



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

“ปัจจัยที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิสุตร ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงใคร่ขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในความ ร่วมมือที่สละเวลา อันมีค่าของท่านในครั้งนี้

นางสาวอรอัษฎัน ธิดาเมือง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน ช่องว่างให้ชัดเจนตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1) อายุ

15 – 24 ปี 25 – 34 ปี 35 – 44 ปี มาก 44 ปีขึ้นไป

2) สถานภาพ

โสด สมรส
 หย่าร้าง/ม่าย อื่นๆ (โปรดระบุ)

3) อาชีพประจำ

นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 แม่บ้าน ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป
 อื่นๆ (โปรดระบุ)

4) รายได้(รายได้ประจำและรายได้เสริม) เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ

ต่ำกว่า 5,001 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท
 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท
 30,001 บาทขึ้นไป

5) ระดับการศึกษาสูงสุด

มัธยมศึกษาและต่ำกว่ามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. หรือ อนุปริญญา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

6) ใน 1 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) ที่ครั้งโดยเฉลี่ย

1-3 ครั้งต่อปี 4-6 ครั้งต่อปี
 7-9 ครั้งต่อปี 10-12 ครั้งต่อปี
 มากกว่า 12 ครั้งต่อปี

7) โดยปกติท่านซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) ประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> แบบดันทรง (Push-up Bra) | <input type="checkbox"/> แบบสปอร์ต (Sport Bra) |
| <input type="checkbox"/> แบบอันเดอร์ไวร์ (Underwire Bra) | <input type="checkbox"/> แบบซอฟต์คัพ (Soft-Cup Bra) |
| <input type="checkbox"/> แบบเต็มตัว (Longline Bra) | <input type="checkbox"/> แบบครึ่งตัว (Demi Bra) |
| <input type="checkbox"/> แบบมินิไมเซอร์ (Minimizer Bra) | <input type="checkbox"/> แบบเสริมฟองน้ำ (Padded Bra) |
| <input type="checkbox"/> แบบซิลิโคน (Silicone Bra) | <input type="checkbox"/> เสื้อทับ/ซับใน (Body Top) |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ | |

8) ราคาโดยเฉลี่ยในการซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) ต่อชิ้น

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 250 บาท | <input type="checkbox"/> 251- 500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 501- 750 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 750 ขึ้นไป |

9) โดยทั่วไปท่านซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) โดยเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น (ปริมาณ)

- | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-2 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 3-4 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 5-6 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 6 ชิ้นขึ้นไป |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|

10) งบประมาณในการซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) ต่อครั้ง

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 501-1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,001 -1,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 บาท | <input type="checkbox"/> 2,501 บาทขึ้นไป |

11) โดยปกติในการเลือกซื้อเสื้อชั้นใน (Bra) ท่านเลือกซื้อจากร้านจำหน่ายลักษณะใด

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัล โรบินสัน |
| <input type="checkbox"/> ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ในห้างเทสโก้ บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> แผงลอย / ตลาดนัด เช่น กาดหลวง ถนนคนเดิน มีโชคพลาซ่า เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าปลีกแบบเฉพาะเสื้อชั้นใน |
| <input type="checkbox"/> ซื้อในแคตตาล็อก เช่น AVON , FRIDAY เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> ซื้อในอินเทอร์เน็ต (Internet) |

12) ใน 1 ปีมีความถี่ในการซื้อกางเกงใน (Underwear) กี่ครั้งโดยเฉลี่ย

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1-3 ครั้งต่อปี | <input type="checkbox"/> 4-6 ครั้งต่อปี |
| <input type="checkbox"/> 7-9 ครั้งต่อปี | <input type="checkbox"/> 10-12 ครั้งต่อปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 12 ครั้งต่อปี | |

19) โดยปกติท่านเลือกซื้อชุดชั้นในตราสินค้าใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> วาโก้ | <input type="checkbox"/> ซาบีน่า | <input type="checkbox"/> Victoria Secret |
| <input type="checkbox"/> ไทรอัมพ์ | <input type="checkbox"/> กุลสตรี | <input type="checkbox"/> ELLE |
| <input type="checkbox"/> จินตนา | <input type="checkbox"/> ไคร่า | <input type="checkbox"/> Joggy |
| <input type="checkbox"/> มอร์แกน | <input type="checkbox"/> โอโนโน่ | <input type="checkbox"/> RAPHAELA |
| <input type="checkbox"/> เวียนนา | <input type="checkbox"/> BSC | <input type="checkbox"/> Play Boy |
| <input type="checkbox"/> เมรินี (Matinee) | <input type="checkbox"/> POP | <input type="checkbox"/> Elfe' |
| <input type="checkbox"/> VR | <input type="checkbox"/> DISNEY | <input type="checkbox"/> ไม่มีตราชื้อหือ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุตราหือ | | |

20) โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงวันใด

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> จันทร์ – ศุกร์ | <input type="checkbox"/> เสาร์ – อาทิตย์ | <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
|---|--|--|

21) โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงเวลาใดของเดือน

- | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต้นเดือน | <input type="checkbox"/> กลางเดือน | <input type="checkbox"/> ปลายเดือน |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|

22) โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงเวลาใดของวัน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เช้า (8:00 -12:00 น.) | <input type="checkbox"/> กลางวัน (12:01-13:00) |
| <input type="checkbox"/> บ่าย (13.01 – 17.00 น.) | <input type="checkbox"/> เย็น-ค่ำ (หลังเวลา 17.00 น.) |

23) โดยปกติท่านจะซื้อชุดชั้นใน ช่วงโอกาสใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เงินเดือนออก | <input type="checkbox"/> เงินพิเศษ หรือ โบนัส |
| <input type="checkbox"/> วันพิเศษ เช่น วันเกิด ปีใหม่ งานเลี้ยงต่างๆ เป็นต้น | |
| <input type="checkbox"/> ชื้อเป็นของขวัญ | <input type="checkbox"/> โอกาส เมื่อมีความต้องการ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

24) เหตุผลในการซื้อชุดชั้นในของท่าน คือ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> ชุดชั้นในที่มีอยู่หมดอายุการใช้งาน เสื่อมสภาพ |
| <input type="checkbox"/> แบบเดิมที่มีอยู่ตกุ่นไม่ทันสมัย หรือ เห็นรูปแบบที่สวยงามแล้วอยากได้ |
| <input type="checkbox"/> เมื่อรูปร่างเปลี่ยนแปลง เช่น อ้วนขึ้นหรือผอมลง |
| <input type="checkbox"/> โปรโมชั่น ฃ จุคขาย น่าสนใจ เช่น ลดราคา , ชื้อ 1 แถม 1 , สินค้าราคาพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> เชื้อคำโฆษณา เช่น ใส่แล้วหน้าอกสวย เก็บหมด หรือ เป็นชุดชั้นในเพื่อสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อการสะสม |
| <input type="checkbox"/> เพื่อแฟชั่นสมัยนิยม เน้น รูปทรง ลวดลาย สีลัน รุ่นใหม่ |
| <input type="checkbox"/> ได้ประโยชน์ตามที่ต้องการ คือ ลดความอ้วน กระชับรูปร่าง เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> ต้องการแบบที่หลากหลาย |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

26) ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุดชั้นในสตรีและสถานที่จำหน่ายจากแหล่งใดมากที่สุด

- เอง เพื่อน
- คนในครอบครัว คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย
- อิน อร์เน็ต ไปปลิ
- วิทยุ นิตยสาร
- โทรทัศน์ อื่น ๆ โปรด

27) ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

- เอง เพื่อน
- แฟน / สามี คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย
- ญาติ น้อง มารดา / ผู้ปกครอง
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี

“ปัจจัยที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี”		ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ผลิตภัณฑ์ (Product)						
1	เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง / เป็นที่รู้จัก (มี Branding)					
2	คุณภาพ ของเนื้อผ้า (วัตถุดิบ)และการตัดเย็บที่ดี					
3	วัตถุดิบที่ใช้ต้องมีความปลอดภัยกับร่างกาย					
4	ผลิตภัณฑ์สามารถเสริมให้บุคลิกภาพดูดีขึ้น เช่น ใส่แล้วหน้าอกสวย เก็บนม กระชับรูปร่าง สร้างความมั่นใจ					
5	มีรูปแบบที่เป็นแฟชั่นและดีไซน์ใหม่ๆ สวยงาม					
6	ลวดลาย และสีที่ดึงดูดใจ					
7	เหมาะสำหรับสวมใส่กับเสื้อผ้าแฟชั่นสมัยนิยม					
8	มีความคงทนสามารถใช้งานได้นาน					
9	ความสบายเมื่อสวมใส่ (เนื้อผ้า/วัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บ)					
10	ความสบายเมื่อสวมใส่ (รูปแบบรูปทรงของตัวสินค้า)					
11	เลือกซื้อที่เหมาะสมกับการใช้งาน เช่น ชุดชั้นในแบบไร้สายซึ่งเหมาะกับชุดราตรีเปลือยไหล่ หรือเกาะอก / ชุดชั้นในแบบสปอร์ต สำหรับใส่เล่นกีฬา เป็นต้น					

“ปัจจัยที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี”		ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ราคา (Price)						
1	มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
3	ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อ					
4	ราคาสูงเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี					
5	ราคาถูก (ประหยัด)					
6	มีหลายระดับราคา					
7	สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้					
8	มีส่วนลดเงินสด					
9	อื่นๆ (โปรดระบุ					
การจัดจำหน่าย (Place)						
1	ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง					
2	สามารถหาซื้อได้ง่าย สถานที่จำหน่ายมีมาก					
3	มีการจัดตกแต่งผลิตภัณฑ์ ณ จุดขายมีความน่าสนใจ					
4	มีที่จอดรถสะดวก					
5	มีช่องทางการขายใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ,การขายผ่านพนักงานขาย					
6	ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย สินค้าอื่นๆด้วย เช่น เสื้อผ้า อุปกรณ์ซักล้าง อาหาร ฯลฯ					
7	อื่นๆ (โปรดระบุ					
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
1	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น					
2	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น					
2	มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้					

“ปัจจัยที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อ ชุดชั้นในสตรี”		ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อชุดชั้นในสตรี				
		มาก ที่สุด	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด
3	มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา ซื้อมา 2 แกรม 1 คะแนน สะสม หรือ การแจกของฟรีเมียม เป็นต้น					
4	มีการทำการตลาดทางตรงร่วมกับการส่งเสริมการขาย เช่น การส่งไปรษณีย์ จดหมาย E-mail แจ็งโปร โม่ซัน					
5	การตลาดเชิงกิจกรรม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดการประกวด การเดินแฟชั่น โชว์ เป็นต้น					
สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (เศรษฐกิจ)						
1	สถานะเศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจในเรื่องราคาของชุด ชั้นใน (ราคาต่อชิ้น)					
2	สถานะเศรษฐกิจมีผลต่อจำนวนปริมาณการซื้อ ชุดชั้นใน ต่อครั้ง					
3	สถานะเศรษฐกิจมีผลต่อ ระยะเวลาของการซื้อชุดชั้นใน ครั้งใหม่					
4	อื่นๆ (โปรดระบุ					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นางสาวอรอัณัฐัน ธิดาเมือง

วัน เดือน ปีเกิด 6 กันยายน 2523

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษา ศิลปะศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พ.ศ.	ประสบการณ์การทำงาน พ.ศ. 2546	ล่ามภาษาญี่ปุ่น และเจ้าหน้าที่การตลาด สำนักพิมพ์ ภาษาญี่ปุ่นเชียงใหม่
	2547	Customer service supervisor, The Oasis Spa, Chiang Mai
	พ.ศ. 2549	Senior Marketing Executive, CKA Chiangmai Co.,Ltd., Chiang Mai.
	พ.ศ.	2551
		SCM Executive (Chiang Mai), Thai Samsung Electronic Co.,Ltd.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved