



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุด หรือกรอกข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ

- () 1. 15-18 ปี () 2. 19-35 ปี () 3. มากกว่า 36 ปี

สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. อื่น.....

การศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้น () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
 () 3. อนุปริญญา หรือ ปวส. () 4. ปริญญาตรี
 () 5. สูงกว่าปริญญาตรี

รายได้ต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 5000 บาท () 2. 5001-10,000 บาท
 () 3. 10,001-20,000 บาท () 4. 20,001-30,000 บาท
 () 5. มากกว่า 30,000 บาท

อาชีพ

- () 1. นักเรียนหรือนักศึกษา () 2. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 3. รับราชการ () 4. รัฐวิสาหกิจ
 () 5. เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว
 () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อ เครื่องสำอางผู้ชาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
 ท่านใช้ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1)

เครื่องหมาย ✓	ผลิตภัณฑ์
	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (cleansing)(โฟมล้างหน้า)
	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวดอกกลางวัน(Lotion,Cream)
	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวดอกกลางคืน(Lotion,Cream)
	ผลิตภัณฑ์นวดหน้า(Massage)
	ผลิตภัณฑ์พอกหน้า(Mask, Pack)
	ผลิตภัณฑ์รอบดวงตา(Eye Gel, Eye Cream)
	ผลิตภัณฑ์สำหรับทาคอ(Neck Cream)
	ผลิตภัณฑ์รองพื้น(Foundation)
	ครีมขัดหน้า(Facial Scrub)
	ลิปสติก(Lip Stick)
	โลชั่นควบคุมความมันบนใบหน้า(Facail Oil Control)
	ไวท์เทนนิ่ง(Whitening)(ครีมหน้าขาว)
	เจลแต่งผม แวกซ์ มูส(Gel Wax Moose)
	ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด และทำให้ผิวเข้ม(Sun Block, Sun Tan)
	แป้ง(สำหรับใบหน้า)
	เครื่องหอม เช่น น้ำหอม โคลโลญจ์ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ โปรดระบุ.....

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ✓ ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านใช้เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายของตราสินค้าใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. L'OREOR () 2. LAB SEIES () 3. DKNY () 4. NEVIA
 () 5. CLARINSMEN () 6. POND'S () 7. COVERMARK
 () 8. OIL OF OLAY () 9. PIAS () 10. CLINIQUE
 () 11. LANCOME () 12. SCHWARZKOPF () 13. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. เหตุผลที่ท่านใช้เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ต้องการให้ผิวขาวเนียนยิ่งขึ้น () 2. ต้องการให้ดูอ่อนเยาว์
 () 3. เพื่อปกปิดปัญหาฝ้าหรือกระ () 4. ผิวคล้ำจากแสงแดด
 () 5. ตามกระแสนิยมที่มีการใช้กันมาก () 6. เพื่อเสริมบุคลิกภาพ
 () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผู้ชายมานานปีกี่ปีแล้ว

- () 1. น้อยกว่า 6 เดือน () 2. 6 เดือน – 1 ปี () 3. 1 ปี 1 วัน – 2 ปี
 () 4. 2 ปีขึ้นไป

4. ใครที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อน () 2. ภรรยา () 3. ตัวเอง () 4. พนักงานขาย(BA)
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายที่ท่านใช้อยู่ผลิตจาก

- () 1. ในประเทศ () 2. ต่างประเทศ () 3. ทั้งในและต่างประเทศ

6. โอกาสใดที่ท่านจะซื้อ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด () 2. มีผลิตภัณฑ์ออกใหม่
 () 3. ช่วงลดราคา หรือแถมสินค้า () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

7. ท่านนิยมซื้อ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายจากที่ไหนมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ห้างสรรพสินค้า () 2. ตลาด () 3. ร้านเครื่องสำอางโดยเฉพาะ
 () 4. จากพนักงานขาย () 5. ศูนย์ Direct Sale

8. ท่านนิยมซื้อ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายแบบครบชุด (ตราสินค้าเดียวกัน) หรือไม่

- () 1. นิยม () 2. ไม่นิยม

เพราะ() 1.1 เชื่อว่าจะช่วยเสริมประสิทธิภาพ เพราะ() 2.1 ราคาสูง

() 1.2 สะดวกในการซื้อหา () 2.2 ชอบทดลอง

() 1.3 จะได้รับส่วนลดพิเศษ () 2.3 อื่นๆ (โปรดระบุ)

() 1.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาของ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่

- () 1. มาก () 2. น้อย () 3. ไม่มีผลเลย

10. ถ้าราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ท่านจะตัดสินใจอย่างไร ถ้าราคาสูงขึ้นและจะต้องซื้อเครื่องสำอาง คราวต่อไป

- () 1. ยังคงใช้ผลิตภัณฑ์เดิม () 2. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่

- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ราคาของ เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย (ต่อชิ้น) ที่ท่านซื้อในแต่ครั้ง

- () 1. ต่ำกว่า 100 บาท () 2. 101-300 บาท () 3. 301-500 บาท

- () 4. 501-1,000 บาท () 5. มากกว่า 1,000 บาท

12. ปกติท่านซื้อเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายบ่อยแค่ไหน

- () 1. น้อยกว่า 1 เดือนต่อครั้ง () 2. 1 เดือน/ครั้ง

- () 3. 2 ครั้ง/เดือน () 4. 3 ครั้ง/เดือน

- () 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. ในการซื้อแต่ละครั้ง ท่านใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าใด

- () 1. ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง () 2. 501-1,000 บาท/ครั้ง

- () 3. 1,001-1,500 บาท/ครั้ง () 4. 1,501-2,000 บาท/ครั้ง

- () 5. มากกว่า 2,000 บาท/ครั้ง

14. ถ้าหาก เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ที่ใช้ประจำหมด (ไม่มีวางจำหน่ายในขณะนั้น ท่านจะเลือกซื้อตราสินค้าอื่นแทนหรือไม่

- () 1. ไม่ซื้อ () 2. ซื้อ

เพราะ() 1.1 เชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าเดิม เพราะ() 2.1 ใช้ได้เหมือนกัน

() 1.2 กลัวถึงความปลอดภัย(แพ้) () 2.2 ชอบทดลองสินค้าใหม่

() 1.3 อื่นๆ (โปรดระบุ)..... () 2.3 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ของแถมประเภทใดที่ท่านชอบมากที่สุด

- () 1.ปากกา () 2.พวงกุญแจ () 3. เสื้อบุรุษ () 4. กระเป๋า

- () 5. อื่น โปรดระบุ.....

16. ท่านทราบข้อมูลเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายจากแหล่งไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.วิทยุ () 2. โทรทัศน์ () 3. ร้านค้า () 4. พนักงานขาย

- () 5. เพื่อน () 6.ญาติ () 7. พยาบาล () 8.แพทย์

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสำหรับ ผู้ชาย
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายของท่านเพียงใด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
มีประสิทธิภาพ เช่น วิตามิน อี					
มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ					
ตราสินค้ามีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก					
การมีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพสินค้า					
เป็นเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ					
เป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทย					
เครื่องสำอางที่รวมคุณสมบัติหลายๆ อย่างไว้ในขวดเดียวกัน เช่น หน้าขาวขึ้น ลบริ้วรอย ให้ความชุ่มชื้น					
ทาแล้วไม่เหนียวเหนอะหนะ ซึมซาบเร็ว					
มีหลายขนาดให้เลือก					
วิธีการใช้ไม่ยุ่งยาก					
มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่เกิดการแพ้					
ลักษณะของภาชนะบรรจุและหีบห่อ					
บรรจุภัณฑ์สามารถใช้ประโยชน์อื่นได้ เช่น แจกกัน					
รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ที่ชัดเจน					
ระบุวันหมดอายุที่ชัดเจน					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
2. ด้านราคา					
ราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับจากเครื่องสำอางผลิตภัณฑ์					
ราคาต่ำกว่าตราสินค้าอื่น					
ติดป้ายราคาที่ชัดเจน					
ราคาต่ำเมื่อเทียบกับขนาดบรรจุ					
มีหลายราคาให้เลือก					
อื่นๆ (ระบุ).....					
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย					
สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก					
สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน					
เครื่องสำอางมีจำหน่ายทั่วไปในห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์เซ็นเตอร์หรือศูนย์การค้าสมัยใหม่					
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย(การตกแต่ง การจัดเรียง ในตู้แสดงสินค้า)น่าสนใจ					
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบง่าย					
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นชัด					
การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน โดยรถ หรือไปรษณีย์					
การมีพนักงานขายบริการ และจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือที่ๆสะดวกต่อการพบ					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
4.ด้านการโฆษณา					
ความน่าสนใจของโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์					
การโฆษณาในวารสารสำหรับนุรุษ โดยมีข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้ และผลที่จะได้รับประกอบ					
การโฆษณาโดยเป็นผู้ให้การสนับสนุนรายการเกี่ยวกับสุขภาพ ของผู้ชาย					
ข้อความที่ใช้ในการโฆษณา เช่น เพราะคุณไม่ใช่ผู้หญิง จึงต้องใช้เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย โดยเฉพาะ					
การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง และมีรูปร่าง หน้าตาดี ทำการโฆษณาสินค้า					
ความน่าเชื่อถือของผู้แนะนำ โฆษณาสินค้า เช่น แพทย์ เกษีกร พยาบาล					
อื่นๆ (ระบุ).....					
5. ด้านการส่งเสริมการขาย					
มีการทดลองใช้					
มีการสาธิตวิธีการใช้					
การลดราคาของสินค้า					
การให้คู่ปองส่วนลด					
การแจกของตัวอย่าง					
ของแถมเมื่อซื้อเครื่องสำอางครบตามราคาที่กำหนด					
การรับประกันคุณภาพ หรือหากไม่พอใจยินดีคืนเงิน					
การมีระบบสมาชิก					
มีการชิงโชค					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
6. ด้านพนักงานขาย					
คำแนะนำของพนักงานขาย					
การสาธิตการใช้สินค้า					
บุคลิกภาพที่ดีของพนักงานขาย					
ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตอนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสำหรับ ผู้ชายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ระดับปัญหาต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
ไม่มีประสิทธิภาพที่ต้องการ เช่น วิตามิน อี					
ไม่มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ					
ตราสินค้าชื่อเสียงไม่เป็นที่รู้จัก					
ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพสินค้า					
กลิ่นของเครื่องสำอาง					
เครื่องสำอางที่รวมคุณสมบัติหลายๆ อย่างไว้ในขวดเดียวกัน เช่น หน้าขาวขึ้น ลบริ้วรอย ให้ความชุ่มชื้น					
ทาแล้วเหนียวเหนอะหนะ ไม่ซึมซาบเร็ว					
วิธีการใช้ยุ่งยาก					
ไม่มีความปลอดภัยในการใช้ เกิดการแพ้					
ลักษณะของภาชนะบรรจุและหีบห่อ					
ไม่มีหลายขนาดให้เลือก					
ไม่มีวันหมดอายุ					
รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ไม่ชัดเจน					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัญหา	ระดับปัญหาต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
2. ด้านราคา					
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับจาก เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์					
ราคาสูงกว่าตราสินค้าอื่น					
ราคาสูงเมื่อเทียบกับขนาดบรรจุ					
ไม่มีหลายราคาให้เลือก					
ไม่มีการคิดป้ายราคา					
อื่นๆ (ระบุ).....					
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย					
สถานที่ที่จำหน่ายที่จอดรถไม่สะดวก					
สถานที่ที่จำหน่ายไกลบ้าน					
เครื่องสำอางไม่มีจำหน่ายทั่วไปใน ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์เซ็นเตอร์หรือ ศูนย์การค้าสมัยใหม่					
ไม่มีการแสดงสินค้า ณ จุดขาย (การตกแต่ง การจัดเรียงในตู้แสดงสินค้า) น่าสนใจ					
สินค้าหมดหรือขาดบ่อย					
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นไม่ชัดเจน					
ไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน โดยรถ หรือ ไปรษณีย์					
ไม่มีพนักงานขายบริการ และจัดส่งสินค้าถึง บ้านหรือที่ๆสะดวกต่อการพบ					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัญหา	ระดับปัญหาต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
4. ด้านการโฆษณา					
การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ ไม่น่าสนใจ					
ไม่มีการโฆษณาในวารสารสำหรับบุรุษ เกี่ยวกับวิธีการใช้ และผลที่จะได้รับประกอบ					
ไม่มีการสนับสนุนรายการเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ชาย					
ขาดความน่าเชื่อถือของผู้แนะนำ โฆษณาสินค้า เช่น แพทย์ เภสัชกร พยาบาล					
อื่นๆ (ระบุ).....					
5. ด้านการส่งเสริมการขาย					
ไม่มีการให้ทดลองใช้สินค้า					
ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้					
ไม่มีรายการลดราคาของสินค้า					
ไม่มีการให้คูปองส่วนลด					
ไม่มีการแจกของตัวอย่าง					
ไม่มีของแถมเมื่อซื้อเครื่องสำอางครบตามราคาที่กำหนด					
ไม่รับประกันคุณภาพหรือไม่พอใจยินดีคืนเงิน					
ไม่มีระบบสมาชิก					
ไม่มีการชิงโชค					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ปัญหา	ระดับปัญหาต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
6. ด้านพนักงานขาย					
ไม่มีพนักงานขายให้คำแนะนำ					
พนักงานขายไม่มีบุคลิกภาพที่ดี (ผิวพรรณหน้าตา)					
พนักงานขายไม่มีความรู้ความสามารถ					
อื่นๆ (ระบุ).....					

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายณัฐพล ยะจอม
วัน เดือน ปีเกิด	3 กันยายน 2512
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนธีรภานนท์ บ้านโสง จังหวัดลำพูน ปีการศึกษา 2531 สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2535
ประวัติการทำงาน	Internal Sales บริษัท คอมฟอร์ม จำกัด ปี 2535 เจ้าหน้าที่การเงิน 1 ปี 2535 ผู้จัดการสาขาแม่ฮ่องสอน ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) -ปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved