



## รายการอ้างอิง

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brand*. New York: Free Press.
- Aaker, J. L. (1999). The malleable self: The role of self-expression in persuasion. *Journal of Marketing Research*, 36, 45-57.
- Batra, R., Lehmann, D. R., & Singh, D. (1993). The brand personality component of brand goodwill: Some antecedents and consequences. In D. A. Aaker & A. Biel (Eds.), *Brand equity and advertising* (pp. 83-96). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Belch, G. E., & Landon, E. L., Jr. (1977). Discriminant validity of a product-anchored self-concept measure. *Journal of Marketing Research*, 14, 252-256.
- Berkman, H. W., Lindquist, J. D., & Sirgy, M. J. (1997). *Consumer behavior*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Biel, A. L. (1992, Sep/Oct). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32, RC6-RC13.
- Blythe, J. (1997). *The essence of consumer behaviour*. Hertfordshire, England: Prentice-Hall Europe.
- Britt, S. H. (1966). *Consumer behavior and the behavioral sciences: Theories and applications*. New York: R. E. Krieger.
- Burnkrant, R. E., & Page, T. P., Jr. (1982). On the management of self-images in social situations: The role of public self-consciousness. *Advances in Consumer Research*, 9, 452-455.
- Chisnall, P. M. (1995). *Consumer behavior* (3rd ed.). Berkshire, England: McGraw-Hill.
- Claiborne, C. B., & Sirgy, M. J. (1990). Self-image congruence as a model of consumer attitude formation and behavior: A conceptual review and guide for future research. *Developments in marketing science*, 13, 3-7.
- Debevec, K., & Iyer, E. (1986). Sex roles and consumer perceptions of promotions, products, and self: What do we know and where should we be headed?. *Advances in Consumer Research*, 13, 210-214.

- Dolich, I. J. (1969). Congruence relationship between self image and product brands. *Journal of Marketing Research*, 6, 80-84. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1969-13442-001
- Ericksen, M. K., & Sirgy, M. J. (1989). Achievement motivation and clothing behavior: A self-image congruence analysis. *Journal of Social Behavior and Personality*, 4, 307-326. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1990-19713-001
- Ericksen, M. K., & Sirgy, M. J. (1992). Employed females' clothing preference, self-image congruence, and career anchorage. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 408-422.
- Gibbins, K. (1969). Communication aspects of women's clothes and their relation to fashionability. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 8, 301-312. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1970-06688-001
- Gibbins, K., & Gwynn, T. K. (1975). A new theory of fashion change: A test of some predictions. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 1-9. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1975-21070-001
- Graeff, T. R. (1996a). Image congruence effects on product evaluations: The role of self-monitoring and public/private consumption. *Psychology & Marketing*, 13, 481-499. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1996-05542-003
- Graeff, T. R. (1996b). Using promotional messages to manage the effects of brand and self-image on brand evaluations. *Journal of Consumer Marketing*, 13(3), 4-18.
- Graeff, T. R. (1997). Consumption situations and the effects of brand image on consumers' brand evaluations. *Psychology & Marketing*, 14, 49-70.
- Grubb, E. L., & Grathwohl, H. L. (1967). Consumer self-concept, symbolism and market behavior: A theoretical approach. *Journal of Marketing*, 31, 22-27.
- Holman, R. H. (1981). Product as communication: A fresh appraisal of a venerable topic. *Review of Marketing*, 4, 106-119.
- Hong, J. W., & Zinkhan, G. M. (1995). Self-concept and advertising effectiveness: The influence of congruency, conspicuousness, and response mode. *Psychology & Marketing*, 12, 53-77.
- Johar, J. S., & Sirgy, M. J. (1991). Value-expressive versus utilitarian advertising appeals: When and why to use which appeal. *Journal of Advertising*, 20, 23-33.

- Kassarjian, H. H., & Robertson, T. S. (1991). *Perspectives in consumer behavior* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, *57*, 1-22.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Landon, E. L. (1974). Self-concept, ideal self-concept and consumer purchase intentions. *Journal of Consumer Research*, *1*, 44-51. Abstract from: SilverPlatter File: WebSPIRS Item: 1975-06286-001
- Lee, D. H. (1990). Symbolic interactionism: Some implications for consumer self-concept and product symbolism research. *Advances in Consumer Research*, *17*, 386-393.
- Levy, S. J. (1959). Symbols for sale. *Harvard Business Review*, *37*, 117-124.
- Malhotra, N. K. (1981). A scale to measure self-concepts, person concepts, and product concepts. *Journal of Marketing Research*, *18*, 456-464.
- Markus, H., & Kunda, Z. (1986). Stability and malleability of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*, 858-866.
- Morgan, A. J. (1993). The evolving self in consumer behavior: Exploring possible selves. *Advances in Consumer Research*, *20*, 429-432.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Munson, J. M., & Spivey, W. A. (1980). Assessing self-concept. *Advances in Consumer Research*, *7*, 598-603.
- Munson, J. M., & Spivey, W. A. (1981). Product and brand user stereotypes among social classes. *Advances in Consumer Research*, *8*, 696-701.
- Onkvisit, S., & Shaw, J. (1987). Self-concept and image congruence: Some research and managerial implications. *Journal of Consumer Marketing*, *4*, 13-23.
- Park, J. O. (1991). Clothing style preference of working women related to self-image/clothing-image congruity and public self-consciousness (women). *Dissertation Abstracts International*, *52*(03), 1003A.

- Plummer, J. T. (1984). How personality makes a difference. *Journal of Advertising Research, 24*(6), 27-31.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Books.
- Ross, I. (1975). Perceived risk and consumer behavior: A critical review. *Advances in Consumer Research, 2*, 1-19.
- Sirgy, M. J. (1980). Self-concept in relation to product preference and purchase intention. *Development in Marketing Science, 3*, 350-354.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research, 9*, 287-300.
- Sirgy, M. J. (1983). *Social cognition and consumer behavior*. New York: Praeger.
- Sirgy, M. J. (1985). Using self-congruity and ideal congruity to predict purchase motivation. *Journal of Business Research, 13*, 195-206.
- Sirgy, M. J. (1986). *Self-congruity: Toward a theory of personality*. New York: Praeger.
- Sirgy, M. J. (1997). Assessing the predictive validity of two methods of measuring self-image congruence. *Journal of the Academy of Marketing Science, 25*, 229-241.
- Sirgy, M. J., & Danes, J. (1981). Self-image/product-image congruence models: Testing selected mathematical models. *Advances in Consumer Research, 9*, 556-561.
- Sirgy, M. J., Johar, J. S., Samli, A. C., & Claiborne, C. B. (1991). Self-congruity versus functional congruity: Predictors of consumer. *Journal of the Academy of Marketing Science, 19*, 363-375.
- Wilkie, W. (1990). *Consumer behavior* (2nd ed.). New York: Wiley.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ตาราง ก. ผลการวิเคราะห์รายข้อของมาตรวัดเจตคติต่อเบียร์ตรา Leo และเบียร์ตรา Heineken

คำคุณศัพท์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิเคราะห์ครั้งที่ 1 (r1) 22 ข้อ	
	Leo (n=60)	Heineken (n=60)
1. เลว - ดี	.7328*	.7116*
2. น่าพอใจ - ไม่น่าพอใจ	.6820*	.7253*
3. เกลียด - ชอบ	.6978*	.7998*
4. ลื่นคอ - ฝืดคอ	.6222*	.7568*
5. น่าตำหนิ - น่านิยม	.7985*	.7640*
6. อร่อย - ไม่อร่อย	.8403*	.5313*
7. น่าลอง - ไม่น่าลอง	.7515*	.6462*
8. รสนุ่มกลมกล่อม - รสเข้มบาดคอ	.7601*	.7694*
9. น่าซื้อ - ไม่น่าซื้อ	.7181*	.6425*
10. ไม่มีระดับ - มีระดับ	.6562*	.5628*
11. ไม่น่าดื่ม - น่าดื่ม	.8334*	.8065*
12. มีคุณภาพ - ด้อยคุณภาพ	.6191*	.6861*
13. น่าเชื่อถือ - ไม่น่าเชื่อถือ	.6872*	.7104*
14. ไม่มีรสชาติ - มีรสชาติ	.4046*	.7026*
15. คุ่มค่ากับเงิน - ไม่คุ่มค่ากับเงิน	.6332*	.6654*
16. ไม่น่าซื้อ - น่าซื้อ	.8597*	.7298*
17. เยี่ยม - แย่	.8409*	.8088*
18. รสชาติถูกปาก - รสชาติไม่ถูกปาก	.8383*	.8326*
19. ดื่มแล้วเสียดศีร์ - ดื่มแล้วมีศีร์	.3236*	.5244*
20. ไม่อยากดื่ม - อยากดื่ม	.7749*	.7997*
21. น่าพึงปรารถนา - ไม่น่าพึงปรารถนา	.7663*	.8388*
22. ไม่เป็นที่ยอมรับ - เป็นที่ยอมรับ	.4864*	.5371*
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา	.9565	.9588

\* $p < .01$  ค่าวิกฤต = .300

ตาราง ข. ผลการวิเคราะห์รายข้อของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ตามที่เป็น (ASC)  
ของเบียร์ตรา Leo (n=60) และเบียร์ตรา Heineken (n=60)

ทิศทาง	ข้อกระทงของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ตามที่เป็น (ASC)	Leo		Heineken	
		(r1) 6 ข้อ	(r2) 5 ข้อ	(r1) 6 ข้อ	(r2) 5 ข้อ
+	1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo] จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน	.5104*	.5239*	.3447*	.3483*
-	2. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.4778*	.5120*	.4443*	.5083*
-	3. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] ไม่ใช่คนแบบฉัน	.6234*	.6546*	.5773*	.6068*
+	4. ฉันไม่รู้สึกว่าตัวเองแตกต่างไปจากคนทั่วไปที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.1987	-	-.0106	-
-	5. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo] มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.6043*	.6351*	.3753*	.4681*
+	6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] สะท้อนภาพของตัวฉัน มากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.5197*	.4647*	.5638*	.5365*
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา		.7482	.7820	.6367	.7304

\* $p < .05$  ค่าวิกฤต = .214

ตาราง ค. ผลการวิเคราะห์รายข้อของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ในอุดมคติ (ISC)  
ของเบียร์ตรา Leo (n=60) และเบียร์ตรา Heineken (n=60)

ทิศทาง	ข้อกระทงของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ในอุดมคติ (ISC)	Leo		Heineken	
		(r1) 6 ข้อ	(r1) 6 ข้อ	(r1) 6 ข้อ	(r1) 6 ข้อ
+	1. เมื่อให้เลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.3323*		.4357*	
-	2. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอุดมคติแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.4028*		.2722*	
-	3. ฉันไม่อยากจะให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.7158*		.5723*	
+	4. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าคนดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.4682*		.3514*	
-	5. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.4488*		.5026*	
+	6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น	.4489*		.6571*	
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา		.7321		.7248	

\* $p < .05$  ค่าวิกฤต = .214



ตาราง ง. ผลการวิเคราะห์รายข้อของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคม (SSC) ของเบียร์ตรา Leo (n=60) และเบียร์ตรา Heineken (n=60)

ทิศทาง	ข้อกระทงของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคม (SSC)	Leo		Heineken	
		(r1)	(r2)	(r1)	(r2)
		6 ข้อ	4 ข้อ	6 ข้อ	4 ข้อ
+	1. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.4513*	.3438*	.7030*	.6676*
-	2. หากให้คนรู้จักเปรียบเทียบตัวฉันกับลักษณะของคนดื่มเบียร์ เขาจะเห็นว่าฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.1656	-	.2385*	-
-	3. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.3282*	.2406*	.6293*	.6801*
+	4. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของ ฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.3372*	.4150*	.5000*	.5551*
-	5. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่า ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.2496*	.2479*	.4748*	.5057*
+	6. ฉันคิดว่าคนดื่มเบียร์คนอื่นที่รู้จักฉันอย่างผิวเผิน จะจัดฉันอยู่ในกลุ่มผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าอยู่ในกลุ่มผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.1607	-	.4883*	-
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา		.5294	.5208	.7589	.7905

หมายเหตุ ข้อกระทงที่ 2 และข้อกระทงที่ 6 ของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคม ของเบียร์ตรา Heineken ผ่านการวิเคราะห์รายข้อตามเกณฑ์ที่ .214 ( $p < .05$ ) แต่ผู้วิจัยได้คัดออกเพื่อให้มีข้อกระทงเหมือนกับมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ของเบียร์ตรา Leo

\* $p < .05$  ค่าวิกฤต = .214

ตาราง จ . ผลการวิเคราะห์รายข้อของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคมในอุดมคติ (ISSC) ของเบียร์ตรา Leo ( $n=60$ ) และเบียร์ตรา Heineken ( $n=60$ )

ทิศทาง	ข้อกระทงของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคมในอุดมคติ (ISSC)	Leo		Heineken	
		(r1)	(r2)	(r1)	(r2)
		6 ข้อ	5 ข้อ	6 ข้อ	5 ข้อ
+	1. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.5611*	.5644*	.6361*	.6032*
-	2. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.5662*	.5782*	.5221*	.5175*
-	3. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.4216*	.4250*	.4412*	.4367*
+	4. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันอยากให้เพื่อน ๆ คิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] มากกว่ามีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken [Leo]	.1027	-	.6606*	-
-	5. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มึนแบบ การดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken]	.5122*	.5591*	.4710*	.4732*
+	6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo [Heineken] สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉัน อยากรให้คนอื่นมองฉัน	.6495*	.6484*	.7054*	.6216*
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา		.7312	.7780	.8106	.7602

หมายเหตุ ข้อกระทงที่ 4 ของมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสังคมในอุดมคติ ของเบียร์ตรา Heineken ผ่านการวิเคราะห์รายข้อตามเกณฑ์ที่ .214 ( $p < .05$ ) แต่ผู้วิจัยได้คัดออกเพื่อให้มีข้อกระทงเหมือนกับมาตรวัดความสอดคล้องของอัตลักษณ์ของเบียร์ตรา Leo

\* $p < .05$  ค่าวิกฤต = .214

ตาราง ฉ.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Leo ในสถานการณ์  
การบริโภคในที่ส่วนตัว (n=50)

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	42	129	84.54	19.12
ASC	5	5	35	5	27	18.24	5.44
ISC	6	6	42	6	33	20.94	5.74
SSC	4	4	28	4	22	14.68	4.31
ISSC	5	5	35	5	27	18.66	4.50

ตาราง ช.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Heineken ในสถานการณ์  
การบริโภคในที่ส่วนตัว (n=50)

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	32	154	112.20	19.42
ASC	5	5	35	10	33	21.90	4.53
ISC	6	6	42	16	36	27.30	4.71
SSC	4	4	28	10	26	17.50	3.24
ISSC	5	5	35	11	30	22.08	3.41

ตาราง ข.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
 มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Leo ในสถานการณ  
 การบริโภคในที่สาธารณะ (n=50)

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	29	137	88.96	22.15
ASC	5	5	35	5	31	18.66	5.81
ISC	6	6	42	7	35	21.04	6.29
SSC	4	4	28	4	28	15.18	4.62
ISSC	5	5	35	8	30	19.16	5.49

ตาราง ฉ.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
 มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Heineken  
 ในสถานการณการบริโภคในที่สาธารณะ (n=50)

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	48	154	115.02	18.43
ASC	5	5	35	9	35	22.52	5.53
ISC	6	6	42	16	41	28.44	5.27
SSC	4	4	28	4	28	18.24	4.55
ISSC	5	5	35	12	30	22.18	4.06

ตาราง ญ.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Leo ในสถานการณ์  
ควบคุม ( $n=50$ )

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	46	117	83.22	19.96
ASC	5	5	35	6	29	17.08	5.47
ISC	6	6	42	6	33	20.10	5.88
SSC	4	4	28	7	22	14.38	3.65
ISSC	5	5	35	7	28	17.00	5.64

ตาราง ฎ.

จำนวนข้อ คะแนนต่ำสุดและสูงสุดที่เป็นไปได้ของมาตร คะแนนต่ำสุดและสูงสุดของข้อมูลจริง  
มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรต่าง ๆ ของเบียร์ตรา Heineken ในสถานการณ์  
ควบคุม ( $n=50$ )

มาตรวัด	จำนวนข้อ	คะแนนต่ำสุด ของมาตร	คะแนนสูงสุด ของมาตร	คะแนนต่ำสุด ของข้อมูลจริง	คะแนนสูงสุด ของข้อมูลจริง	M	SD
Att	22	22	154	69	154	116.24	20.06
ASC	5	5	35	12	35	21.94	4.66
ISC	6	6	42	13	42	27.22	5.10
SSC	4	4	28	9	28	17.40	3.97
ISSC	5	5	35	10	35	21.56	4.71

ตาราง ฏ.

ลำดับค่าสหสัมพันธ์ของความสอดคล้องของอัตลักษณ์จากค่ามากไปหาค่าน้อย (N=300)

Private								
Att All (n=100)	ISC	(.672 <sup>***</sup> )	ASC	(.596 <sup>***</sup> )	ISSC	(.519 <sup>***</sup> )	SSC	(.393 <sup>***</sup> )
Att Leo (n=50)	ASC	(.659 <sup>***</sup> )	ISC	(.548 <sup>***</sup> )	ISSC	(.456 <sup>***</sup> )	SSC	(.447 <sup>***</sup> )
Att Heineken (n=50)	ISC	(.515 <sup>***</sup> )	ASC	(.353 <sup>**</sup> )	ISSC	(.302 <sup>*</sup> )	SSC	(-.006)
Public								
Att All (n=100)	ISC	(.677 <sup>***</sup> )	ASC	(.519 <sup>***</sup> )	ISSC	(.511 <sup>***</sup> )	SSC	(.480 <sup>***</sup> )
Att Leo (n=50)	ASC,ISC	(.495 <sup>***</sup> )	ASC,ISC	(.495 <sup>***</sup> )	SSC	(.415 <sup>***</sup> )	ISSC	(.407 <sup>**</sup> )
Att Heineken (n=50)	ISC	(.610 <sup>***</sup> )	ISSC	(.481 <sup>***</sup> )	ASC	(.353 <sup>**</sup> )	SSC	(.351 <sup>**</sup> )
Control								
Att All (n=100)	ISC	(.701 <sup>***</sup> )	ASC	(.648 <sup>***</sup> )	ISSC	(.621 <sup>***</sup> )	SSC	(.470 <sup>***</sup> )
Att Leo (n=50)	ISSC	(.696 <sup>***</sup> )	ASC	(.627 <sup>***</sup> )	ISC	(.607 <sup>***</sup> )	SSC	(.360 <sup>**</sup> )
Att Heineken (n=50)	ISC	(.478 <sup>***</sup> )	ASC	(.428 <sup>***</sup> )	ISSC	(.302 <sup>*</sup> )	SSC	(.296 <sup>*</sup> )

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p \leq .001$

ตาราง ฐ.

ค่าเฉลี่ยของความสอดคล้องของอัตลักษณ์กับภาพลักษณ์ของผู้ดื่มเบียร์ และค่าเฉลี่ยของเจตคติ

ระหว่างเบียร์ 2 ตรา (N = 300)

มาตรวัด		Pri	Pub	Con	ค่าเฉลี่ยรวม	จำนวนข้อ	ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อ	ค่ากึ่งกลางข้อ
Att	Leo	84.54	88.96	83.22	85.57	22	3.89	4
	Heineken	112.20	115.02	116.24	114.49	22	5.20	4
ASC	Leo	18.24	18.66	17.08	17.99	5	3.60	4
	Heineken	21.90	22.52	21.94	22.12	5	4.42	4
ISC	Leo	20.94	21.04	20.10	20.69	6	3.45	4
	Heineken	27.30	28.44	27.22	27.65	6	4.61	4
SSC	Leo	14.68	15.18	14.38	14.75	4	3.69	4
	Heineken	17.50	18.24	17.40	17.71	4	4.43	4
ISSC	Leo	18.66	19.16	17.00	18.27	5	3.65	4
	Heineken	22.08	22.18	21.56	21.94	5	4.39	4

ตาราง ท.

ภาพลักษณ์ของผู้ดื่มเบียร์ Leo และเบียร์ตรา Heineken ในความคิดของนิสิตนักศึกษาที่ดื่มเบียร์ (N=300)

เพศ	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
ชาย	3	2	5
หญิง	-	2	2
รวม	3	4	7

ช่วงอายุ	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
วัยรุ่น	7	4	11
วัยหนุ่ม	3	5	8
วัยทำงาน	8	12	20
วัยผู้ใหญ่	-	3	3
วัยกลางคน	7	3	10
คนสูงวัย	7	1	8
รวม	32	28	60

อาชีพ	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
ใช้แรงงาน	10	-	10
ข้าราชการ	1	-	1
นักศึกษา	7	6	13
พนักงานบริษัท	2	3	5
นักธุรกิจ	1	1	2
รวม	21	10	31

รายได้	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
น้อย	15	-	15
ค่อนข้างน้อย	15	-	15
ปานกลาง	23	2	25
ค่อนข้างมีฐานะ	1	32	33
มีฐานะ	-	13	13
รวม	54	47	101

ชั้นทางสังคม	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
ระดับล่าง	3	-	3
ชาวบ้าน	4	-	4
ปานกลาง	17	6	23
สูง	-	5	5
รวม	24	11	35

ระดับการศึกษา	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
มีการศึกษา	-	2	2
รวม	-	2	2

ลักษณะทางกายภาพ	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
แข็งแรง	4	1	5
อ้วน ลงพุง	4	-	4
ผิวเข้ม	2	-	2
ผอม	1	-	1
มีหนวด	1	-	1
เป็นคนดื่มเบียร์ได้มาก	2	-	2
เป็นคนดื่มเบียร์ได้ไม่มาก /ดื่มไม่บ่อย/หัดดื่ม	4	5	9
หน้าตาดี	-	3	3
เป็นชาวต่างชาติ	-	2	2
หัวล้าน	-	1	1
รวม	18	12	30



ลักษณะบุคลิกภาพ การแต่งกาย	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
เป็นกันเอง	2	-	2
มีมนุษยสัมพันธ์ดี	2	-	2
ห้าว ๆ เก๋ ๆ	2	-	2
ใจกว้าง	1	-	1
ค่อนข้างก้าวร้าว	1	-	1
ฉลาด	1	-	1
สง่า	1	-	1
แต่งกายธรรมดา เรียบง่าย	3	-	3
แต่งกายไม่ดี	3	-	3
แต่งกายดี	2	26	28
แต่งกายภูมิฐาน	1	10	11
เท่	2	5	7
อารมณ์ดี ร่าเริง	2	2	4
รักสงบ	1	1	2
บุคลิกดี	-	4	4
มีเสน่ห์	-	3	3
สุขุมรอบคอบ	-	3	3
สุภาพ อ่อนโยน	-	3	3
รู้จักคิด มีเหตุผล	-	2	2
มีความคิดสร้างสรรค์	-	2	2
มั่นใจในตัวเอง	-	1	1
น่าเชื่อถือ	-	1	1
เจ้าชู้	-	1	1
เหลวไหล	-	1	1
รวม	24	65	89

ลักษณะการดำเนินชีวิต	ความถี่	ความถี่	รวม
	Leo	Heineken	
ชอบความเรียบง่าย	7	-	7
ไม่ยึดติดกับธรรมเนียม	6	-	6
ประหยัด	4	-	4
อยากผ่องคลาย	2	-	2
ชอบลองของใหม่	2	-	2
ไม่คำนึงถึงรสชาติ	2	-	2
รักชาติ อุดหนุนของไทย	1	-	1
ชอบกีฬา	1	-	1
ชอบไชโย	1	-	1
ชอบความสนุกสนาน	14	3	17
มีสังคม	6	4	10
ชอบดื่มเบียร์	7	1	8
ชอบรสชาติของเบียร์	1	9	10
ชอบรสชาติปานกลาง	1	1	2
ชอบของมีระดับ มีรสนิยมสูง	-	36	36
ชอบทำให้ตัวเองดูดี มีมาด	-	4	4
ไม่ชอบเบียร์ดีกรีสูง	-	1	1
เที่ยวกลางคืน	-	1	1
ชอบจับผู้หญิง	-	1	1
รวม	55	61	116

ภาคผนวก ข.

### ✎ แบบพัฒนามาตรวัดเจตคติต่อตราของเบียร์ ✎

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้นั้นจะนำไปคิดโดยรวม ซึ่งจะไม่มีการทบทวนใด ๆ ต่อด่วนนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ

➤ ให้นิสิตเขียนคำคุณศัพท์ ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะนึกได้ จากประโยคต่อไปนี้

**ฉันรู้สึกว่า เบียร์ตรา Leo เป็นเบียร์ที่ ...**

1.

---

2.

---

3.

---

4.

---

5.

---

6.

---

7.

---

8.

---

9.

---

**ฉันรู้สึกว่า เบียร์ตรา Heineken เป็นเบียร์ที่...**

1.

---

2.

---

3.

---

4.

---

5.

---

6.

---

7.

---

8.

---

9.

---

**แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ**

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อด่วนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ

สำหรับเจ้าหน้าที่

➤ ข้อมูลทั่วไป

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท | 2. <input type="checkbox"/> 2,501-4,500 บาท  | 3. <input type="checkbox"/> 4,501-6,500 บาท    |
| 4. <input type="checkbox"/> 6,501-8,500 บาท               | 5. <input type="checkbox"/> 8,501-10,000 บาท | 6. <input type="checkbox"/> มากกว่า 10,000 บาท |

priL1
age
fac
year
inco

กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้ให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปทีละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

**ตัวอย่างการตอบ**

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน.....

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งพอสมควร  
ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน  
ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น

2. ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ

3. ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

➔ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่า นิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7	
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1	
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7	
4.	ลื่นคอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ฝืดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	
5.	น้ำดำหนิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น้ำนิ่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
6.	อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่อร่อย
		7	6	5	4	3	2	1	
7.	น้ำลอม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น้ำลอม
		7	6	5	4	3	2	1	
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มบาดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	

att1

att2

att3

att4

att5

att6

att7

att8

priL1

➡ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ
		7	6	5	4	3	2	1	
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ
		1	2	3	4	5	6	7	
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้อยคุณภาพ
		7	6	5	4	3	2	1	
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ
		7	6	5	4	3	2	1	
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ
		1	2	3	4	5	6	7	
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน
		7	6	5	4	3	2	1	
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ
		1	2	3	4	5	6	7	
17.	เยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย่
		7	6	5	4	3	2	1	
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก
		7	6	5	4	3	2	1	
19.	ดื่มแล้วเสียศักดิ์ศรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมีศักดิ์ศรี
		1	2	3	4	5	6	7	
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
21.	น่าฟังปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าฟังปรารถนา
		7	6	5	4	3	2	1	
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ
		1	2	3	4	5	6	7	

att9\_

att10\_

att11\_

att12\_

att13\_

att14\_

att15\_

att16\_

att17\_

att18\_

att19\_

att20\_

att21\_

att22\_

priL1

➤ ให้นิสิตคิดถึง “เบียร์ตรา Leo” สักครู่หนึ่ง...

นิสิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนเท่ๆ เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

๘๐ ให้นิสิตเขียน “ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo” โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ว่ามีลักษณะ...

---



---

๘๑ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่านิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนั้นหรือไม่

**ตัวอย่างการตอบ**

“ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน”

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือ ไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7



- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" พอ ๆ กัน

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน

มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

สำหรับเจ้าหน้าที่

asc1

2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc4

3. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc1

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอุดมคติแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc6

prL1

ให้นิสิตจินตนาการว่า นิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่ นิสิตดื่มเบียร์ โดย นิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc3\_

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc4\_

9. ฉันไม่อยากให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc3\_

10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

priL1

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วย ในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวเองฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่า

ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc5\_

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc3\_

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าคุณตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc3\_

priL1

➔ ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มเบียร์

สำหรับเจ้าหน้าที่

๕๑. ดื่มน้ำเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

brand

brand

brand

๕๒. ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

- เดือนละครั้ง   
  เดือนละ 2-3 ครั้ง   
  สัปดาห์ละครั้ง   
  สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง   
  สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง   
  สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

freq\_



๕๓. ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

- น้อยกว่าครึ่งขวด   
  1/2 ขวดถึง 1 ขวด   
  มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด   
  2-3 ขวด   
  มากกว่า 3 ขวด

vol\_

priL1

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥

 **แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ** 

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อตัวนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพุกฤทธิ์

สำหรับเจ้าหน้าที่

➔ ข้อมูลทั่วไป

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท    2.  2,501-4,500 บาท    3.  4,501-6,500 บาท  
4.  6,501-8,500 บาท    5.  8,501-10,000 บาท    6.  มากกว่า 10,000 บาท

\_\_\_\_\_ priH2 \_\_\_\_\_

age\_

fac\_

year\_

inco

- ๖๖ กรุณาขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปที่ละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

ตัวอย่างการตอบ

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน.....

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่ใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

หรือ

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่ใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

หรือ

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ ค่าใดคำหนึ่งพอสมควร ให้นักศึกษาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน ให้นักศึกษาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

- หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น  
 2. ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ  
 3. ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

➡ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นักศึกษาจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7	
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1	
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7	
4.	สิ้นคอก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีคอก
		7	6	5	4	3	2	1	
5.	น่าตำหนิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่านิยม
		1	2	3	4	5	6	7	
6.	อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่อร่อย
		7	6	5	4	3	2	1	
7.	น่าลอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าลอง
		7	6	5	4	3	2	1	
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มบาดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	

att1\_

att2\_

att3\_

att4\_

att5\_

att6\_

att7\_

att8\_

priH2

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ	att9_
		7	6	5	4	3	2	1		
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ	att10_
		1	2	3	4	5	6	7		
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม	att11_
		1	2	3	4	5	6	7		
12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้อยคุณภาพ	att12_
		7	6	5	4	3	2	1		
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ	att13_
		7	6	5	4	3	2	1		
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ	att14_
		1	2	3	4	5	6	7		
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน	att15_
		7	6	5	4	3	2	1		
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ	att16_
		1	2	3	4	5	6	7		
17.	เยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย่	att17_
		7	6	5	4	3	2	1		
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก	att18_
		7	6	5	4	3	2	1		
19.	ดื่มแล้วเสียศักดิ์ศรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมีศักดิ์ศรี	att19_
		1	2	3	4	5	6	7		
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม	att20_
		1	2	3	4	5	6	7		
21.	น่าพึงปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพึงปรารถนา	att21_
		7	6	5	4	3	2	1		
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ	att22_
		1	2	3	4	5	6	7		prH2

➤ ให้นิสิตคิดถึง “เบียร์ตรา Heineken” ลึกครุ่นหนึ่ง...

นิสิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนเซ็กซี่, เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

๕๗ ให้นิสิตเขียน “ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken” โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ว่ามีลักษณะ...

๕๘ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง

และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่า นิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนี้อหรือไม่

### ตัวอย่างการตอบ

“ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน”

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือ ไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7



- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" พอ ๆ กัน

ให้นักนิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

⇒ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นักนิสิตจินตนาการว่า นิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc1

2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับ คนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc4

3. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอุดมคติแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6

priH2

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วยในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc3\_

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ

เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc4\_

9. ฉันไม่ยอมให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc3\_

10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

pnH2

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังเลือกซื้อเบียร์ เพื่อที่จะนำกลับไปดื่มคนเดียวที่บ้าน ซึ่งเป็นที่ส่วนตัว และไม่มีใครอยู่ด้วย ในขณะที่นิสิตดื่มเบียร์ โดยนิสิตจะซื้อเบียร์ไปดื่มตอนดูกีฬา, ดูโทรทัศน์, อ่านหนังสือ หรือเพียงแต่ดื่มเบียร์เพียงคนเดียว

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวเองฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่า

ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc5\_

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc3\_

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc3\_

piH2

➡ ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มเบียร์

สำหรับเจ้าหน้าที่

๕๖ ตราเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

brand

brand

brand

๕๗ ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

เดือนละครั้ง

เดือนละ 2-3 ครั้ง

สัปดาห์ละครั้ง

สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง

สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

freq\_

๕๘ ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

น้อยกว่าครึ่งขวด

1/2 ขวดถึง 1 ขวด

มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด

2-3 ขวด

มากกว่า 3 ขวด

vol\_

priH2

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥

**แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ**

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมนิ่งจะไม่มีผลกระทบต่อใด ๆ ต่อด่วนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ์

สำหรับเจ้าหน้าที่

pubL3

➔ ข้อมูลทั่วไป

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท
- 2.  2,501-4,500 บาท
- 3.  4,501-6,500 บาท
- 4.  6,501-8,500 บาท
- 5.  8,501-10,000 บาท
- 6.  มากกว่า 10,000 บาท

age\_  
fac\_  
year\_  
inco

๕๒ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปที่ละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

ตัวอย่างการตอบ

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน.....

• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งพอสมควร

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น

- ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ
- ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

➡ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7	
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1	
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7	
4.	ลื่นคอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ฝืดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	
5.	น้ำดำหนิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น้ำนิ่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
6.	อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่อร่อย
		7	6	5	4	3	2	1	
7.	น่าลอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าลอง
		7	6	5	4	3	2	1	
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มข้นคอค
		7	6	5	4	3	2	1	

att1\_

att2\_

att3\_

att4\_

att5\_

att6\_

att7\_

att8

pubL3

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของคุณ...

สำหรับเจ้าหน้าที่

9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ
		7	6	5	4	3	2	1	
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ
		1	2	3	4	5	6	7	
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้อยคุณภาพ
		7	6	5	4	3	2	1	
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ
		7	6	5	4	3	2	1	
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ
		1	2	3	4	5	6	7	
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน
		7	6	5	4	3	2	1	
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ
		1	2	3	4	5	6	7	
17.	เยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย
		7	6	5	4	3	2	1	
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก
		7	6	5	4	3	2	1	
19.	ดื่มแล้วเสียดี้ค์ศรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมีดี้ค์ศรี
		1	2	3	4	5	6	7	
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
21.	น่าพึงปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพึงปรารถนา
		7	6	5	4	3	2	1	
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ
		1	2	3	4	5	6	7	

att9\_\_

att10\_\_

att11\_\_

att12\_\_

att13\_\_

att14\_\_

att15\_\_

att16\_\_

att17\_\_

att18\_\_

att19\_\_

att20\_\_

att21\_\_

att22\_\_

pubL3

➤ ให้นักลิตคิดถึง “เบียร์ตรา Leo” สักคู่หนึ่ง...

นักลิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนเซ็กซี่, เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

๒๖ ให้นักลิตเขียน “ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo” โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ว่ามีลักษณะ...

---



---

๒๗ กรุณาขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และตอบคำถามตามความนึกคิดของนักลิตเองว่านักลิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนั้นหรือไม่

### ตัวอย่างการตอบ

“ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน”

- ถ้าในความคิดของนักลิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด**

ให้นักลิตขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนักลิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ

ให้นักลิตขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือ ไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนักลิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร**

ให้นักลิตขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7



- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" พอ ๆ กัน

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉันมากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

asc1

2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

isc4

3. ฉันไม่อยากจะสายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

issc5

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

issc1

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอนาคตแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

isc2

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

issc6

pubL3

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc3\_

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ

เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo

มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc4\_

9. ฉันไม่ยอมให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc3\_

10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

publ3

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวเองฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่า

ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc5\_

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่จะดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc3\_

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc3\_

pubL3

๕๑ ดราเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

brand

brand

brand

๕๒ ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

เดือนละครั้ง

เดือนละ 2-3 ครั้ง

สัปดาห์ละครั้ง

สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง

สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

freq\_

๕๓ ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

น้อยกว่าครึ่งขวด

1/2 ขวดถึง 1 ขวด

มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด

2 - 3 ขวด

มากกว่า 3 ขวด

vol\_

pubL3

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥

**แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ**

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ์

สำหรับเจ้าหน้าที่

➔ ข้อมูลทั่วไป

pubH4

age\_

fac\_

year\_

inco

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท    2.  2,501-4,500 บาท    3.  4,501-6,500 บาท  
 4.  6,501-8,500 บาท    5.  8,501-10,000 บาท    6.  มากกว่า 10,000 บาท

๘๖ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปทีละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

**ตัวอย่างการตอบ**

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน.....

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลข        ดี  
 1      2      3      4      5      6      7

หรือ

เลข        ดี  
 1      2      3      4      5      6      7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมาก  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลข        ดี  
 1      2      3      4      5      6      7

หรือ

เลข        ดี  
 1      2      3      4      5      6      7



• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งพอสมควร  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี  
 1 2 3 4 5 6 7

หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น

2. ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ
3. ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

➔ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่  
 รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็น  
 ตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7	
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1	
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7	
4.	สิ้นคอก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ผีคอก
		7	6	5	4	3	2	1	
5.	น่าตำหนิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่านิยม
		1	2	3	4	5	6	7	
6.	อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่อร่อย
		7	6	5	4	3	2	1	
7.	น่าลอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าลอง
		7	6	5	4	3	2	1	
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มบาดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	

att1\_  
att2\_  
att3\_  
att4\_  
att5\_  
att6\_  
att7\_  
att8  
pubH4

➡ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นิสิตจินตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ
		7	6	5	4	3	2	1	
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ
		1	2	3	4	5	6	7	
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้อยคุณภาพ
		7	6	5	4	3	2	1	
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ
		7	6	5	4	3	2	1	
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ
		1	2	3	4	5	6	7	
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน
		7	6	5	4	3	2	1	
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ
		1	2	3	4	5	6	7	
17.	เยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย่
		7	6	5	4	3	2	1	
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก
		7	6	5	4	3	2	1	
19.	ดื่มแล้วเสียดังค์ศรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมิเสียดังค์ศรี
		1	2	3	4	5	6	7	
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	
21.	น่าพึงปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพึงปรารถนา
		7	6	5	4	3	2	1	
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ
		1	2	3	4	5	6	7	

att9\_

att10\_

att11\_

att12\_

att13\_

att14\_

att15\_

att16\_

att17\_

att18\_

att19\_

att20\_

att21\_

att22\_

pubH4

➤ ให้นิสิตคิดถึง “เบียร์ตรา Heineken” สักครู่หนึ่ง...

นิสิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนเซ็กซี่, เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

๘๖ ให้นิสิตเขียน “ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken” โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ ว่ามีลักษณะ...

---



---

๘๗ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง

และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่า นิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนั้นหรือไม่

**ตัวอย่างการตอบ**

“ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน”

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือ ไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร**

ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1 2 3 4 5 6 7



- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" พอ ๆ กัน

ให้นักชดชิตเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

➤ อ่านข้อความต่อไปนี้

ให้นักชดชิตจินตนาการว่า นิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และ นิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่ นิสิตสั่งมาดื่ม

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken โดยทั่ว ๆ ไป จะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน

มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc1\_

2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับ

คนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc4\_

3. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอุดมคติแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2\_

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

pubH4

ให้นักจิตนาการว่านิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และนิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่นิสิตสั่งมาดื่ม

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc3\_

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc4\_

9. ฉันไม่อยากจะตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc3\_

10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

pubH4

ให้นิสิตจินตนาการว่า นิสิตกำลังอยู่กับเพื่อน ๆ ที่ร้านอาหาร, ผับ, หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ ที่มีคนอยู่รวมกันมาก ๆ และ นิสิตกำลังเลือกสั่งเบียร์มาดื่มในสถานที่สาธารณะนั้น ๆ โดยคนอื่นหลาย ๆ คนเห็นตราของเบียร์ที่ นิสิตสั่งมาดื่ม

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

สำหรับเจ้าหน้าที่

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวเองกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่า

ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc5\_

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่จะดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc3\_

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าคุณตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย         เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

issc3\_

pubH4

๘๑. ตราเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

๘๒. ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

- เดือนละครั้ง     เดือนละ 2-3 ครั้ง     สัปดาห์ละครั้ง     สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง     สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง     สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

๘๓. ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

- น้อยกว่าครึ่งขวด     1/2 ขวดถึง 1 ขวด     มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด     2 - 3 ขวด     มากกว่า 3 ขวด

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥

brand

brand

brand

freq\_

vol\_

pubH4

**แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ**

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรุณาตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อด่วนิสิต

**เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ์**

สำหรับเจ้าหน้าที่

➔ **ข้อมูลทั่วไป**

conL5

age_
fac_
year_
inco

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท | 2. <input type="checkbox"/> 2,501-4,500 บาท  | 3. <input type="checkbox"/> 4,501-6,500 บาท    |
| 4. <input type="checkbox"/> 6,501-8,500 บาท               | 5. <input type="checkbox"/> 8,501-10,000 บาท | 6. <input type="checkbox"/> มากกว่า 10,000 บาท |

๕๖ กรุณาขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปทีละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

**ตัวอย่างการตอบ**

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน.....

• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลว        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลว        ดี

1 2 3 4 5 6 7

• ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมาก ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลว        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลว        ดี

1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งพอสมควร  
ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน  
ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี  
1 2 3 4 5 6 7

- หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น
- ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ
  - ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

“เบียร์ตรา Leo” ในความคิดเห็นของฉัน...

สำหรับเจ้าหน้าที่

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7
4.	ลื่นคอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ฝืดคอ
		7	6	5	4	3	2	1
5.	น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7
6.	อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่อร่อย
		7	6	5	4	3	2	1
7.	น่าลอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าลอง
		7	6	5	4	3	2	1
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มบาดคอ
		7	6	5	4	3	2	1
9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ
		7	6	5	4	3	2	1
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ
		1	2	3	4	5	6	7
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7

att1\_

att2\_

att3\_

att4\_

att5\_

att6\_

att7\_

att8\_

att9\_

att10\_

att11\_

conL5

## "เบียร์ตรา Leo" ในความคิดเห็นของคุณ...

12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้วยคุณภาพ	att12_
		7	6	5	4	3	2	1		
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ	att13_
		7	6	5	4	3	2	1		
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ	att14_
		1	2	3	4	5	6	7		
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน	att15_
		7	6	5	4	3	2	1		
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ	att16_
		1	2	3	4	5	6	7		
17.	เยียม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย	att17_
		7	6	5	4	3	2	1		
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก	att18_
		7	6	5	4	3	2	1		
19.	ดื่มแล้วเสียศักดิ์ศรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมีศักดิ์ศรี	att19_
		1	2	3	4	5	6	7		
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม	att20_
		1	2	3	4	5	6	7		
21.	น่าพึงปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพึงปรารถนา	att21_
		7	6	5	4	3	2	1		
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ	att22_
		1	2	3	4	5	6	7		conL5

➤ ให้นิสิตคิดถึง "เบียร์ตรา Leo" สักครู่หนึ่ง...

นิสิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนซุกซน, เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

๖๖ ให้นิสิตเขียน "ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo" โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ว่ามีลักษณะ...

---



---

๖๖ กรุณาขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่า นิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนี้อหรือไม่

### ตัวอย่างการตอบ

"ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน"

• ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด**  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

หรือ

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

• ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

หรือ

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

• ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร**  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

หรือ

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

• ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" **พอ ๆ กัน**  
 ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย

๕๗ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง

และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่า นิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนี้นี้หรือไม่

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน  
 มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

ไม่เห็นด้วย  1  2  3  4  5  6  7 เห็นด้วย



2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

สำหรับเจ้าหน้าที่

isc4\_

3. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีความสามารถในการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอนาคตแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2\_

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo ไม่ใช่คนแบบฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc3\_

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc4\_

9. ฉันไม่อยากจะให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc3\_

conL5

10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่าฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

cont5

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรู้ว่าตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา

Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

➤ ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มเบียร์

๑๖ ตราเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

๑๗ ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

เดือนละครั้ง     เดือนละ 2-3 ครั้ง     สัปดาห์ละครั้ง     สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง     สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง     สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

๑๘ ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

น้อยกว่าครึ่งขวด     1/2 ขวดถึง 1 ขวด     มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด     2-3 ขวด     มากกว่า 3 ขวด

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥

✎ แบบสำรวจเจตคติต่อตราสินค้าประเภทต่าง ๆ ✎

การตอบแบบสำรวจนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด แต่เป็นการตอบจากความรู้สึกนึกคิดของนิสิตเอง เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนิสิต ช่วยกรณาดตอบแบบสำรวจให้ตรงกับความรู้สึกของนิสิตให้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้จะนำไปคิดโดยรวมนิ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวนิสิต

เรื่องรัตน์ พงศ์ประพทธิ

สำหรับเจ้าหน้าที่

conH6

➡ ข้อมูลทั่วไป

อายุ \_\_\_\_\_ ปี

คณะ \_\_\_\_\_ ชั้นปี \_\_\_\_\_

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 บาท    2.  2,501-4,500 บาท    3.  4,501-6,500 บาท  
4.  6,501-8,500 บาท    5.  8,501-10,000 บาท    6.  มากกว่า 10,000 บาท

๕๑ กรณาสีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อ ให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และโปรดตอบตามความคิดของนิสิต เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดของนิสิตมากที่สุด ผู้วิจัยขอให้นิสิตอ่านข้อความแล้วจึงขีดเครื่องหมายทันทีที่นึกคำตอบแรกได้ ทำเช่นนี้ไปทีละข้อ ๆ โดยไม่ต้องกลับมาอ่านอีกหรือคิดซ้ำอีก

ตัวอย่างการตอบ

"เบียร์ตรา Heineken" ในความคิดเห็นของฉัน.....

• ถ้าข้อความว่า "เบียร์ตรา Heineken" ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 หรือหมายเลข 7 ดังนี้

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

หรือ

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

• ถ้าข้อความว่า "เบียร์ตรา Heineken" ในความคิดเห็นของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งมากที่สุด ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย ✕ เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 หรือหมายเลข 6 ดังนี้

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

หรือ

เลข        ดี

1    2    3    4    5    6    7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Leo” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อ คำใดคำหนึ่งพอสมควร ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 หรือหมายเลข 5 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หรือ

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าข้อความว่า “เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดของนิสิต รู้สึกว่าใกล้เคียงกับคำที่อยู่ปลายข้อทั้ง 2 ข้าง พอ ๆ กัน ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 ดังนี้

เลข        ดี

1 2 3 4 5 6 7

หมายเหตุ 1. ขีดเครื่องหมาย X ในช่อง  เท่านั้น

2. ให้ตอบทุกข้อ อย่าเว้นข้อ
3. ไม่ขีดเครื่องหมายเกิน 1 ขีดในแต่ละข้อ

“เบียร์ตรา Heineken” ในความคิดเห็นของฉัน...

1.	เลข	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดี
		1	2	3	4	5	6	7	
2.	น่าพอใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพอใจ
		7	6	5	4	3	2	1	
3.	เกลียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ชอบ
		1	2	3	4	5	6	7	
4.	สิ้นคอก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีดีคอก
		7	6	5	4	3	2	1	
5.	น่าตำหนิ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่านิยม
		1	2	3	4	5	6	7	
6.	ขร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่ขร่อย
		7	6	5	4	3	2	1	
7.	น่าลอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าลอง
		7	6	5	4	3	2	1	
8.	รสนุ่มกลมกล่อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสเข้มบาดคอ
		7	6	5	4	3	2	1	
9.	น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าซื้อ
		7	6	5	4	3	2	1	
10.	ไม่มีระดับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีระดับ
		1	2	3	4	5	6	7	
11.	ไม่น่าดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าดื่ม
		1	2	3	4	5	6	7	

สำหรับเจ้าหน้าที่

att1

att2

att3

att4

att5

att6

att7

att8

att9

att10

att11

conH6

## "เบียร์ตรา Leo" ในความคิดเห็นของฉัน...

12.	มีคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ด้อยคุณภาพ	att12
		7	6	5	4	3	2	1		
13.	น่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าเชื่อถือ	att13
		7	6	5	4	3	2	1		
14.	ไม่มีรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มีรสชาติ	att14
		1	2	3	4	5	6	7		
15.	คุ้มค่ากับเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่ากับเงิน	att15
		7	6	5	4	3	2	1		
16.	ไม่น่าซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	น่าซื้อ	att16
		1	2	3	4	5	6	7		
17.	เยี่ยม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แย	att17
		7	6	5	4	3	2	1		
18.	รสชาติถูกปาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	รสชาติไม่ถูกปาก	att18
		7	6	5	4	3	2	1		
19.	ดื่มแล้วเสียดี้ค์ตี้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ดื่มแล้วมีดี้ค์ตี้	att19
		1	2	3	4	5	6	7		
20.	ไม่อยากดื่ม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	อยากดื่ม	att20
		1	2	3	4	5	6	7		
21.	น่าพึงปรารถนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่น่าพึงปรารถนา	att21
		7	6	5	4	3	2	1		
22.	ไม่เป็นที่ยอมรับ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	เป็นที่ยอมรับ	att22 conH6
		1	2	3	4	5	6	7		

➡ ให้นิสิตคิดถึง "เบียร์ตรา Heineken" ลักครุ่นหนึ่ง...

นิสิตคิดว่า คนแบบไหนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ให้นึกถึงคนเหล่านี้ในใจ เช่น เป็นคนเขี้ยขี้, เป็นคนแก่, แต่งกายดี, มีร่างกายแข็งแรง เป็นต้น เป็นคำที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

๕๗ ให้นิสิตเขียน "ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken" โดยทั่ว ๆ ไปเท่าที่นึกได้ว่ามีลักษณะ...

---



---

๕๘ กรุณาขีดเครื่องหมาย X เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง  และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่านิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนั้นหรือไม่

### ตัวอย่างการตอบ

"ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน"

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **มากที่สุด** ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 1 (คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) หรือ หมายเลข 7 (คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 2 (คือ ไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 6 (คือ เห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" หรือ "ไม่เห็นด้วย" อย่างใดอย่างหนึ่งกับข้อความ **พอสมควร** ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในช่องหมายเลข 3 (คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย) หรือ หมายเลข 5 (คือ ค่อนข้างเห็นด้วย) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

หรือ

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

- ถ้าในความคิดของนิสิต รู้สึกว่า "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" **พอ ๆ กัน** ให้นิสิตขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียว ในช่องหมายเลข 4 (คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน) ดังนี้

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

๘๗ กรุณาขีดเครื่องหมาย **X** เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อให้ครบทุกข้อ ลงบนช่อง

และตอบคำถามตามความนึกคิดของนิสิตเองว่านิสิตเห็นด้วยหรือกับประโยคนี้หรือไม่

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของคนที่เป็นผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken โดยทั่ว ๆ ไปจะมีลักษณะเหมือน ๆ กับตัวฉัน มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo จะมีลักษณะเหมือนกับตัวฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

สำหรับเจ้าหน้าที่

asc1\_  
conH6

2. ถ้าให้ฉันเลือกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ฉันอยากให้ตัวฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

สำหรับเจ้าหน้าที่

isc4

3. ฉันไม่อยากจะให้สายตาของคนอื่นเห็นว่า ฉันเป็นคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือนผู้ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc5

4. ฉันอยากให้คนอื่นมองว่าฉันเหมือน ๆ กับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc1

5. การดำเนินชีวิตของตัวฉันในอุดมคติแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc2

6. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากให้คนอื่นมองฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc6

7. ลักษณะของคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken ไม่ใช่คนแบบฉัน

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

asc3

8. เมื่อให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของฉันกับคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ

เพื่อน ๆ จะคิดว่าฉันมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

มากกว่าที่ฉันจะมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนอย่างคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

ssc4

9. ฉันไม่อยากจะให้ตัวฉันเหมือนกับคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย

1 2 3 4 5 6 7

isc3

conH6



10. เมื่อให้ฉันเลือกลักษณะของคน 2 แบบ ฉันอยากเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าเป็นแบบคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc1\_

11. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของตัวฉันมากกว่าภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc6\_

12. ฉันอยากให้ตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc5\_

13. ถ้าให้เพื่อน ๆ ของฉันเปรียบเทียบตัวฉันกับคนที่ดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ เพื่อนของฉันคิดว่าฉันมีลักษณะเหมือนกับคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken มากกว่าคนที่ดื่มเบียร์ตรา Leo

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc1\_

14. ภาพของคนดื่มเบียร์ตรา Heineken สะท้อนภาพของคนแบบที่ฉันอยากเป็น

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

isc6\_

15. ถ้าให้เพื่อนของฉันเปรียบเทียบการดำเนินชีวิตของตัวฉันกับของคนดื่มเบียร์ เพื่อน ๆ ของฉันคิดว่าฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

ssc5\_

16. ฉันอยากให้คนอื่นมองตัวฉันแตกต่างไปจากคนที่ดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

issc2\_

17. ฉันมีการดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากคนที่ชอบดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
1 2 3 4 5 6 7

asc2\_

conH6

18. เมื่อเทียบกันแล้ว ฉันเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Leo มากกว่าเหมือนคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1        2        3        4        5        6        7

asc5\_

19. ในสายตาของคนอื่นเห็นว่า คนอย่างฉันแตกต่างไปจากคนที่จะดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1        2        3        4        5        6        7

ssc3\_

20. เมื่อฉันอยากให้คนที่รู้จักตัวฉันรับรู้ว่าตัวฉันเป็นคนดื่มเบียร์ตราหนึ่ง ๆ ฉันอยากให้เขาคิดว่าฉันแตกต่างไปจากคนดื่มเบียร์ตรา Heineken

ไม่เห็นด้วย        เห็นด้วย  
 1        2        3        4        5        6        7

issc3\_

➔ ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการดื่มเบียร์

☛ ตราเบียร์ที่ชอบดื่ม (เขียนเรียงลำดับจากตราเบียร์ที่ชอบดื่มมากที่สุด)

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

brand

brand

brand

☛ ความบ่อยในการดื่มโดยประมาณ

เดือนละครั้ง    เดือนละ 2-3 ครั้ง    สัปดาห์ละครั้ง    สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง    สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง    สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า

freq\_

☛ ปริมาณโดยประมาณของเบียร์ที่ดื่มในแต่ละครั้ง (เทียบปริมาณเป็นเบียร์ 1 ขวดใหญ่ เท่ากับ 640 มล.)

น้อยกว่าครึ่งขวด    1/2 ขวดถึง 1 ขวด    มากกว่า 1 ขวดแต่ไม่ถึง 2 ขวด    2 - 3 ขวด    มากกว่า 3 ขวด

vol\_

conH6

♥ ขอขอบคุณในความร่วมมือ ♥



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว เรืองรัตน์ พงศ์ประพฤทธิ์ เกิดเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ.2517 จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาที่โรงเรียนเซนต์โยเซฟคอนเวนต์ ในปี การศึกษา 2535 และสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีในเทคนิศาสตร์บัณฑิต สาขาการโฆษณา จุฬาลง กรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2539 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา จิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีพ.ศ.2541