

ผนวก ก

แบบสอบถาม

“การศึกษาการรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหาร
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยข้อมูลที่จะ
ได้รับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบ
แบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในตราสินค้า (Brand
Appreciation)

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

คำแนะนำ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าคำที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ

()

ชาย

()

หญิง

2. อายุ

()

20-25 ปี

()

26-30 ปี

()

31-35 ปี

()

36-40 ปี

()

มากกว่า 40 ปี

3. ระดับการศึกษา

()

น้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา

()

ปวช. ปวส./อนุปริญญา

()

ปริญญาตรี

()

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว
 () อื่นๆ กรุณาระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ไม่เกิน 8000 บาท () 8,001-15,000 บาท
 () 15,001-22,000 บาท () 22,001-30,000 บาท
 () มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด

6. ท่านเคยรับรู้เบียร์สิงห์ไลท์/เบียร์ช้างไลท์จากสื่อใด บ่อยครั้งเพียงใด

(กรุณาใส่เครื่องหมาย✓ ในช่องแสดงจำนวนครั้งของแต่ละสื่อ)

ชนิดของสื่อ	ความบ่อยครั้ง				
	6-7 ครั้ง/ สัปดาห์	3-5 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/เดือน	นานกว่า เดือนละ ครั้ง
เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Above-the-line Promotions)	5	4	3	2	1
1. สื่อโทรทัศน์					
2. สื่อวิทยุ					
3. สื่อหนังสือพิมพ์					
4. สื่อนิตยสาร					
5. สื่อภาพยนตร์					
6. สื่อภายนอก เช่น ป้าย Billboard โปสเตอร์โฆษณาติดตามรถ โดยสาร ฯลฯ					
7. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต					

ชนิดของสื่อ	ความบ่อยครั้ง				
	6-7 ครั้ง/ สัปดาห์	3-5 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/เดือน	นานกว่า เดือนละ ครั้ง
เครื่องมือการสื่อสารไม่ผ่านสื่อมวลชน (Below-the-line Promotions)	5	4	3	2	1
1. การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชัน กิจกรรมส่งเสริมการขาย					
2. การขายโดยพนักงาน เช่น เด็ก เชียร์เปียร์ PG(Promotion Girls)					
3. กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) ต่างๆ					
4. การสนับสนุนทางการตลาด เช่น การสนับสนุนการแข่งขันกีฬา จัด คอนเสิร์ต เป็นต้น					
5. การสื่อสาร ณ จุดซื้อ Contact Point เช่น ป้าย/โลโก้โฆษณา ณ จุดขาย					
6. การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ					

8. กรุณาเลือกตอบเฉพาะตราสินค้าที่ท่านดื่มเป็นประจำเท่านั้น

[illegible]

คำถาม	ระดับความความภักดี ใน เบียร์สิงห์ไลท์					ระดับความความภักดี ใน เบียร์ช้างไลท์				
										
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
11. เบียร์ไลท์ที่ท่านดื่ม แสดงถึงบุคลิกของ คนที่มีจิตใจที่ปล่อยวาง เบาสบาย สนุกสนานในการใช้ชีวิต										
12. เบียร์ไลท์ ที่ท่านดื่มดูดี มีระดับ เป็น เบียร์พรีเมียม เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ อย่างท่าน										

Reliability (ส่วนที่ 3)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	C7.1	3.3333	.8442	30.0
2.	C7.2	3.3333	1.1547	30.0
3.	C7.3	4.0000	1.1744	30.0
4.	C7.4	3.3333	1.0933	30.0
5.	C7.5	3.2000	.8867	30.0
6.	C7.6	3.4000	.8137	30.0
7.	C7.7	3.0667	.9072	30.0
8.	C7.8	3.5000	1.0086	30.0
9.	C7.9	2.5000	1.0748	30.0
10.	C7.10	2.7667	1.1651	30.0

N of

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	32.4333	38.6678	6.2183	10

Item-total Statistics

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
C7.1	29.1000	32.9207	.5197	.7932
C7.2	29.1000	34.6448	.1979	.8299
C7.3	28.4333	31.9782	.3998	.8069
C7.4	29.1000	30.0241	.6216	.7793
C7.5	29.2333	33.1506	.4634	.7980
C7.6	29.0333	33.7575	.4493	.7997
C7.7	29.3667	30.5851	.7235	.7719

C7.8	28.9333	31.1678	.5757	.7855
C7.9	29.9333	31.5816	.4910	.7949
C7.10	29.6667	29.9540	.5768	.7846

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 10

Alpha = .8116

Reliability (ส่วนที่ 4)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	D8.1	3.0000	.9469	30.0
2.	D8.2	2.8667	1.0080	30.0
3.	D8.3	3.0333	.9994	30.0
4.	D8.4	2.3000	1.1788	30.0
5.	D8.5	1.9333	.9072	30.0
6.	D8.6	2.9333	.8683	30.0
7.	D8.7	2.6667	.9942	30.0
8.	D8.8	3.1000	1.1552	30.0
9.	D8.9	3.2667	.9072	30.0
10.	D8.10	2.8333	.9129	30.0
11.	D8.11	3.0667	.8277	30.0
12.	D8.12	3.0000	.8305	30.0

N of

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	34.0000	44.8276	6.6953	12

Item-total Statistics

Scale	Scale	Corrected	
Mean	Variance	Item-	Alpha
if Item	if Item	Total	if Item

	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
D8.1	31.0000	36.9655	.6050	.7924
D8.2	31.1333	37.9126	.4752	.8036
D8.3	30.9667	36.1023	.6433	.7882
D8.4	31.7000	34.8379	.6180	.7892
D8.5	32.0667	41.0299	.2560	.8209
D8.6	31.0667	39.3057	.4379	.8068
D8.7	31.3333	43.4023	.0333	.8404
D8.8	30.9000	36.2310	.5222	.7995
D8.9	30.7333	37.2368	.6113	.7925
D8.10	31.1667	39.5230	.3896	.8106
D8.11	30.9333	37.2368	.6836	.7884
D8.12	31.0000	39.7241	.4216	.8081

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 12

Alpha = .8176

Reliability (ส่วนที่ 3 และ 4)

_REQUEST 12

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. C7.1	3.3333	.8442	30.0
2. C7.2	3.3333	1.1547	30.0
3. C7.3	4.0000	1.1744	30.0
4. C7.4	3.3333	1.0933	30.0
5. C7.5	3.2000	.8867	30.0
6. C7.6	3.4000	.8137	30.0
7. C7.7	3.0667	.9072	30.0
8. C7.8	3.5000	1.0086	30.0

9.	C7.9	2.5000	1.0748	30.0
10.	C7.10	2.7667	1.1651	30.0
11.	D8.1	3.0000	.9469	30.0
12.	D8.2	2.8667	1.0080	30.0
13.	D8.3	3.0333	.9994	30.0
14.	D8.4	2.3000	1.1788	30.0
15.	D8.5	1.9333	.9072	30.0
16.	D8.6	2.9333	.8683	30.0
17.	D8.7	2.6667	.9942	30.0
18.	D8.8	3.1000	1.1552	30.0
19.	D8.9	3.2667	.9072	30.0
20.	D8.10	2.8333	.9129	30.0
21.	D8.11	3.0667	.8277	30.0
22.	D8.12	3.0000	.8305	30.0

N of

Statistics for Mean Variance Std Dev Variables

SCALE 66.4333 130.0471 11.4038 22

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
C7.1	63.1000	118.5759	.5852	.8646
C7.2	63.1000	120.5759	.3209	.8730
C7.3	62.4333	120.0471	.3350	.8727
C7.4	63.1000	114.6448	.6068	.8626
C7.5	63.2333	120.3230	.4595	.8679
C7.6	63.0333	122.2402	.3971	.8697

C7.7	63.3667	118.3782	.5494	.8652
C7.8	62.9333	119.8575	.4153	.8692
C7.9	63.9333	117.4437	.4914	.8667
C7.10	63.6667	114.9195	.5512	.8646
D8.1	63.4333	117.3575	.5749	.8643
D8.2	63.5667	122.0471	.3136	.8724
D8.3	63.4000	116.8000	.5670	.8643
D8.4	64.1333	114.4644	.5627	.8641
D8.5	64.5000	125.7759	.1695	.8761
D8.6	63.5000	120.1897	.4781	.8674
D8.7	63.7667	128.5299	.0235	.8812
D8.8	63.3333	113.4713	.6193	.8620
D8.9	63.1667	117.5920	.5912	.8640
D8.10	63.6000	118.6621	.5306	.8658
D8.11	63.3667	117.6885	.6500	.8629
D8.12	63.4333	123.0126	.3444	.8711

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 22

Alpha = .8732