



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อชุดชั้นในสตรีจากห้างสรรพสินค้า

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร ข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมดจะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามนี้ตามความจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในครั้งนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในสตรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในสตรี

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ท่านตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย  ในช่อง  ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

## 1. อายุ

1.1) 15 – 24 ปี  1.2) 25 – 34 ปี

1.3) 35 – 44 ปี  1.4) 45 – 54 ปี

1.5) 54 ปีขึ้นไป

## 2. สถานภาพ

2.1) โสด  2.2) สมรส

2.3) หย่า/หม้าย

## 3. ระดับการศึกษา

3.1) มัธยมศึกษา/หรือต่ำกว่า  3.2) ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา

3.3)ปริญญาตรี  3.4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 4.1) นักเรียน/นักศึกษา  4.2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ  
 4.3) พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง  4.4) ธุรกิจส่วนตัว  
 4.5) แม่บ้าน  4.6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 5.1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท  5.2) 10,001 – 20,000 บาท  
 5.3) 20,001 – 30,000 บาท  5.4) 30,001 – 40,000 บาท  
 5.5) 40,001 – 50,000 บาท  5.6) 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อชุดชั้นในสตรี

ให้ท่านตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. แรงจูงใจในการซื้อชุดชั้นในของคุณเป็นแบบใด

- 6.1) ไม่มีแผนในการซื้อ แต่ถ้าเจอถูกใจซื้อเลย  
 6.2) แวะดูที่เคาน์เตอร์หลายครั้งก่อนตัดสินใจซื้อ  
 6.3) ตั้งใจมาซื้อ แต่ถ้าไม่ถูกใจก็ไม่ซื้อ  
 6.4) ตั้งใจมาซื้อ และต้องซื้อให้ได้  
 6.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ในการซื้อชุดชั้นในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ท่านมีการเลือกซื้อในลักษณะใดมากที่สุด

- 7.1) เลือกซื้อเฉพาะเสื้อชั้นในหรือกางเกงชั้นในเพียงอย่างเดียว  
 7.2) มีการเลือกซื้อที่เป็นแบบเดียวกัน เป็นเซตเดียวกันทั้งเสื้อและกางเกงชั้นใน  
 7.3) มีการเลือกซื้อเสื้อและกางเกงชั้นในพร้อมกันแต่คนละแบบตามความชอบ

3. ใน 1 ปี มีความถี่ในการซื้อเสื้อชั้นในกี่ครั้ง โดยเฉลี่ย

- 8.1) 1 – 3 ครั้งต่อปี  8.2) 4 – 6 ครั้งต่อปี  
 8.3) 7 – 9 ครั้งต่อปี  8.4) 10 – 12 ครั้งต่อปี  
 8.5) มากกว่า 12 ครั้งต่อปี

4. โดยปกติท่านเลือกซื้อเสื้อชั้นในประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 9.1) แบบดันทรง (Push-up Bra) คือ แบบตัดเย็บรูปทรงที่บุฟองน้ำด้านในเพื่อดันทรงขึ้น  
 9.2) แบบสปอร์ต (Sport Bra) เป็นเสื้อชั้นในที่มีจุดประสงค์ในการสวมใส่เฉพาะ จะช่วยพยุงทรงและสวมใส่สบาย เสื้อชั้นในแบบสปอร์ตจะบีบด้านหน้าอกเข้าหากัน ทำให้เกิดความกระชับมากยิ่งขึ้น  
 9.3) แบบอันเดอร์ไวร์ (Under-wire) คือเสื้อชั้นในที่เหมาะสมสำหรับคนที่มีความหนาอกใหญ่มีโครงกระดูกประคองทรงอยู่ด้านล่าง  
 9.4) แบบซอฟต์คัพ (Soft-cup Bra) คือ เสื้อชั้นในที่สวมใส่แล้วเป็นธรรมชาติ ช่วยพยุงทรงไว้เท่านั้น มีความเปลี่ยนแปลงของรูปทรงหน้าอกน้อยที่สุด  
 9.5) แบบครึ่งตัว (Demi Bra) คือ เสื้อชั้นในที่สวมใส่สำหรับสวมชุดที่ค้ำว้นคอลึก

- 9.6) แบบมินิไมเซอร์ (Minimizer Bra) เป็นเสื้อชั้นในที่ออกแบบขึ้นเพื่อให้หน้าอกดูเล็กลง
- 9.7) แบบเสริมฟองน้ำ (Padded Bra) คือ เสื้อชั้นในที่ออกแบบให้หน้าอกดูใหญ่ขึ้น จะบุฟองน้ำมากกว่าแบบธรรมดา บางรุ่นสามารถถอดแผ่นเสริมฟองน้ำออกได้
- 9.8) เสื้อทับ/ซับใน
- 9.9) อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. ราคาโดยเฉลี่ยในการซื้อเสื้อชั้นในต่อชิ้น
- 10.1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 250 บาท       10.2) 251 – 500 บาท
- 10.3) 501 – 750 บาท       10.4) มากกว่า 750 บาทขึ้นไป
6. ท่านจะซื้อเสื้อชั้นในโดยเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น (ปริมาณ)
- 11.1) 1 - 2 ชิ้น       11.2) 3 - 4 ชิ้น
- 11.3) 5 - 6 ชิ้น       11.4) 6 ชิ้นขึ้นไป
7. โดยปกติท่านเลือกซื้อเสื้อชั้นในเป็นประจำจากที่ใด
- 12.1) ห้างสรรพสินค้าระดับสูง เช่น สยามพารากอน ดิ เอ็ม โฟเรียม เป็นต้น
- 12.2) ห้างสรรพสินค้าระดับกลาง เช่น เซ็นทรัล เดอะ มอลล์ พาต้า เป็นต้น
8. ใน 1 ปี มีความถี่ในการซื้อกางเกงในกี่ครั้ง โดยเฉลี่ย
- 13.1) 1 – 3 ครั้งต่อปี       13.2) 4 – 6 ครั้งต่อปี
- 13.3) 7 – 9 ครั้งต่อปี       13.4) 10 – 12 ครั้งต่อปี
- 13.5) มากกว่า 12 ครั้งต่อปี
9. โดยปกติท่านเลือกซื้อกางเกงในประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 14.1) กางเกงในเต็มตัว (Full Body) คือกางเกงในที่มีขอบเอวสูง สวมใส่สบาย
- 14.2) กางเกงในครึ่งตัว (Half-Brief) คือกางเกงในที่มีรูปทรงเหมือนแบบเต็มตัว แต่มีขอบเอวต่ำ
- 14.3) กางเกงในบิกินี (Bikini) เป็นกางเกงในทรงเอวต่ำมีขอบขาเว้าสูง เพื่อความเซ็กซี่
- 14.4) กางเกงในจีสตริง (G-string)
- 14.5) กางเกง/กระโปรง ซับใน
- 14.6) กางเกงสตั๊นท์-ขาสั้น-ขยาว
- 14.7) อื่นๆ โปรดระบุ.....
10. ราคาโดยเฉลี่ยในการซื้อกางเกงในต่อชิ้น
- 15.1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท       15.2) 101 – 250 บาท
- 15.3) 251 – 500 บาท       15.4) มากกว่า 500 บาทขึ้นไป
11. ท่านจะซื้อกางเกงในโดยเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น (ปริมาณ)
- 16.1) 1 - 2 ชิ้น       16.2) 3 - 4 ชิ้น
- 16.3) 5 - 6 ชิ้น       16.4) 6 ชิ้นขึ้นไป

12. โดยปกติท่านเลือกซื้อกางเกงในเป็นประจำจากที่ได้
- 17.1) ห้างสรรพสินค้าระดับสูง เช่น สยามพารากอน ดิ เอ็มโพเรียม เป็นต้น
- 17.2) ห้างสรรพสินค้าระดับกลาง เช่น เซ็นทรัล เดอะ มอลล์ พาต้า เป็นต้น
13. โดยปกติท่านเลือกซื้อชุดชั้นในตราสินค้าใด
- 18.1) วาโก้ (Wacoal)                       18.2) ซาบีน่า (Sabina)
- 18.3) ไทรอัมพ์ (Triump)                       18.4) ไคร่า (Kyra)
- 18.5) จินตนา (Jintana)                       18.6) กีลาโลส (Guy Laroche)
- 18.7) แอลดี (Elle)                       18.8) มอร์แกน (Morgan)
- 18.9) กุลสตรี (Kullasati)                       18.10) เพลย์บอย (Playboy)
- 18.11) แอลเฟ้ (Elfe)                       18.12) ป๊อปปไลน์ (Popline)
- 18.13) อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงวันใดของสัปดาห์
- 19.1) จันทร์ – ศุกร์    19.2) เสาร์ - อาทิตย์    19.3) วันหยุดนักขัตฤกษ์    19.4) วันที่สะดวก
15. โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงเวลาใดของเดือน
- 20.1) ต้นเดือน    20.2) กลางเดือน    20.3) ปลายเดือน    20.4) ช่วงเวลาที่สะดวก
16. โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงเวลาใดของวัน
- 21.1) เช้า (8:00 – 12.00น.)                       21.2) กลางวัน (12:01 -13:00น.)
- 21.3) บ่าย (13:01 – 17:00น.)                       21.4) เย็น –ค่ำ (หลัง 17:00น.)
- 20.5) ช่วงเวลาที่สะดวก
17. ท่านจะใช้เหตุผลใดในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 22.1) ช่วยกระชับสัดส่วน/ช่วยเสริมทรวงอก
- 22.2) ชุดชั้นในที่มีอยู่เสื่อมสภาพ หมดยุการใช้งาน
- 22.3) รูปร่างเปลี่ยนแปลง เช่น อ้วนขึ้นหรือผอมลง
- 22.4) โปรมอชัน ฌ จุดขายน่าสนใจ
- 22.5) เชื้อคำโฆษณา เช่น ใต้แล้วดูดีอกสวย
- 22.6) เพื่อการสะสม
- 22.7) เพื่อแฟชั่นสมัยนิยม เน้น รูปทรง ลวดลาย สี สัน
- 22.8) ต้องการแบบที่หลากหลาย
- 22.9) อื่นๆ โปรดระบุ.....
18. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุดชั้นในสตรีและสถานที่จำหน่ายจากแหล่งใดมากที่สุด
- 23.1) ตนเอง
- 23.2) เพื่อน
- 23.3) คนในครอบครัว

- 23.4) คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย
- 23.5) อินเทอร์เน็ต
- 23.6) ใบปลิว/แผ่นพับ
- 23.7) วิทยู
- 23.8) นิตยสาร
- 23.9) โทรทัศน์
- 23.10) อื่นๆ โปรดระบุ.....

19. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อชุดชั้นในสตรีของท่านมากที่สุด

- 24.1) เพื่อน
- 24.2) พ่อหรือแม่/ผู้ปกครอง
- 24.3)ญาติพี่น้อง
- 24.4) คู่สมรส/แฟน
- 24.5) ตนเอง
- 24.6) ฟรีเซ็นเตอร์/คารา/นักร้อง
- 24.7) พนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

20. สิ่งใดมีความสำคัญเป็นอันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชุดชั้นในของท่าน

- 25.1) ยี่ห้อ
- 25.2) ราคา
- 25.3) คุณภาพ
- 25.4) เนื้อผ้าและวัสดุ
- 25.5) รูปแบบ
- 25.6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในสตรี

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุดในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในสตรี

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง					
2. คุณภาพของวัตถุดิบและการตัดเย็บที่ดี					
3. ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น เช่น ใส่แล้วกระชับรูปร่าง หน้าอกสวย สร้าง ความมั่นใจ เป็นต้น					
4. มีการออกแบบรูปทรงที่ทันสมัย					
5. มีลวดลายและสีสันตามเทรนด์แฟชั่น					
6. มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย อาทิเช่น ชุดชั้นใน แบบสปอร์ตสำหรับใส่เล่นกีฬา ชุดชั้นในปรับ สายปาดสำหรับใส่กับชุดราตรีออกงาน เป็นต้น					
7. มีขนาด (SIZE) ให้เลือกมากตามความต้องการ					
8. มีความคงทนและใช้ได้นาน					
9. สามารถดูแลและเก็บรักษาได้ง่าย					
10. ความสะดวกในการสวมใส่					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
2. มีหลายระดับราคาให้เลือก					
3. สามารถต่อรองราคาได้					
4. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน					
5. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้					

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อย ที่สุด
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ที่ตั้งร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง					
2. สามารถหาซื้อได้ง่าย สถานที่จำหน่ายมีมาก					
3. มีการจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ สวยงาม ชัดเจน					
4. ช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย เช่น ทาง อินเทอร์เน็ต จากพนักงานขาย หรือสั่งซื้อจาก แคต-ตาล็อก เป็นต้น					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ซื้อ 2 แถม 1 หรือ แจกของแถม เป็นต้น					
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เป็น ประจำ					
3. มีการโฆษณาโดยใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็น พรีเซนเตอร์					
4. พนักงานสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบ ปัญหาเกี่ยวกับชุดชั้นในได้					
5. มีการจัดกิจกรรมสนับสนุนการขาย เช่น การจัด เดินแฟชั่นโชว์ การจัดการประกวด เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ณ โอกาสนี้  
 นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาวพิมพ์ณรัตน์ เจริญมากสุวรรณ

วัน เดือน ปีเกิด

1 พฤศจิกายน 2531

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2554

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี  
สาขาการจัดการระหว่างประเทศ (ภาคภาษาอังกฤษ)  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2554 - ปัจจุบัน

ตำแหน่ง พนักงานธุรกิจการค้า

บริษัท แกรนด์สตาร์ อินด์สตรี จำกัด



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
rights reserved