



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง “พฤติกรรมของกลุ่มภัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อเสื้อผ้าบุรุษ” แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการค้นคว้าอิสระเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มภัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อเสื้อผ้าบุรุษ ข้อมูลจากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้



สุรเดช ขวัญศรี
ผู้ศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง หรือ
ข้อคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. รสนิยมทางเพศของท่านตรงกับข้อใดมากที่สุด

- ☐ 1. ผู้ชายที่ชอบเพศชาย
- ☐ 2. ผู้ชายที่ชอบเพศหญิง (ยุติการตอบแบบสอบถาม)
- ☐ 3. ผู้ชายที่ชอบทั้งเพศหญิง และ เพศชาย (ยุติการตอบแบบสอบถาม)
- ☐ 4. สาวประเภทสอง (ยุติการตอบแบบสอบถาม)
- ☐ 5. กลุ่มแต่งกายเลียนแบบเพศหญิง (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

2. สถานที่อยู่อาศัย สถานที่ศึกษา หรือ สถานที่ทำงานของท่านอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- ☐ 1. ใช่
- ☐ 2. ไม่ใช่ (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

3. อายุ

- ☐ 1. ไม่เกิน 20 ปี
- ☐ 2. 21 - 25 ปี
- ☐ 3. 26 - 30 ปี
- ☐ 4. 31 - 35 ปี
- ☐ 5. 36 - 40 ปี
- ☐ 6. 41 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
- ☐ 2. มัธยมศึกษา/ปวช.
- ☐ 3. อนุปริญญา/ปวส.
- ☐ 4. ปริญญาตรี
- ☐ 5. ปริญญาโท
- ☐ 6. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- ☐ 5. พนักงาน Part – Time
- ☐ 6. อื่นๆ.....

6. รายรับทั้งหมดต่อเดือนของท่าน

- ☐ 1. ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท
- ☐ 2. 15,001 – 20,000 บาท
- ☐ 3. 20,001 – 25,000 บาท
- ☐ 4. 25,001 – 30,000 บาท
- ☐ 5. 30,001 – 35,000 บาท
- ☐ 6. 35,001 – 40,000 บาท
- ☐ 7. 40,001 – 45,000 บาท
- ☐ 8. 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง หรือ
ข้อคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านซื้อเสื้อผ้าบุรุษจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. เซ็นทรัลลาดพร้าว | ☐ 2. เซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า |
| ☐ 3. เมญ่า | ☐ 4. เซ็นทรัลเฟสติวัล |
| ☐ 5. พรอมเมนาดา ริสอร์ท มอลล์ | ☐ 6. ตลาดวโรรส |
| ☐ 7. ตลาดรินคำ | ☐ 8. มาลินพลาซ่า หน้า มช. |
| ☐ 9. ตลาดนัดตามสถานที่ต่างๆ | ☐ 10. ร้านขายเสื้อผ้าบุรุษทั่วไป |
| ☐ 11. พรีเมียม เอาท์เล็ต (ภาคฝรั่ง) | ☐ 12. ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโกโลดัส บิ๊กซี |
| ☐ 13. ร้านขายของนำเข้า (แบรนด์เนม) | |
| ☐ 14. ร้านขายเสื้อผ้าของตราสินค้าอื่นๆ เช่น AIZ, LACOSTE, EXPORT SHOP | |
| ☐ 15. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

2. ในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำนวน.....ครั้ง (โดยประมาณ)

3. จำนวนชิ้นโดยเฉลี่ยของเสื้อผ้าบุรุษที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง

- | | |
|------------------------------------|--|
| ☐ 1. 1 ชิ้น | ☐ 2. 2 ชิ้น |
| ☐ 3. 3 ชิ้น | ☐ 4. 4 ชิ้นขึ้นไป |

4. จำนวนเงินที่ท่านใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแต่ละครั้ง

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ไม่เกิน 1,000 บาท | ☐ 2. 1,001 – 2,000 บาท |
| ☐ 3. 2,001 – 3,000 บาท | ☐ 4. 3,001 – 4,000 บาท |
| ☐ 5. 4,001 – 5,000 บาท | ☐ 6. 5,001 บาทขึ้นไป |

5. โอกาสใดที่ท่านเลือกซื้อเสื้อผ้าใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. มีสินค้ารูปแบบใหม่ | ☐ 2. ทดแทนเสื้อผ้าเก่า |
| ☐ 3. ซื้อเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ | ☐ 4. ซื้อเนื่องจากรูปร่างเปลี่ยน |
| ☐ 5. มีโปรโมชั่นพิเศษ | ☐ 6. ซื้อเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ |
| ☐ 7. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

6. ประเภทของเสื้อผ้าบุรุษที่ท่านซื้อเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. เสื้อเชิ้ตแขนยาว | ☐ 2. เสื้อเชิ้ตแขนสั้น |
| ☐ 3. กางเกงสแล็ค | ☐ 4. เสื้อยืด |
| ☐ 5. เสื้อโปโล | ☐ 6. เสื้อกีฬา |
| ☐ 7. กางเกงกีฬา | ☐ 8. กางเกงยีนส์ |
| ☐ 9. กางเกงขาสั้น | ☐ 10. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

7. รูปแบบของเสื้อผ้าบุรุษในข้อใดที่ปัจจัยต่อการเลือกซื้อของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. รูปแบบธรรมดาทั่วไป | ☐ 2. มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะแบรนด์นั้น ๆ |
| ☐ 3. มีลูกเล่นต่าง ๆ เช่น ปักเลื่อม/ซีทรู | ☐ 4. เสื้อผ้าแบบเข้ารูปเน้นโชว์สัดส่วนของร่างกาย |
| ☐ 5. ดีไซน์นำสมัยตามกระแสนิยม | ☐ 6. ตรายี่ห้อโดดเด่นสามารถเห็นได้ชัดเจนเมื่อสวมใส่ |
| ☐ 7. สินค้าเข้าใหม่ (New Arrival) | ☐ 8. รุ่นที่มีจำนวนจำกัด (Limited Edition) |
| ☐ 9. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

8. ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษแต่ละชิ้นเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. สวมใส่สบาย | ☐ 2. แบบเสื้อผ้าบุรุษถูกใจ |
| ☐ 3. แสดงความเป็นตัวของตัวเอง | ☐ 4. ราคาถูก/มีการลดราคา |
| ☐ 5. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จัก | ☐ 6. รูปแบบเสื้อผ้าอยู่ในกระแสนิยม |
| ☐ 7. เหมาะสมกับรูปร่าง | ☐ 8. ลวดลายสีสันทูกใจ |
| ☐ 9. สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส | |

9. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการออกสินค้าใหม่ หรือ การจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับเสื้อผ้าบุรุษจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. เพื่อน | ☐ 2. โทรทัศน์ |
| ☐ 3. นิตยสารแฟชั่น | ☐ 4. ป้ายคัทเอาต์โฆษณา |
| ☐ 5. ใบปลิว/โบชัวร์ | ☐ 6. อินเทอร์เน็ต |
| ☐ 7. พนักงานขาย | ☐ 8. เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง |
| ☐ 9. โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น | |

10. ท่านศึกษาเทรนด์การแต่งกายใหม่ๆ จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ไม่สนใจศึกษา | ☐ 2. รายการโทรทัศน์ |
| ☐ 3. ดารา/ศิลปิน | ☐ 4. อินเทอร์เน็ต |
| ☐ 5. นิตยสารแฟชั่น | ☐ 6. สังเกตการแต่งกายของคนในสังคม |
| ☐ 7. แต่งตามเพื่อน | ☐ 8. เน็ตไอดอล (Net Idol) |
| ☐ 9. โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Youtube, Blog เป็นต้น | |

11. ท่านหาข้อมูล และ วางแผนการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษอย่างไร

- ☐ 1. ไม่มีการหาข้อมูล และไม่วางแผนการซื้อล่วงหน้า
- ☐ 2. หาข้อมูล แต่ไม่วางแผนการซื้อล่วงหน้า
- ☐ 3. หาข้อมูล และ วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง
- ☐ 4. หาข้อมูล และ วางแผนการซื้อล่วงหน้าทุกครั้ง

12. ลักษณะการไปซื้อเสื้อผ้าบุรุษของท่านเป็นแบบใด

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ 1. ไปคนเดียว | ☐ 2. ไปกับเพื่อน |
| ☐ 3. ไปกับแฟน | ☐ 4. ไปกับครอบครัว |

13. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของท่านมากที่สุดคือใคร

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ตนเอง | ☐ 2. เพื่อน |
| ☐ 3. แฟน | ☐ 4. พนักงานขาย |
| ☐ 5. ดารา/พิธีเซนต์อร์ | ☐ 6. สมาชิกในครอบครัว |
| ☐ 7. เน็ตไอดอล (Net Idol) | |

14. ท่านต้องการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษจากพนักงานขายที่เป็นเพศใด

- | | |
|--|-------------------------------------|
| ☐ 1. เพศชาย | ☐ 2. เพศหญิง |
| ☐ 3. เพศใดก็ได้ | |

15. ในขณะที่ท่านเลือกซื้อเสื้อผ้า ท่านต้องการให้พนักงานขายปฏิบัติต่อท่านอย่างไร

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. เข้ามาแนะนำสินค้า | ☐ 2. คอยอยู่เฉยๆ เมื่อต้องการคำแนะนำจะเรียกเอง |
|---|---|

16. โปรดเลือกยี่ห้อในตารางตัวเลือกที่ท่านนิยมซื้อเป็นประจำ และนำหมายเลขประจำยี่ห้อเดิมลงในช่องว่างในแต่ละช่วงโอกาสที่ท่านเลือกสวมใส่ในข้อ 16.1 ถึง 16.5

1.อามานี่ (Armani)	2.ฮูโกบอส (Hugo Boss)	3.จีคิว (GQ)	4.เช็ค คาคุ (Cheq Kaku)
5.จีทูเซาซันด์ (G2000)	6.การ์แบง (Garbang)	7.แดปเปอร์ (Dapper)	8.เบอร์เบอรี่ (Burberry)
9.เฟรด เพอร์รี่ (Fred Perry)	10.กิลาโรช (Guy Laroche)	11.แอร์โรว์ (Arrow)	12.คร็อกโคไดล์ (Crocodile)
13.ทอมมี่ ฮิลฟิเกอร์ (Tommy Hilfiger)	14.แฟบรีค รีพับลิก (Fabric Republic)	15.เควิน ไคลน์ (Calvin Klein)	16.จอห์น เฮนรี่ (John Henry)
17.เกรส (Guess)	18.เอสปริ (Esprit)	19.เอ็กซ์แอคท์ (X-ACT)	20.จัสปาล (Jaspal)
21.เอชแอนด์เอ็ม (H&M)	22.รอล์ฟ ลอเรน (Ralph Lauren)	23.ซีซี ดับเบิล โอ (CC-OO)	24.อเบอร์คอมบี้ (Abercrombie)
25.พอล สมิท (Paul Smith)	26.จิออดาโน (Giordano)	27.อีเอสพี (ESP)	28.เอฟซียูเค (Fcuk)
29.เอฟคิวแอนด์แอล (FQ&L)	30.เอฟ แอนด์ เอฟ (F&F)	31.เพลย์บอย (Playboy)	32.ยู.เอส. โพล อีสเอส เอ็น U.S.PoloASSN)
33.ซานตา บาบารา (Santa Barbara)	34.เบเวอร์ลีฮิลล์ส โพลคลับ (Beverly Hills Polo Club)	35.ปีแอร์ การ์แดง (Pierre cardin)	36.ท็อปแมน (Top Man)
37.โดมอนแมน (Domon Man)	38.บอดี้โกลฟ (Body Glove)	39.เอทูแซด (AIIZ)	40.ลาครอส (Lacoste)
41.ยูนิโคล่ (Uniqlo)	42.ซาร่า (Zara)	43.ดีเซล (Diesel)	44.รูทด็อก (Rude Dog)
45.ซูเปอร์ดราย (Superdry)	46.วอน ดัช (Von Dutch)	47.ซีพีเอส แชปส์ (CPS Chaps)	48.แรนเจอร์ (Wrangler)
49.ลี (Lee)	50.แม็ค (Mc)	51.ลีวายส์ (Levi's)	52.ปั๊มน้ำมันแก๊สโซลีน
53.ลี คูเปอร์ (Lee Cooper)	54.เดอะนอร์ทเฟส (The North Face)	55.คามล แอคทีฟ (Camel Active)	56.ทิมเบอร์แลนด์ (Timberland)
57.จ็อกกี้ (Jockey)	58.อาดิดาส (Adidas)	59.พูมา (Puma)	60.ไนกี้ (Nike)
61.อิมพอร์ต แบรนด เนม	62.ตราสินค้าเลียนแบบ แบรนดเนมต่างประเทศ	63.ตราสินค้าไม่เป็นที่ รู้จัก (No name)	64.อื่น ๆ (โปรดเขียนชื่อ ยี่ห้อลงในช่องว่าง)

*เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมค้นคว้าทั่วไปไม่มีเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์โดยเฉพาะจึงใช้แบรนดเสื้อผ้าบุรุษทั่วไปมิใช่แบรนดเกย์โดยเฉพาะ

ตารางตัวเลือกสำหรับ ข้อ 16.1 ถึง 16.5

- 16.1. สำหรับสวมใส่ไปทำงาน ติดต่อธุรกิจ.....
- 16.2. สำหรับสวมใส่แบบลำลอง.....
- 16.3. สำหรับสวมใส่ไปเที่ยว.....
- 16.4. สำหรับสวมใส่เล่นกีฬา ออกกำลังกาย.....
- 16.5. สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ หรือ งานเลี้ยงต่างๆ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษที่ตรงกับความเป็นจริง หรือ ข้อคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
ชื่อเสียงของตราสินค้า					
คุณภาพของเนื้อผ้า					
ความทันสมัยของการออกแบบ					
ความประณีตในการตัดเย็บ					
ความทนทาน คงทน อายุการใช้งานนาน					
มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย					
ประยุกต์ใช้ได้หลายโอกาส					
รูปแบบไม่ล้าสมัยเร็ว					
รูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร					
สินค้าไม่เสียรูปหลังซัก					
ดูแลรักษาง่าย					
มีขนาดให้เลือกตามต้องการ					
มีบริการลองสวมใส่เสื้อผ้า					
มีรุ่นที่มีจำนวนจำกัด (Limited Edition)					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า					
ความคุ้มค่าของราคาต่ออายุการใช้งาน					
แสดงป้ายบอกราคารายละเอียดถูกต้อง					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ความสะดวกในการเดินทาง					
บรรยากาศ การตกแต่งในร้าน (แสง สี กลิ่น เพลง)					
การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ					
ทำเลที่ตั้งมีสินค้าประเภทเดียวกันของผู้ค้าหลายราย					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีการลดราคาเสื้อผ้าในโอกาสพิเศษ					
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า และตราสินค้า					
มีส่วนลดสำหรับสมาชิก/ลูกค้าประจำ					
มีส่วนลดจากบัตรเครดิต หรือ บัตรอื่นๆ					
มีของสมนาคุณให้กับลูกค้า					
มีการสะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษ					
สามารถแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ					
ความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงานขายในการแนะนำ					
พนักงานขายรูปร่างหน้าตาดี					
พนักงานขายแต่งตัวดี					
ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย					
มีบริการเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อมีปัญหา					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีการรับประกันคืนเงิน					
การส่งโบชัวร์ แคตตาล็อกสินค้าใหม่ถึงบ้าน					
มีสื่อโซเชียลมีเดียให้ติดตาม และเป็นสมาชิก					
มีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์					

ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

จบบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายสุรเดช ขวัญศรี

วัน เดือน ปี เกิด

5 มกราคม พ.ศ. 2530

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2552 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2552 - 2554

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

พ.ศ. 2555 - 2557

ผู้ช่วยฝ่ายบริหาร

บริษัท สมาร์ทโฮม บิลเดอร์ จำกัด

พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่ธุรการ

บริษัท อินฟอร์เมชันแฟคตอรี จำกัด



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
right© by Chiang Mai University
rights reserved