ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามเรื่อง การเปรียบเทียบความผูกพันของลูกค้าต่อตราสินค้าของธุรกิจบริการ

<u>วัตถุประสงค์</u>

เพื่อพัฒนามาตรวัดความผูกพันระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าในธุรกิจบริการ

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรวัดความผูกพันระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าในธุรกิจบริการ

ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา และนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาววรางคณา เลามาสุวพันธ์ รหัส 501532041
นักศึกษาปริญญาโท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

[ ]1. ชาย [ ]2. หญิง

2. อายุ

[ ]1. ไม่เกิน 20 ปี [ ]2. 21-30 ปี

[ ]3. 31 – 40 ปี [ ]4. 41 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

[ ]1. นักเรียน/นักศึกษา [ ]2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[ ]3. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง [ ]4. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

[ ]5. อาชีพอิสระ ทนายความ แพทย์ [ ]6. เกษียณราชการ / แม่บ้าน

[ ]7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

[ ]1. ไม่เกิน 10,000 บาท [ ]2. 10,000-15,000 บาท

[ ]3. 15,001-20,000 บาท [ ]4. 20,001-25,000 บาท

[ ]5. 25,001-30,000 บาท [ ]6. 30,001 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดความผูกพันต่อตราสินค้า

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเลือกหรือตรงกับความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 เฉยๆ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

ความผูกพันต่อตราสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า(Confidence)					
1) ฉันสามารถเชื่อมั่นในตราสินค้านี้					
2) ฉันได้รับทุกอย่างที่ตราสินค้านี้ได้โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้					
ความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (Integrity)					
1) ฉันรู้สึกว่าฉันได้รับการดูแลเป็นอย่างดีเมื่อฉันเข้าใช้บริการ					
2) เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการบริการฉันได้รับการแก้ปัญหาจนเป็นที่พอใจ					
ความภูมิใจในตราสินค้า (Pride)					
1) ฉันรู้สึกภูมิใจที่ได้ซื้อสินค้า/ใช้บริการ					
2) เมื่อฉันเข้าไปใช้บริการพนักงานให้เกียรติฉันอย่างยิ่ง					
3) ฉันรู้สึกว่าฉันเป็นคนมีระดับเมื่อใช้บริการ/ซื้อสินค้า					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความผูกพันต่อตราสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
<u>ความหลงใหลในตราสินค้า (Passion)</u>					
1) ตราสินค้านี้เป็นตราสินค้าที่เหมาะสมสำหรับฉัน					
2) ฉันรู้สึกหลงใหลในตราสินค้า					
<u>เหตุผล</u>					
1) ฉันมีความพึงพอใจอย่างยิ่งในตราสินค้า					
2) ฉันรู้สึกอยากกลับมาซื้อ/ใช้บริการอยู่เสมอ					
3) ฉันอยากที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนที่เกี่ยวข้องไปซื้อสินค้า/ใช้บริการ					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาววรางคณา เลามาสุวพันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	8 มกราคม 2517
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการธนาคารธนชาต สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved