



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่ม

องค์ประกอบทางกายภาพ (Physique)

1. คำว่าโครงการหลวง/รูปแบบตัวอักษร

ในที่นี่ให้แสดงเฉพาะตัวอักษรของโครงการหลวง

- คิดถึงสิ่งใด
- ลักษณะตัวอักษร

2. สัญลักษณ์

ให้แสดงเฉพาะตราสินค้าของโครงการหลวง

- เห็นตราโครงการหลวงแล้วคิดถึงอะไรบ้าง
- ภาพภูเขาในตราสินค้าทำให้นึกถึงอะไร

3. สีที่ใช้

แสดงเฉดสีต่าง ๆ กัน โดยสีจะประกอบด้วย สีที่อยู่ภายในโครงการหลวงทั้งหมด แต่จะแยกแสดงเฉพาะสี

- แต่ละสีให้ความรู้สึกเช่นใด
- สีฟ้า - สีเขียวเข้ม
- สีเขียวอ่อน - สีเหลือง - สีดำ

4. รูปทรง/ขนาดที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์

แสดงรูปวงกลม และรูปวงรี จากนั้นก็แสดงตราโครงการหลวงขนาดต่าง ๆ ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสังเกตอัตราส่วนที่เหมาะสม

- รูปทรงกลม - รูปวงรี
- อัตราส่วนแบบเล็ก - อัตราส่วนปานกลาง - อัตราส่วนใหญ่

5. แสดงชนิดกระดาษที่ใช้

นำกระดาษชนิดต่าง ๆ กัน แต่ผสมกระดาษสติ๊กเกอร์ของโครงการหลวงเข้าไปด้วย แล้วถามความคิดเห็น

6. เมื่อได้ยินคำว่าโครงการหลวงคิดถึงอะไรบ้าง

ถามความคิดเห็นว่าคิดถึงอะไรในด้านต่อไปนี้

- ด้านทั่วไป - ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านคุณภาพ - ด้านราคา

องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (Personality)

จะถามในส่วนของบุคลิกโครงการหลวงว่าเป็นอย่างไร โดยถามว่าเมื่อเห็นตราสินค้าโครงการหลวงแล้วรู้สึกถึงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หรือไม่ โดยการแสดงป้ายต่าง ๆ เหล่านี้ขึ้น จากนั้นให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ เขียนหมายเลขที่ตัวเองรู้สึกถึงโครงการหลวงลงไป

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| - ใช้งานง่าย/ไม่ซับซ้อน | - มั่นใจในการใช้งาน |
| - ใช้งานได้จริง | - ทนทานเมื่อใช้ |
| - เป็นมืออาชีพ | - มั่นใจในความปลอดภัย |
| - ใช้งานได้คุ้มค่า | - ความเป็นผู้นำ |
| - รู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ | - มีระดับ |
| - เป็นกันเอง | - ดึงดูดให้มอง |
| - เป็นที่นิยม | - รูปทรงสวยงาม |
| - แสดงถึงความสุขุม | - มีเสน่ห์น่าหลงใหล |
| - แสดงถึงความมุ่งมั่น | - อ่อนโยน |
| - แสดงถึงความเป็นวัยรุ่น | - คล่องตัว |
| - สร้างจินตนาการ | - แข็งแกร่ง |
| - ไม่เหมือนใคร | - ใช้งานได้ยาวนาน |
| - ทันสมัย | |

องค์ประกอบด้านความสามารถในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้า (Reflection)

จะใช้ Self-concept connection (Fournier, 1994) ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าคิดเอาเองว่าตนเองกับตราสินค้ามีอะไรๆ ที่เหมือนกัน (Somethings in common) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ได้แก่

- 1) ตัวสินค้าและฉันมีหลายอย่างเหมือนกัน
- 2) ภาพลักษณ์ของตราสินค้าและภาพลักษณ์ของฉันคล้ายกันหลาย ๆ อย่าง
- 3) ตราสินค้านี้บอกถึงสิ่งที่ฉันเป็นหรือสิ่งที่ฉันต้องการเป็น
- 4) ตราสินค้านี้ย้ำเตือนฉันว่าฉันเป็นอย่างไร
- 5) ตราสินค้านี้เป็นส่วนหนึ่งของตัวฉัน

การทดสอบแบบสอบถาม

ภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ก่อนดำเนินการวิจัยภาคสนามจริง
2. เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการศึกษา

วิธีการทดสอบแบบสอบถาม

ดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ให้บริการร้านโครงการหลวง สาขาสุเทพ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาจำนวน 10 ราย ผู้ศึกษาเป็นผู้ดำเนินการทดสอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ระยะเวลาในการดำเนินการ วันที่ 30 พฤษภาคม 2552

ก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาแนะนำตัวแก่ผู้ให้บริการร้านโครงการหลวง และขอความร่วมมือโดยขอให้ผู้ให้บริการกรอกแบบสอบถามเอง หรือผู้ศึกษาอ่านและกรอกแบบสอบถามให้หากถูกร้องขอ

ภายหลังการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแล้ว มีการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความเข้าใจคำถามในแต่ละข้อ โดยต้องการทราบว่าผู้ตอบมีความเข้าใจคำถามดีแล้วหรือไม่ มีข้อใดที่อ่านแล้วเข้าใจยาก หรือสมควรแก้ไขให้สะดวกต่อการตอบหรือไม่ นอกจากนี้มีคำถามใดที่ยากให้เพิ่มเติม หรือมีข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบสอบถามหรือไม่

ผลการทดสอบแบบสอบถาม

จากการทดสอบแบบสอบถามมีข้อควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับแบบสอบถามและข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับการแจกแบบสอบถาม ดังนี้

1. ข้อที่ 3 อาชีพ (หน้าที่ 2) มีผู้ตอบ 1 ท่าน เลือกตอบ (6) อื่นๆ (โปรดระบุ) แต่ไม่ได้ระบุอาชีพที่ทำ

การปรับปรุง ในการเก็บแบบสอบถามจริง จะต้องมีการตรวจสอบคำตอบก่อน เพื่อให้ได้ข้อร้องให้ผู้ตอบ ตอบคำถามให้ครบถ้วน

2. ข้อที่ 6 ท่านรู้จักโครงการหลวงได้อย่างไร (หน้าที่ 2) มีผู้ตอบ 3 ท่านที่เลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบบางท่านได้สอบถามว่า ในข้อนี้สามารถเลือกตอบได้กี่ข้อ

การปรับปรุง เพิ่มเติมข้อความ “โปรดเลือกเพียงข้อเดียว” สำหรับคำถามข้อนี้ เพื่อให้ผู้ตอบ เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

3. ข้อที่ 10 (ค) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ชาวเขา โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าในชุดคำถามมีคำถามข้อ (ก) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ในหลวง ซึ่งเมื่ออ่านแล้วเห็นว่าสมควรนำ ชาวเขา มาใส่ในชุดคำถามเดียวกัน และนอกจากนี้ข้อ (ค) ยังเป็นคำถามที่ซ้ำซ้อนกับข้อ (จ) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง การส่งเสริมอาชีพให้ชาวเขา

การปรับปรุง เพื่อไม่ให้เกิดความลำบากใจในการตอบและปัญหาความซ้ำซ้อนของแบบสอบถาม จึงควรตัดคำถามข้อนี้ออกจากแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาเห็นว่า ควรเพิ่มคำถาม “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ดอยคำ เข้ามาแทน โดยเลือกคำว่า ดอยคำ เนื่องจากหลักการและเหตุผลของการศึกษา

4. ข้อที่ 10 (ท) อื่นๆ (โปรดระบุ) เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเติมว่าเมื่อพูดถึงคำว่าโครงการหลวงแล้วจะคิดถึงอะไรนอกเหนือจากที่ได้ระบุไป มีผู้ตอบ 1 ท่าน ระบุว่า ร้านขายผัก

การปรับปรุง เมื่อเก็บแบบสอบถามจริง จะยังคงคำถามข้อนี้ไว้ เนื่องจากมีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้ตอบที่คิดถึงสิ่งอื่นนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในแบบสอบถาม

5. ข้อ 10 ที่มีข้อย่อในวงเล็บเป็นอักษรไทย ในส่วนนี้เมื่อผู้ศึกษาได้ลองวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบว่าการมีข้อย่อในวงเล็บเป็นอักษรไทย สร้างความยุ่งยากในการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ

การปรับปรุง เพื่อให้การวิเคราะห์ทางสถิติสะดวกขึ้น จึงแก้ไขหัวข้อย่อเป็นตัวเลขและอยู่ในวงเล็บแทน

6. ข้อ 12 จากสัญลักษณ์ด้านล่างนี้ ทำให้ท่านนึกถึงอะไร พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 ท่าน ที่เลือกตอบมากกว่าหนึ่งข้อ

การปรับปรุง เพิ่มเติมข้อความ “โปรดเลือกเพียงข้อเดียว” สำหรับคำถามข้อนี้ เพื่อให้ผู้ตอบ เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

7. ข้อ 13 ทั้งหมด มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 ท่านเห็นว่าเป็นคำถามที่ตอบยาก เนื่องจากเห็นว่าคำถามเกี่ยวกับตราโครงการ ไม่ใช่ตัวสินค้า นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านที่บอกว่าเป็นคำถามที่เข้าใจยาก ต้องอ่านโจทย์หลายครั้ง และต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม บางคำถามทำให้สับสน

การปรับปรุง เพิ่มเติมคำอธิบายในโจทย์ ขยายความในส่วนของตัวอย่างให้ละเอียดมากยิ่งขึ้นและปรับคำในแต่ละคำถาม เพื่อลดความสับสน และทำให้เข้าใจวิธีการตอบคำถามมากขึ้น

8. ข้อ 13 มีผู้ตอบแบบสอบถาม สงสัยว่าทำไมจึงไม่เรียง คำคู่โดยให้คำที่มีความหมายเป็นบวกอยู่ฝั่งเดียวกันทั้งหมด เพื่อความสะดวกของการตอบ

การปรับปรุง ไม่ได้มีการแก้ไข เนื่องจากการใช้คำถามในลักษณะ Semantic scale นี้ ตามวิธีการวิจัยแล้วควรมีการสลับคำทั้งด้านบวกและลบ เพื่อเป็นการตรวจสอบการตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และทำให้แน่ใจว่าไม่มีการตอบคำถามแบบไม่อ่านโจทย์

9. ข้อ 13 (ง) มีการพิมพ์คำถามผิด จากคำว่าเสี่ยงในการใช้งาน โดยพิมพ์เป็น เสี่ยงในการใช้งาน

การปรับปรุง แก้ไขคำผิดให้ถูกต้อง

10. ข้อ 13 ที่มีข้อย่อในวงเล็บเป็นอักษรไทย ในส่วนนี้เมื่อผู้ศึกษาได้ลงวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบว่าการมีข้อย่อในวงเล็บเป็นอักษรไทย สร้างความยุ่งยากในการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ

การปรับปรุง เพื่อให้การวิเคราะห์ทางสถิติสะดวกขึ้น จึงแก้ไขหัวข้อย่อเป็นตัวเลขและอยู่ในวงเล็บแทน

11. ข้อ 14 สิ้นค้าโครงการหลวงและฉันมีหลายอย่างเหมือนกัน และ 15 ภาพลักษณะของตรา สิ้นค้าโครงการหลวงภาพลักษณะของฉันคล้ายกันในหลายๆ อย่าง มีผู้ไม่เข้าใจคำถาม คือไม่เข้าใจเลยว่าถามอะไร จำนวน 1 ท่าน และบอกว่าข้อ 15 ตอบยากเพราะข้อแต่ฝึกไม่เข้าใจว่าจะเกี่ยวข้องกันอย่างไร และคิดว่าอาจจะหมายถึงผลิตภัณฑ์อื่นของโครงการหลวง อีก 1 ท่านบอกว่าคำถามตั้งแต่ข้อ 14 ถึง 18 อ่านแล้ว งง ไม่ทราบว่าจะคืออะไร

การปรับปรุง ปรับเปลี่ยนข้อความ โดยเพิ่มคำอธิบาย และจัดเรียงให้เหมาะสมขึ้น โดยยังคงความหมายเดิมของคำถามไว้

12. ข้อ 14 ถึง ข้อ 18 จากการอ่านแบบสอบถามโดยรวมพบว่ารูปแบบข้อคำถามทั้ง 5 ข้อนี้ ไม่สอดคล้องกับภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบกับคำถามในลักษณะเดียวกันในข้อ 10

การปรับปรุง แก้ไขให้ข้อ 14 เป็นหัวข้อคำถามเช่นเดียวกับข้อ 10 โดยมี 5 ข้อย่อ เป็นตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บ เพื่อลดจำนวนข้อของแบบสอบถามโดยรวม และสะดวกต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

13. เมื่อแจกแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ที่มาใช้บริการซื้อสินค้าที่ร้านโครงการหลวงเป็นครั้งแรก และไม่รู้จักตราโครงการหลวงมาก่อน ซึ่งไม่สามารถให้คำตอบใดๆ เกี่ยวกับการศึกษาได้

การปรับปรุง เมื่อแจกแบบสอบถามจริง ควรมีการถามคำถามนำเพื่อตรวจสอบว่าเป็นผู้ใช้บริการเป้าหมายหรือไม่ โดยอาจถามว่า “ปกติเคยซื้อสินค้าโครงการหลวงหรือไม่” หากคำตอบเป็น ใช่ จึงจะแจกแบบสอบถาม

14. นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ข้อเสนอแนะ เช่น เป็นแบบสอบถามที่ยาวมาก จำนวนคำถามมาก ทำให้ใช้เวลาในการตอบนาน และบางคำถาม (โดยเฉพาะคำถามข้อ 13 และ ข้อ 14 ถึง ข้อ 18) เป็นคำถามที่เข้าใจยาก และตอบได้ยาก และตัวอักษรในแบบสอบถามค่อนข้างเล็ก ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งหลายท่านเป็นผู้สูงอายุ ไม่สามารถอ่านเองได้ ผู้ศึกษาจึงเป็นผู้อ่านแบบสอบถามให้ฟังแทน

การปรับปรุง เพิ่มขนาดตัวอักษร และจัดพิมพ์แบบสอบถามจริงในแบบสองหน้า (ใช้กระดาษทั้งด้านหน้าและด้านหลัง) เพื่อลดความหนาของแบบสอบถาม ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่คิดว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคำถามเยอะ

ผลการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น

จากแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด พบว่า ในส่วนที่ 1 ข้อ 3 อาชีพ มีผู้ตอบ อื่นๆ แต่ไม่ระบุคำตอบ 1 ท่าน ส่วนที่ 2 ข้อ 13 (ง) มีผู้ไม่ตอบจำนวน 1 ท่าน เมื่อพิจารณาแล้วอาจเกิดจากการพิมพ์คำถามในข้อดังกล่าวผิดพลาดทำให้ผู้ตอบไม่สามารถตอบได้ ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงได้แก้ไขและตรวจทานการพิมพ์มิให้เกิดความผิดพลาดอีก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษางานค้นคว้าแบบอิสระในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะถูกรักษาเป็นความลับ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 หน้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง |
| ส่วนที่ 3 | ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

1. เพศ

<input type="checkbox"/> (1) หญิง	<input type="checkbox"/> (2) ชาย
-----------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> (1) 20 ปี หรือ ต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> (2) 21 – 30 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 31 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> (4) 41 – 50 ปี
<input type="checkbox"/> (5) 51 – 60 ปี	<input type="checkbox"/> (6) มากกว่า 60 ปี
3. อาชีพ

<input type="checkbox"/> (1) นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> (2) ข้าราชการ
<input type="checkbox"/> (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> (4) พนักงานเอกชน
<input type="checkbox"/> (5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> (6) อื่นๆ (โปรดระบุ)
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> (1) ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> (3) มัธยมปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> (4) อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> (5)ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> (6) ปริญญาโท และสูงกว่า
5. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> (1) 5,000 บาทและต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> (2) 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> (3) 10,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> (4) 20,001 – 50,000 บาท
<input type="checkbox"/> (5) 50,001 – 100,000 บาท	<input type="checkbox"/> (6) สูงกว่า 100,000 บาท
6. ท่านรู้จักโครงการหลวงมากี่ปี

<input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่า 1 ปี	<input type="checkbox"/> (2) 1 – 5 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 6 – 10 ปี	<input type="checkbox"/> (4) มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
<input type="checkbox"/> (9) อื่นๆ (โปรดระบุ)	
7. โดยเฉลี่ยท่านซื้อสินค้าของโครงการหลวงบ่อยแค่ไหนในหนึ่งเดือน

<input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่าเดือนละครั้ง	<input type="checkbox"/> (2) เดือนละ 1-2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> (3) เดือนละ 3-4 ครั้ง	<input type="checkbox"/> (4) เดือนละ 5 ครั้ง หรือมากกว่า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง

8. คำว่า “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึงคำต่างๆ ต่อไปนี้ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย
 ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5
(1) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ในหลวง					
(2) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง โครงการในพระราชดำริ					
(3) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ดอยคำ					
(4) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง คำว่า “อร้อย ดี”					
(5) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง การส่งเสริมอาชีพให้ชาวเขา					
(6) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง ตราโครงการหลวง					
(7) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง พืชผักสะอาด					
(8) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง สินค้าปลอดสารพิษ					
(9) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง พืชผักต่างประเทศที่หาทานได้ยาก					
(10) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง พืชเมืองหนาว					
(11) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง สินค้าที่มีคุณภาพ					
(12) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง สินค้าเพื่อสุขภาพ					
(13) “โครงการหลวง” ทำให้ท่านคิดถึง สินค้าราคาแพง					
(14) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

11. เมื่อเปรียบเทียบ “โครงการหลวง” เป็นสี ท่านคิดว่า โครงการหลวง ควรเป็นสีใด โปรดเลือกข้อที่ตรงกับความรู้สึกของท่านเพียงข้อเดียว

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) สีฟ้า | <input type="checkbox"/> (2) สีเขียวเข้ม |
| <input type="checkbox"/> (3) สีเหลือง | <input type="checkbox"/> (4) สีเขียวอ่อน |
| <input type="checkbox"/> (5) สีเขียวใบตองอ่อน | <input type="checkbox"/> (6) สีแดง |

12. จากสัญลักษณ์ด้านล่างนี้ ทำให้ท่านนึกถึงอะไร โปรดเลือกเพียงข้อเดียว



- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) โครงการพระราชดำริ | <input type="checkbox"/> (2) โครงการหลวง |
| <input type="checkbox"/> (3) สินค้าภูฟ้า | <input type="checkbox"/> (4) ร้านดอยตุง |
| <input type="checkbox"/> (5) ตราดอยคำ | <input type="checkbox"/> (6) อื่นๆ (โปรดระบุ) |

13. เมื่อเปรียบเทียบคำแต่ละคู่ต่อไปนี้ กับสินค้า “โครงการหลวง” ท่านเห็นว่า สินค้าโครงการหลวง มีความเหมาะสมหรือใกล้เคียงกับคำใด กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามระดับความรู้สึกของท่าน เช่น

สวยงาม | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ | น่าเกลียด

หากท่านรู้สึกว่ตรา “โครงการหลวง” มีความใกล้เคียงกับคำว่า “สวยงาม” มาก และห่างไกลจากคำว่า “น่าเกลียด” มากที่สุด ท่านสามารถทำเครื่องหมาย ✓ ดังตัวอย่างด้านล่าง

สวยงาม | ✓ | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ | น่าเกลียด

หากท่านรู้สึกว่ตรา “โครงการหลวง” มีความไม่ค่อยสวย ค่อนไปทาง “น่าเกลียด” มากกว่า ท่านสามารถทำเครื่องหมาย ✓ ดังตัวอย่างด้านล่าง

สวยงาม | ___ | ___ | ___ | ___ | ✓ | ___ | ___ | น่าเกลียด

(1) มั่นใจในความปลอดภัย	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	เสี่ยงเรื่องความปลอดภัย
(2) มีระดับ	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ไว้ระดับ
(3) แข็งแกร่ง	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	อ่อนแอ
(4) เสี่ยงเรื่องการใช้งาน	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	มั่นใจในการใช้งาน
(5) เป็นมืออาชีพ	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	เป็นมือสมัครเล่น
(6) ใช้ได้อย่างคุ้มค่า	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ใช้แล้วไม่คุ้มค่า
(7) แสดงถึงความมุ่งมั่น	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	แสดงถึงความโลเล
(8) เป็นของไหล	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ไม่เหมือนใคร
(9) เป็นที่นิยม	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ไม่เป็นที่นิยม
(10) ทันสมัย	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ล้าสมัย
(11) แข็งกระด้าง	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	อ่อนโยน
(12) สร้างจินตนาการ	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	ไว้จินตนาการ
(13) ใช้งานได้จริง	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	เหมาะสำหรับโชว์
(14) ใช้งานง่าย	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	สลับซับซ้อน
(15) แสดงถึงความสุขุม	___ ___ ___ ___ ___ ___ ___	แสดงถึงความไม่สุขุม

13. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5
(1) ถ้าเปรียบโครงการหลวงเป็นคนหนึ่งคน คนคนนี้มีลักษณะหลายอย่างที่เหมือนกับฉัน					
(2) ภาพลักษณ์ของฉัน กับภาพลักษณ์ของตราสินค้าโครงการหลวง มีความคล้ายคลึงกันในหลายๆ ด้าน					
(3) ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ฉันเป็น หรือสิ่งที่ฉันต้องการจะเป็น					
(4) ตราสินค้าโครงการหลวงช่วยย้ำเตือนว่า ฉันเป็นอย่างไร					
(5) ตราสินค้าโครงการหลวงเป็นส่วนหนึ่งของตัวฉัน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ

14. ท่านมีปัญหา หรือข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าภายใต้การดำเนินงานด้านการตลาดของโครงการหลวง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณมากครับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นายมานิช เตชะเจริญวิกุล
วัน เดือน ปี เกิด	30 พฤศจิกายน 2523
ประวัติการศึกษา	ปี 2542 – 2545 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	ปี 2546 – 2550 เปิดกิจการร้าน Internet café

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved