพศ	1. Male ชาย	2. Female หญิง			
2. How old are you? อายุ	1. น้อยกว่า 26	2. 26-35	3. มากกว่า 35		
3. What is your marital status? สถานภาพสมรส	1. Single โสด	2. Married แต่งงาน	3. Divorced หย่าร้าง		
4. What is your highest education level? การศึกษาสูงสุด	1. High School มัธยมปลาย	2. Bachelor's degree ปริญญาตรี	3. Master's degree ปริญญาโท	4. Doctoral degree ปริญญาเอก	
5. Are you currently working? สถานะการทำงาน	1. Yes, Full-Time ทำงานเต็มเวลา	2. Yes, Part-time ทำงานไม่เต็มเวลา	3. Not working ไม่ได้ทำงาน		
6. Which is the range of your current monthly income (in Thai baht)? รายได้ต่อเดือน (เป็นเงินบาท)	1. 10,000 or lower (หนึ่งหมื่นหรือต่ำกว่า)	2. 10,001 – 25,000	3. 25,001 – 40,000	4. 40,001 – 55,000	5. More than 55,000 (มากกว่า 55,000)

***** Thank you very much for your cooperation!! *****

Appendix B: Questionnaire of the Main Study



QUESTIONNAIRE

แบบสอบถาม

Topic of the Study:

Effects of Animation on Offensive Product Advertising

หัวข้อวิจัย

ผลของภาพเคลื่อนไหวต่อการโฆษณาสินค้าที่น่ารังเกียจ

Research Objectives

- 1) Investigate the separate and interactive effects of animation (movement) and cartoons (drawings) on offensive product advertising.
- 2) Determine whether using animation and cartoons in banner advertising design is more effective for offensive products when compared to for non-offensive products.
- 3) Distinguish the consumer responses toward different ad designs of offensive product advertising into cognitive, affective, and behavioral responses.
- 4) Examine whether the level of involvement in both offensive and non-offensive products also has a significant influence on consumer responses towards animation and cartoons in banner advertising design.

Conducted by:

Aj.Pakakorn Rakrachakarn

Lecturer, Sripatum University

Part I: Please indicate your attention levels of the following advertisements

ส่วนที่ 1: กรุณาระบุระดับความสนใจของท่านที่มีต่อโฆษณาของสินค้าด้านล่าง

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree	
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. I paid a lot of attention on mouthwash ad ฉันให้ความสนใจอย่างมากกับโฆษณาน้ำยาบ้วนปาก	1 2 3 4 5 6
2. The mouthwash ad is eye-catching โฆษณาน้ำยาบ้วนปากมีลักษณะที่สะดุดตา	1 2 3 4 5 6
3. I paid a lot of attention on anti-acne ad ฉันให้ความสนใจอย่างมากกับโฆษณาสิว	1 2 3 4 5 6
4. The anti-acne ad is eye-catching โฆษณาสิวมีลักษณะที่สะดุดตา	1 2 3 4 5 6
5. I paid a lot of attention on facial tissue ad ฉันให้ความสนใจอย่างมากกับโฆษณากระดาษเช็ดหน้า	1 2 3 4 5 6
6. The facial tissue ad is eye-catching โฆษณากระดาษเช็ดหน้ามีลักษณะที่สะดุดตา	1 2 3 4 5 6
7. I paid a lot of attention on notebook computer ad ฉันให้ความสนใจอย่างมากกับโฆษณาเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	1 2 3 4 5 6
8. The notebook computer ad is eye-catching โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีลักษณะที่สะดุดตา	1 2 3 4 5 6

Part II: Please indicate your credibility levels of the following advertisements

ส่วนที่ 2: กรุณาระบุระดับความน่าเชื่อถือของโฆษณาของสินค้าด้านล่าง

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree	
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. Mouthwash ad is believable โฆษณาน้ำยาบ้วนปากมีความน่าเชื่อถือ	1 2 3 4 5 6
2. Mouthwash ad is convincing โฆษณาน้ำยาบ้วนปากโน้มน้าวได้ดี	1 2 3 4 5 6
3. Mouthwash ad is biased โฆษณาน้ำยาบ้วนปากมีความลำเอียง	1 2 3 4 5 6
4. Notebook Computer ad is believable โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีความน่าเชื่อถือ	1 2 3 4 5 6
5. Notebook Computer ad is convincing โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโน้มน้าวได้ดี	1 2 3 4 5 6
6. Notebook Computer ad is biased โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีความลำเอียง	1 2 3 4 5 6
7. Anti-acne Ad is believable โฆษณาสิวมีความน่าเชื่อถือ	1 2 3 4 5 6
8. Anti-acne Ad is convincing โฆษณาสิวโน้มน้าวได้ดี	1 2 3 4 5 6
9. Anti-acne Ad is biased โฆษณาสิวมีความลำเอียง	1 2 3 4 5 6
10. Facial Tissue ad is believable โฆษณากระดาษเช็ดหน้ามีความน่าเชื่อถือ	1 2 3 4 5 6
11. Facial Tissue ad is convincing โฆษณากระดาษเช็ดหน้าโน้มน้าวได้ดี	1 2 3 4 5 6
12. Facial Tissue ad is biased โฆษณากระดาษเช็ดหน้ามีความลำเอียง	1 2 3 4 5 6

Part III: Please indicate your feelings towards these following brands

ส่วนที่ 3: กรุณาระบุความรู้สึกของท่านที่มีต่อยี่ห้อต่อไปนี้

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree						
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
1. You like the brand “Adora” คุณชอบแบรนด์ “Adora”	1	2	3	4	5	6
2. “Adora” is an interesting brand “Adora” เป็นแบรนด์ที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
3. “Adora” is a good brand “Adora” เป็นแบรนด์ที่ดี	1	2	3	4	5	6
4. You like the brand “MSI” คุณชอบแบรนด์ “MSI”	1	2	3	4	5	6
5. “MSI” is an interesting brand “MSI” เป็นแบรนด์ที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
6. “MSI” is a good brand “MSI” เป็นแบรนด์ที่ดี	1	2	3	4	5	6
7. You like the brand “Clearina” คุณชอบแบรนด์ “Clearina”	1	2	3	4	5	6
8. “Clearina” is an interesting brand “Clearina” เป็นแบรนด์ที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
9. “Clearina” is a good brand “Clearina” เป็นแบรนด์ที่ดี	1	2	3	4	5	6
10. You like the brand “Scope” คุณชอบแบรนด์ “Scope”	1	2	3	4	5	6
11. “Scope” is an interesting brand “Scope” เป็นแบรนด์ที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
12. “Scope” is a good brand “Scope” เป็นแบรนด์ที่ดี	1	2	3	4	5	6

Part IV: Please indicate your feelings towards these following products

ส่วนที่ 4: กรุณาระบุความรู้สึกของท่านที่มีต่อสินค้าต่อไปนี้

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree						
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
1. You like facial tissue คุณชอบกระดาษเช็ดหน้า	1	2	3	4	5	6
2. Facial tissue is an interesting product “Adora” เป็นสินค้าที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
3. Facial tissue is a good product “Adora” เป็นสินค้าที่ดี	1	2	3	4	5	6
4. You like mouthwash คุณชอบน้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5	6
5. Mouthwash is an interesting product น้ำยาบ้วนปากเป็นสินค้าที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5	6
6. Mouthwash is a good product น้ำยาบ้วนปากเป็นสินค้าที่ดี	1	2	3	4	5	6

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree						
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
7.	You like computer notebook คุณชอบคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	1	2	3	4	5 6
8.	Computer notebook is an interesting product คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นสินค้าที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5 6
9.	Computer notebook is a good product คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นสินค้าที่ดี	1	2	3	4	5 6
10.	You like anti-acne product คุณชอบผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5 6
11.	Anti-acne is an interesting product ผลิตภัณฑ์รักษาสิวเป็นสินค้าที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5 6
12.	Anti-acne is a good product ผลิตภัณฑ์รักษาสิวเป็นสินค้าที่ดี	1	2	3	4	5 6

Part V: Please identify how you react to the advertisements of the following products

ส่วนที่ 5: กรุณาระบุปฏิกิริยาของคุณที่มีต่อโฆษณาของสินค้าด้านล่าง

①=Strongly Disagree ⑥=Strongly Agree						
①=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ⑥=เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
1.	Facial tissue ad makes me feel disgusted โฆษณากระดาษเช็ดหน้าทำให้ฉันรู้สึกขยะแขยง	1	2	3	4	5 6
2.	Facial tissue ad makes me feel uneasy โฆษณากระดาษเช็ดหน้าทำให้ฉันรู้สึกอึดอัดใจ	1	2	3	4	5 6
3.	Facial tissue ad makes me feel irritated โฆษณากระดาษเช็ดหน้าทำให้ฉันรู้สึกหงุดหงิด	1	2	3	4	5 6
4.	Mouthwash ad makes me feel disgusted โฆษณากระด้างเช็ดหน้าทำให้ฉันรู้สึกขยะแขยง	1	2	3	4	5 6
5.	Mouthwash ad makes me feel uneasy โฆษณาน้ำยาบ้วนปากทำให้ฉันรู้สึกอึดอัดใจ	1	2	3	4	5 6
6.	Mouthwash ad makes me feel irritated โฆษณาน้ำยาบ้วนปากทำให้ฉันรู้สึกหงุดหงิด	1	2	3	4	5 6
7.	Notebook computer ad makes me feel disgusted โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กทำให้ฉันรู้สึกขยะแขยง	1	2	3	4	5 6
8.	Notebook computer ad makes me feel uneasy โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กทำให้ฉันรู้สึกอึดอัดใจ	1	2	3	4	5 6
9.	Notebook computer ad makes me feel irritated โฆษณาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กทำให้ฉันรู้สึกหงุดหงิด	1	2	3	4	5 6
10.	Anti-acne ad makes me feel disgusted โฆษณายาแก้สิวทำให้ฉันรู้สึกขยะแขยง	1	2	3	4	5 6
11.	Anti-acne ad makes me feel uneasy โฆษณายาแก้สิวทำให้ฉันรู้สึกอึดอัดใจ	1	2	3	4	5 6
12.	Anti-acne ad makes me feel irritated โฆษณายาแก้สิวทำให้ฉันรู้สึกหงุดหงิด	1	2	3	4	5 6

Part VI: Please rate your personal feelings towards these products

ส่วนที่ 6: กรุณาระบุความรู้สึกส่วนตัวของท่าน ที่มีต่อสินค้าและบริการด้านล่าง

①= Not offensive at all ไม่น่ารังเกียจเลย ⑤= Extremely offensive น่ารังเกียจมากที่สุด					
หมายเหตุ: “ความรู้สึกน่ารังเกียจ” ในที่นี้หมายถึง ความรู้สึกน่ารังเกียจ ไม่พอใจ ขุ่นเคืองใจ หงุดหงิด น่ารังเกียจ อึดอัดใจ ความรู้สึกเหมือนถูกสบประมาท ความรู้สึกรับไม่ได้ และ/หรือ ความรู้สึกขัดแย้งในจิตใจ					
1. Mouthwash น้ำยาบ้วนปาก	1	2	3	4	5
2. Shower cream ครีมอาบน้ำ	1	2	3	4	5
3. Condoms / Contraceptives ถุงยางอนามัย / ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด	1	2	3	4	5
4. Facial Tissue กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1	2	3	4	5
5. Dental Floss ไหมขัดฟัน	1	2	3	4	5
6. Anti-acne Products ผลิตภัณฑ์รักษาสิว	1	2	3	4	5
7. Notebook Computer เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1	2	3	4	5
8. Perfume / Cologne น้ำหอม / โคลโลญจน์	1	2	3	4	5

Part VII: Please circle your answer for the following questions

ส่วนที่ 7: กรุณาวางกลมล้อมรอบตัวเลขหน้าคำตอบของท่าน

1. What is your gender? ท่านมีเพศใด?	1. Male ชาย	2. Female หญิง
2. How old are you? ท่านมีอายุเท่าใด?	1. 20-25 4. 36-40	2. 26-30 3. 31-35
3. What is your marital status? สถานภาพสมรสของท่านเป็นอย่างไร?	1. Single โสด 3. Divorced หย่าร้าง	2. Married แต่งงาน
4. What is your highest education level? การศึกษาสูงสุดของท่านอยู่ในระดับใด?	1. High School or equivalent มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า 2. Bachelor's degree ปริญญาตรี 3. Master's degree ปริญญาโท 4. Doctoral degree ปริญญาเอก	
5. Which is the range of your current monthly income (in Thai baht)? ท่านมีรายได้ต่อเดือน (เป็นเงินบาท) อยู่ในช่วงใด?	1. 10,000 or lower (หนึ่งหมื่นหรือต่ำกว่า) 3. 25,001 – 40,000 5. More than 55,000 (มากกว่า 55,000)	2. 10,001 – 25,000 4. 40,001 – 55,000

***** Thank you very much for your cooperation!! *****

BIOGRAPHY

Name	Miss Pakakorn Rakrachakarn, Ph.D.
Date of Birth	July 23 rd , 1972
Place of Birth	Bangkok, Thailand
Current Address	577/195 Srinakarin Rd., Samrong Nua, Muang, Samutprakarn 10270
Current Position	Associate Director, International College, Sripatum University
Education	2013, Ph.D. in Management (Concentration: Marketing), College of Management, Mahidol University 2000, MBA, California State University, USA 1995, BS (Computer Science), Thammasat University