

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตติ สิริพัลลภ. (2542). การสร้างคุณค่าให้กับตราयीหือ. วารสารบริหารธุรกิจ. 81 (มกราคม - มีนาคม). 33-44.
- "นี่เวีย" ก้าวคืนแชมป์ตลาดโลชั่น ส่งผลิตภัณฑ์ใหม่รุกตลาดปลายปี เจาะกลุ่มไวท์เทนนิ่ง. (2541). กรุงเทพธุรกิจ. (30 กันยายน). 7.
- นี่เวียปรับขบวนตลาดใหม่ ตั้ง ผจก. เพิ่มดูแลงานเฉพาะ. (2540). ผู้จัดการรายวัน. (18 สิงหาคม). 18.
- ปฏิคม พลัปลึง. (2537). ผนึกกลยุทธ์ Multi Brand ... Umbrella Brand สร้างความได้เปรียบในสงครามการตลาด. วารสารคู่แข่ง. 176 (ปีกษหลัง ธันวาคม). 159-166.
- วิไลรักษ์ อามิตร. (2534). "ความสัมพันธ์ระหว่างความเกี่ยวพันกับสินค้าและความผูกพันต่อตราयीหือ ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ศศิ วัฒนพานิช. (2541). เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง "Brand Building". วิชาสัมมนาการโฆษณา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ. (2541). สถิติประชากรจากการจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518-2541. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง. (อัดสำเนา)
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, กองวางแผนและพัฒนาเมือง. (2542). ขอบเขตพื้นที่และการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง. (อัดสำเนา)

ภาษาอังกฤษ

- Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on value of a brand name. New York, NY: Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). Building strong brands. New York, NY: Free Press.

- Aaker, D. A., Batra, R., & Myers, J. G. (1992). Advertising management (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Aaker, D. A. & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluation of brand extensions. Journal of Marketing, 54, 27-41.
- Assael, H. (1994). Consumer behavior and marketing action (5th ed.) Cincinnati, OH: International Thompson Publishing.
- Baldinger, A. L. & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty: The link between attitude and behavior. Journal of Advertising Research, 22-34.
- Berkman, H. W., Lindquist, J. D. & Sirgy, M. J. (1996). Consumer behavior. Chicago, IL: NTC Business Books.
- Boush, D. M. & Loken, B. (1991). A process-tracing study of brand extension evaluation. Journal of Marketing Research, 28, 16-28.
- Broniarczyk, S. M. & Alba, J. W. (1994). The importance of brand in brand extension. Journal of Marketing Research, 31, 214-228.
- Bruner, G. C. & Hensel, P. J. (1992). Marketing scale handbook: A compilation of multi-item measures volume II. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Bruner, G. C. & Hensel, P. J. (1996). Marketing scale handbook: A compilation of multi-item measures volume II. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Chance, P. (1979). Learning and behavior. Belmont, CA: Wadsworth.
- Engel, J. F. & Blackwell, R. D. (1993). Consumer behavior (7th ed.). New York, NY: Holt, Rinehart, and Winston.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. Marketing Research, 1 (3), 24-33.
- Fiske, S. T. & Parvelchak, M. A. (1986). Category-based versus piecemeal-based affective response: Developments in schema-triggered affect. In R. M. Sorrentino & E.T. Higgins (Eds.) The handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior. New York, NY: Guilford Press.
- Gardner, M. P. (1985). Does attitude toward the ad affect brand attitude under a brand evaluation set ?. Journal of Marketing Research, 22, 192-198.
- Horton, R. L. (1984). Buyer behavior: A decision making approach. Columbus, OH: Carl E. Merrill.

- Houston, M. J. & Rothschild, M. L. (1978). Conceptual and methodological perspective on involvement. In S. C. Jan (Ed.), Research frontier in marketing: Dialogues and direction. (pp. 184-187). Chicago, IL: American Marketing Association.
- Howard, J. A. (1989). Consumer behavior in marketing strategy. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Jacoby, J. & Chestnut, R. W. (1978). Brand loyalty: Measurement and management. New York, NY: John Wiley & Son.
- Jacoby, J. & Kyner, D. (1973). Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior. Journal of Marketing Research. 10,1-9.
- Kapferer, J. N. (1993). Strategic brand management: A new approach to creating and evaluating brand equity. New York, NY: Free Press.
- Keller, K. L. (1998). Strategic brand management: Building measure. and management brand equity. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Keller, K. L. & Aaker, D. A. (1992). The effects of sequential introduction of brand extension. Journal of Marketing Research. 29, 35-50.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis. planning. implementation and control (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Loken, B. & John, D. R. (1993). Diluting brand beliefs: When do brand extensions have a negative impacts ?. Journal of marketing. 57, 71-84.
- Lutz, R. J. (1991). The role of attitude theory in marketing. In H. H. Kassarian, & T. Robertson (Eds.), Perspectives in consumer behavior (4th ed., pp. 317-337). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Miniard, P. W., Bhatla, S. & Rose, R. L. (1990). On the formation and relationship of ad and brand attitudes: An experimental and causal analysis. Journal of Marketing Research. 27, 290-303.
- Mowen, J. (1993). Consumer behavior (3rd ed.). New York, NY: MacMillan.
- Murphy, J. M. (1987). Branding: A key marketing tool. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research. 17, 46-49.

- Olshavsky, R. W. & Miller, J. A. (1972). Consumer expectations, product performance, and perceived product quality. Journal of Marketing Research, 9, 19-21.
- Park, C. W., Milberg, S. & Lawson, R. (1991). Evaluation of brand extensions: The role of product level similarity and brand concept consistency. Journal of Consumer Research, 18, 185-193.
- Parvelchak, M. A. (1989). Piecemeal and category-beased evaluation: An idiographic analysis. Journal of Personality and Social Psychology, 56, 354-363.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (1996). Consumer behavior and marketing strategy (4th ed.). Chicago, IL: Irwin.
- Ratchford, B. T. (1987). New insights about the FCB grid. Journal of Advertising Research, 27(4), 24-28.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sherif, C., & Sherif, M. (1967). Attitude, ego involvement and change. New York, NY: Wiley.
- Sirgy, M. J. (1998). Integrated marketing communication: A systems approach. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Tauber, E. M. (1988). Brand leverage: Strategy for growth in a cost-control world. Journal of Advertising Research, 28, 26-30.
- Tse, D. A. & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction: An extension. Journal of Marketing Research, 25, 204-212.
- Ward, S. & Robertson, T. S. (1973). Consumer behavior: Theoretical sources. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Walters, C. G. (1974). Consumer behavior: Theory and practice. Home Wood, IL: Irwin.
- Wilkie, W. L. (1994). Consumer behavior (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Son.
- Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. In B. Zeithaml (Ed.), Review of marketing (pp. 68-132). Chicago, IL: American Marketing Association.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ สำหรับการศึกษาระดับมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่าน ตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้สำหรับการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 1 : กรุณาตอบคำถาม หรือใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงกับหัวข้อที่ท่านต้องการเลือก เพียงข้อเดียว

1. อายุ _____ ปี
2. สถานภาพทางครอบครัว
 - 1 () โสด
 - 2 () สมรส
 - 3 () แยกกันอยู่ / หม้าย
 - 4 () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - 1 () มัธยมต้นหรือเทียบเท่า
 - 2 () มัธยมปลายหรือเทียบเท่า
 - 3 () อาชีวศึกษา
 - 4 () อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 - 5 () ปริญญาตรี
 - 6 () สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 - 1 () นิสิต / นักศึกษา
 - 2 () รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 - 3 () เจ้าของกิจการ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 4 () พนักงานบริษัทเอกชน
 - 5 () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน
 - 1 () 5,000 บาท หรือต่ำกว่า
 - 2 () 5,001 - 10,000 บาท
 - 3 () 10,001 - 15,000 บาท
 - 4 () 15,001 - 20,000 บาท
 - 5 () 20,001 - 25,000 บาท
 - 6 () 25,001 - 30,000 บาท
 - 7 () 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : มีคำชี้แจงประกอบสำหรับการตอบแบบสอบถาม

1. คุณใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหรือไม่

1 () ใช่

2 () ไม่ใช่

2. โปรดระบุยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวที่คุณเคยใช้ _____

(ถ้าคำตอบของคุณมียี่ห้อนี้โดยรวมอยู่โปรดทำต่อข้อ 3 ถ้าไม่มีโปรดข้ามไปทำข้อ 1 ส่วนที่ 3)

ข้อ 3 – 10 โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ให้ตรงกับหัวข้อที่ตรงกับความรู้สึกของคุณมากที่สุด เพียงข้อเดียว

| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
|--|-------------------|----------|----------|-------------|----------------------|
| 3. คุณภาพโลชั่นบำรุงผิวนี้เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของคุณ | | | | | |
| 4. คุณมีความพอใจต่อโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียง | | | | | |
| 5. คุณจะซื้อโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียงในครั้งต่อไป | | | | | |
| 6. คุณจะแนะนำให้คนที่คุณรู้จักซื้อโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียง | | | | | |
| 7. คุณรู้สึกว่า โลชั่นบำรุงผิวนี้เพียง มีความแตกต่างจากโลชั่นบำรุงผิวยี่ห้ออื่นๆ | | | | | |
| 8. คุณคิดว่าตัวคุณเองเป็นคนที่มีความมั่นคงต่อตรายี่ห้อของโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียง | | | | | |
| 9. ถ้าโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียงไม่มีขายในร้านค้า คุณจะรู้สึกลำบากใจในการที่จะเลือกโลชั่นบำรุงผิวยี่ห้ออื่นทดแทนโลชั่นนี้เพียง | | | | | |
| 10. เมื่อโลชั่นบำรุงผิวยี่ห้ออื่นลดราคา คุณจะเลือกซื้อยี่ห้ออื่นแทนโลชั่นบำรุงผิวนี้เพียง | | | | | |

ข้อ 11 – 18 กรุณาทำเครื่องหมาย O รอบตัวเลข ที่มีระดับคะแนนตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุด (กรุณาคำถามตอบทุกข้อ โดยไม่จำเป็นต้องเคยใช้ผลิตภัณฑ์)

11. คุณคิดว่าโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล มีคุณภาพเป็นอย่างไร
- | | | | | | |
|-----------------|---|---|---|---|-----------------|
| คุณภาพสูงที่สุด | | | | | คุณภาพต่ำที่สุด |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
12. คุณคิดว่า โลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล มีความน่าสนใจเพียงใด
- | | | | | | |
|------------------|---|---|---|---|---------------|
| น่าสนใจมากที่สุด | | | | | ไม่น่าสนใจเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
13. คุณคิดว่า มีความเหมาะสมเพียงใด ในการที่บริษัทนี้เวีย ผลิตโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล
- | | | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|---------------|
| มีความเหมาะสมมากที่สุด | | | | | ไม่เหมาะสมเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
14. ถ้าพิจารณาคุณสมบัติด้านความอ่อนโยนต่อผิว คุณคิดว่าโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล มีความอ่อนโยนต่อผิวอยู่ในระดับใด
- | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---------------------|
| อ่อนโยนต่อผิวเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่อ่อนโยนต่อผิวเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
15. คุณคิดว่า บริษัทนี้เวีย มีความชำนาญเพียงใด ในการผลิตโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาว
- | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|-------------------|
| มีความชำนาญเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่มีความชำนาญเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
16. คุณคิดว่า บริษัทนี้เวีย มีความน่าไว้วางใจเพียงใด ในการผลิตโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาว
- | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|-------------------|
| น่าไว้วางใจเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่น่าไว้วางใจเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
17. คุณคิดว่า โลชั่นบำรุงผิวนีเวียและโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล มีความเกี่ยวข้องกันเพียงใด
- | | | | | | |
|------------------------------|---|---|---|---|---------------------------|
| มีความเกี่ยวข้องกันมากที่สุด | | | | | ไม่มีความเกี่ยวข้องกันเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
18. คุณคิดว่า โลชั่นบำรุงผิวนีเวียและโลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยให้ผิวขาวนวล มีความคล้ายกันเพียงใด
- | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|----------------------|
| มีความคล้ายกันมากที่สุด | | | | | ไม่มีความคล้ายกันเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

ข้อ 11-18 กรุณาทำเครื่องหมาย O รอบตัวเลข ที่มีระดับคะแนนตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุด (กรุณาคำถามตอบทุกข้อ โดยไม่จำเป็นต้องเคยใช้ผลิตภัณฑ์)

11. คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีคุณภาพเป็นอย่างไร
- | | | | | | |
|-----------------|---|---|---|---|-----------------|
| คุณภาพสูงที่สุด | | | | | คุณภาพต่ำที่สุด |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
12. คุณคิดว่า ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีความน่าสนใจเพียงใด
- | | | | | | |
|------------------|---|---|---|---|---------------|
| น่าสนใจมากที่สุด | | | | | ไม่น่าสนใจเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
13. คุณคิดว่ามีความเหมาะสมเพียงใด ที่บริษัทนี้เวียผลิตผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีความเหมาะสมมากที่สุด
- | | | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|---------------|
| มีความเหมาะสมมากที่สุด | | | | | ไม่เหมาะสมเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
14. ถ้าพิจารณาคุณสมบัติด้านความอ่อนโยนต่อผิว คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีความอ่อนโยนต่อผิวอยู่ในระดับใด
- | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---------------------|
| อ่อนโยนต่อผิวเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่อ่อนโยนต่อผิวเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
15. คุณคิดว่า บริษัทนี้เวีย มีความชำนาญเพียงใด ในการผลิตผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย
- | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|-------------------|
| มีความชำนาญเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่มีความชำนาญเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
16. คุณคิดว่า บริษัทนี้เวีย มีความน่าไว้วางใจเพียงใด ในการผลิตผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย
- | | | | | | |
|--------------------------------|---|---|---|---|-------------------------|
| มีความน่าไว้วางใจเป็นอย่างยิ่ง | | | | | ไม่มีความน่าไว้วางใจเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
17. คุณคิดว่า โฉั่่นบำรุงผิวกายนี้เวียและผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีความเกี่ยวข้องกันเพียงใด
- | | | | | | |
|------------------------------|---|---|---|---|---------------------------|
| มีความเกี่ยวข้องกันมากที่สุด | | | | | ไม่มีความเกี่ยวข้องกันเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
18. คุณคิดว่า โฉั่่นบำรุงผิวกายนี้เวียและผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายนี้เวีย มีความคล้ายกันเพียงใด
- | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|----------------------|
| มีความคล้ายกันมากที่สุด | | | | | ไม่มีความคล้ายกันเลย |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้แต่ง

นางสาวปิยะวรรณ พุ่มโพธิ์ จบการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา เมื่อปีการศึกษา 2538 และศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2541 โดยเป็นนิสิตในรุ่นที่ 4 ก่อนที่จะเข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท เคยทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ

