



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ประกอบการร้านค้าแฟชั่นในอินสตาแกรม

วิภาวี ศิลปพงษ์	นักออกแบบ และเจ้าของแบรนด์ WINTERWHITE
โอปอ มหาวนา	นักออกแบบ และเจ้าของแบรนด์ Whiteoak Factory
วิทวัส โนรีราช	นักออกแบบ และเจ้าของแบรนด์ Freakoutstudio
_____	นักออกแบบ และเจ้าของแบรนด์ B.natural.
ศิวาลัย อำโปนิน	นักออกแบบ และเจ้าของแบรนด์ Amoxilins.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามและคำถามเพื่อการสัมภาษณ์

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง "อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกับการใช้อินสตาแกรม : กรณีศึกษาแบรนด์แฟชั่นในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยออนไลน์"

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกับการใช้อินสตาแกรม : กรณีศึกษาแบรนด์แฟชั่นในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยออนไลน์ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อและการออกแบบ คณะบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ศึกษาต้องการทราบข้อมูลเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในด้านการศึกษาเท่านั้น ในการนี้ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามได้พิจารณา และทำการตอบแบบสอบถามตามความรู้สึก ความคิดเห็น และสิ่งที่ท่านได้กระทำตามสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นข้อมูลทางวิชาการเท่านั้น ข้อมูลต่างๆที่จะได้ถือเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือ เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นต่อการประยุกต์ใช้ภาพในอินสตาแกรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก ลงใน () ข้อที่ท่านพิจารณาเลือกตามความคิดเห็น ความรู้สึก หรือข้อเท็จจริงที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

1.1 เพศ

ชาย

หญิง

1.2 อายุ

อายุน้อยกว่า 18 ปี

อายุ 18 – 25 ปี

อายุ 26 – 30 ปี

อายุ 31 – 40 ปี

อายุ 41 – 50 ปี

อายุ 51 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ)

1.3 อาชีพ

นักเรียน นักศึกษา

ธุรกิจส่วนตัว

รับราชการ รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

รับจ้างทั่วไป

อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.4 รายได้ส่วนตัวของท่าน โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ไม่เกิน 10,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

40,001 บาท ขึ้นไป

1.5 ระยะเวลาในการใช้งานอินสตาแกรม

น้อยกว่า 1 ปี

1-2 ปี

3-4 ปี

4 ปีขึ้นไป

1.6 ท่านเคยเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรมหรือไม่ (ถ้าไม่เคยสิ้นสุดการทำ

แบบสอบถาม)

เคย

ไม่เคย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม

2.1 เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม

() ต้นทุนในการซื้อตรง (เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง) สูงกว่าการซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม

() การเลือกซื้อสินค้าทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว

() สินค้าและบริการมีความหลากหลายให้เลือกซื้อ มีราคาถูก และมีความแปลกใหม่ทันสมัย

() การเปรียบเทียบราคา และข้อมูลสินค้าทำได้ง่ายกว่าการซื้อผ่านช่องทางอื่น

() สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และทุกสถานที่

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.2 ความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

() สัปดาห์ละครั้ง () เดือนละ 1 ครั้ง

() เดือนละ 2 – 3 ครั้ง () ปีละครั้ง

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.3 จำนวนสินค้า ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม ในแต่ละครั้ง

() 1 ชิ้น () 2 – 3 ชิ้น

() 4 – 5 ชิ้น () 6 ชิ้น

() มากกว่า 6 ชิ้น (โปรดระบุ)

2.4 มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าแฟชั่นที่ท่านเลือกซื้อผ่านอินสตาแกรมในแต่ละครั้ง โดยประมาณ

() น้อยกว่า 500 บาท () 501 – 1,000 บาท

() 1,001 – 2,000 บาท () 2,001 – 3,000 บาท

() 3,001 – 4,000 บาท () 4,001 – 5,000 บาท

() 5,001 บาทขึ้นไป (โปรดระบุ)

2.5 ประเภทของสินค้าแฟชั่นที่ท่านซื้อผ่านอินสตาแกรม

() เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย () รองเท้า

() กระเป๋า () เครื่องประดับ

() แว่นตา () อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.5 วิธีที่ท่านใช้ในการชำระสินค้า

() บัตรเครดิต () โอนเข้าบัญชีผู้ขาย

() พัสคูเก็บเงินปลายทาง () อื่นๆ (โปรดระบุ)

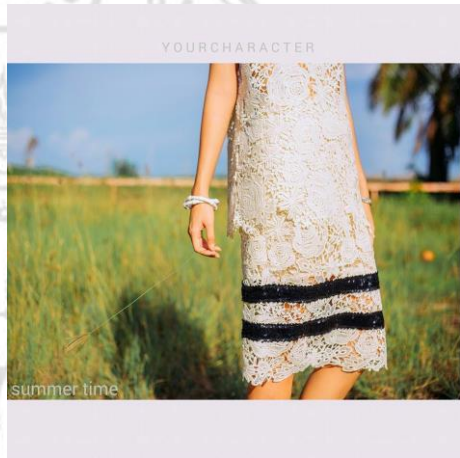
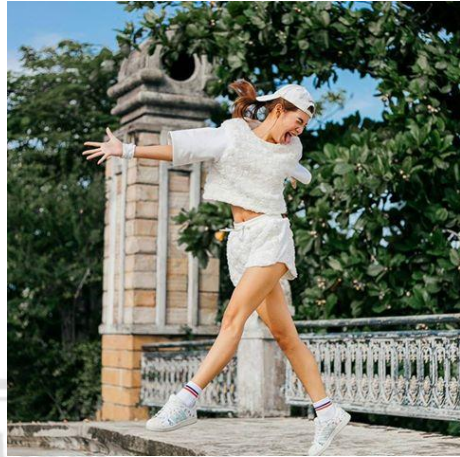
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

ปัจจัยในด้านต่างๆ	ระดับความมีอิทธิพล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
- ความหลากหลายของสินค้า					
- การนำเสนอสินค้าผ่านภาพที่แสดงถึงความแปลกใหม่ และทันสมัย					
- รูปลักษณ์ของสินค้าแสดงถึงความมีเอกลักษณ์ของแบรนด์นั้นๆ					
- การบอกข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียด					
2. ด้านราคา					
- ราคาสินค้าถูกกว่าตลาดภายนอก					
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
- การต่อรองราคาสินค้าทำได้ง่าย					
- สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่าย					
3. ด้านการจัดจำหน่าย					
- ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย (เช่น มีร้านค้าจำนวนมากให้เลือก)					
- ความง่าย และความรวดเร็วในการเลือกซื้อสินค้า (เช่น การซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม)					
- ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า (เช่น เลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชม.)					
- ความรวดเร็วและความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า					

ปัจจัยในด้านต่างๆ	ระดับความมีอิทธิพล				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4. ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ					
- อินสตาแกรม ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก					
- มีการรีวิวสินค้าจากผู้บริโภค					
- มีการอัปเดตสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และถูกต้อง					
- ผู้ขายเปิดเผยข้อมูลไว้อย่างชัดเจน และสามารถติดต่อได้ง่าย สะดวก ตลอดเวลา และหลากหลายช่องทาง					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการประยุกต์ใช้ภาพในอินสตาแกรม
ตัวอย่าง การประยุกต์ใช้ภาพในอุตสาหกรรมแฟชั่นชั้นไทยผ่านอินสตาแกรม ของ
แบรนด์ Freakoutstudio





ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตัวอย่าง Review สินค้าจริงจากผู้บริโภค

 pommechan

+ ติดตาม



♥ 291 คนถูกใจ

🕒 17 ชม.

 freakoutstudio

Following

3 weeks ago · 📍 Line : aumwittawas

Thank for support us | white rose sporty top with fur
1190 THB

♥ iikwangii, label_thai, rivershines and 73 others like this.



eingearnz_

@freakoutstudio เป็นทรงเข้ารูปหอคะ



freakoutstudio

@eingearnz_ เป็นทรงหลวมคะ แต่ใส่ออกมาจะดูไม่อ้วน



Leave a comment...



 manasaproyy

+ ติดตาม



♥ 1,146 คนถูกใจ

🕒 2 วัน



freakoutstudio

Following

3 weeks ago

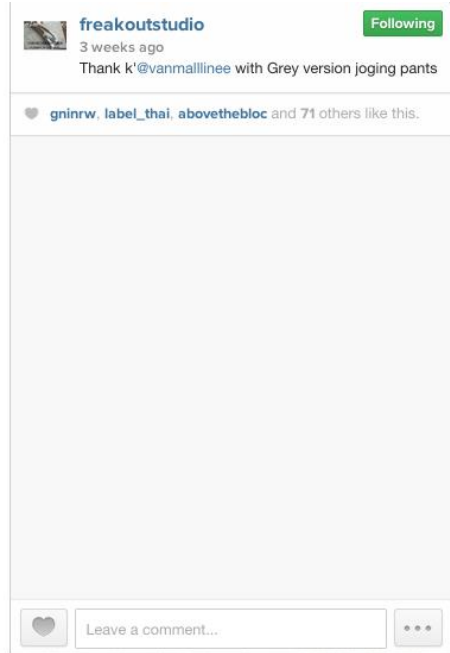
Thank for support us with white lace jumper pants

♥ label_thai, hydrangealicious, jjanesmdee and 91 others like this.



Leave a comment...





- 4.1 เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม มากที่สุด 1 ข้อ
- () การนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นผ่านภาพถ่ายแฟชั่น
 - () ภาพจากการรีวิวสินค้าจริงจากผู้บริโภค
 - () ราคาที่เหมาะสมกับสินค้า
 - () รายละเอียดของสินค้า เช่น วัสดุ ขนาด
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 4.2 หลังจากดูภาพตัวอย่างสินค้าจากแบรนด์ Freakoutstudio แล้วท่านรู้สึกอย่างไร
- () มั่นใจในสินค้าของแบรนด์ Freakoutstudio
 - () สามารถรับรู้ถึงรายละเอียดของสินค้าผ่านภาพถ่ายแฟชั่น
 - () สนใจที่จะเลือกซื้อสินค้าของแบรนด์ Freakoutstudio
 - () ได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ Freakoutstudio ผ่านภาพถ่ายแฟชั่น
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 4.3 ท่านคิดว่าการนำเสนอสินค้าผ่านภาพของสินค้าแฟชั่น ในอินสตาแกรม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่
- () มีผลมาก
 - () มีผลปานกลาง
 - () มีผลน้อย
 - () ไม่มีผลเลย

4.4 ท่านคิดว่าจุดเด่นของการซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม คือ

() การนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่ายที่โดดเด่น

() รายละเอียดสินค้าที่ชัดเจน

() สะดวก หลากหลาย และรวดเร็ว

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

4.5 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการประยุกต์ใช้ภาพในอุตสาหกรรมแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

.....
.....
.....
.....
.....

4.6 ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....
.....
.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสัมภาษณ์ร้านค้าแฟชั่นไทยในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยออนไลน์ ที่ขายสินค้าผ่านอินสตาแกรม

คำถาม : เพื่อศึกษาผลการประยุกต์ใช้ภาพของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย ในการขายสินค้าผ่านอินสตาแกรม

1. คุณมีความคิดเห็นหรือมุมมองอย่างไรในการขายสินค้าแฟชั่นผ่านสื่ออินสตาแกรม
2. คุณมีเทคนิคหรือวิธีการอย่างไรที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้า เพราะการขายสินค้าผ่านอินสตาแกรม เป็นการขายสินค้าผ่านภาพ และข้อความเท่านั้น
3. คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่ายของแบรนด์ กับการรีวิวสินค้าจริงจากผู้บริโภค คุณคิดว่าอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามากกว่ากัน เพราะเหตุใด
4. คุณคิดว่าแบรนด์ของคุณมีการประยุกต์ใช้ภาพในการนำเสนอสินค้าอย่างไร
5. จากการประยุกต์ใช้ภาพในการนำเสนอสินค้า มีผลต่อการส่งเสริมการขายสินค้าหรือไม่ อย่างไร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

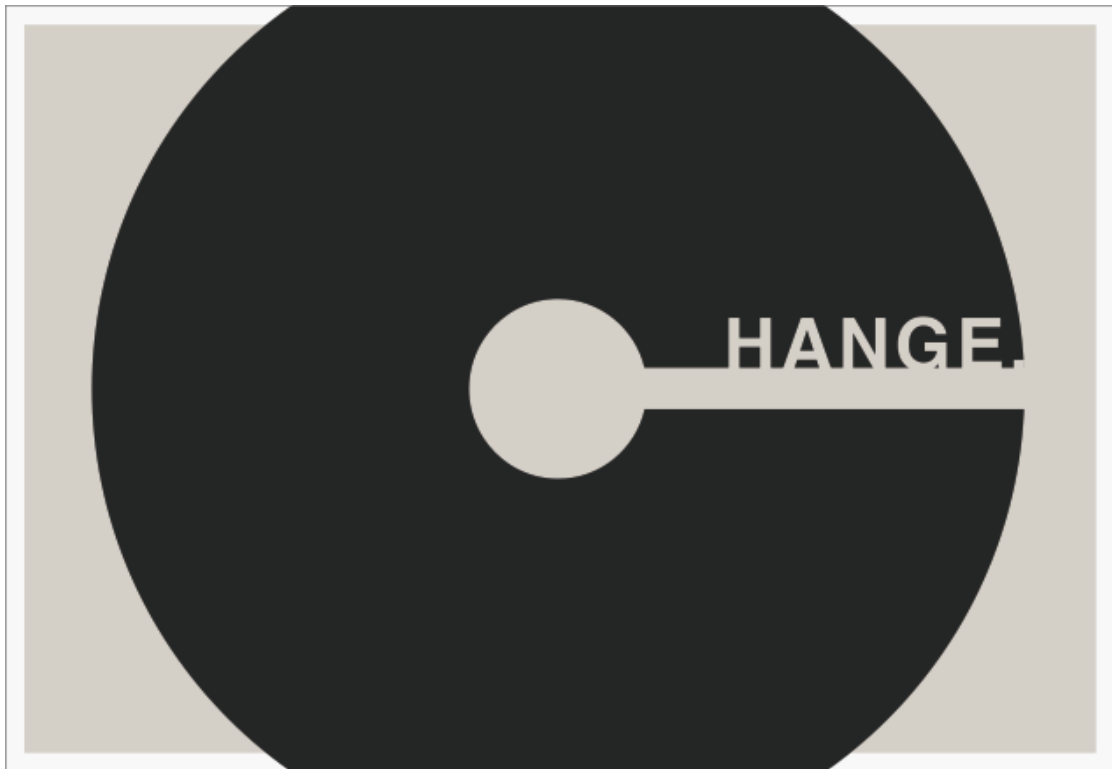
ภาคผนวก ก

การนำเสนอผลงานศิลปะ

จากผลการศึกษาได้ถูกนำมาแปลงเป็นผลงานศิลปะ เพื่อจัดแสดงในงานนิทรรศการงานศิลปะ CHANGE. เป็นงานแสดงผลงานศิลปะของนางสาวรุจิยา นาคเรือง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารออกแบบสื่อ ที่ได้จัดแสดงไปเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2557 ณ Minimal. ซอย 13 ถนนนิมมานเหมินท์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่



โปสเตอร์งานแสดงนิทรรศการศิลปะ
ในงานนิทรรศการศิลปะ CHANGE. ณ Minimal. วันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2557



สูจิบัตรงานแสดงนิทรรศการศิลปะ

ในงานนิทรรศการศิลปะ CHANGE. ณ Minimal. วันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2557

CHANGE. เป็นชื่อผลงานที่พูดถึงโลกในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการคมนาคม การติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงพฤติกรรมการบริโภคของคนก็เปลี่ยนไปด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้รูปแบบของการตลาดก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนไปด้วย ซึ่งออกมาในรูปแบบของการทำร้านค้าออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มของแบรนด์แฟชั่นที่อยู่ในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของสังคมไทย ด้วยเหตุที่มีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าที่สามารถซื้อได้ทุกที่ทุกเวลา แม้ว่าจะมีข้อจำกัดอยู่บ้างเนื่องจากการเลือกซื้อสินค้าผ่านรูปภาพ และข้อความเท่านั้น แต่ผู้บริโภคกลับมองข้ามข้อจำกัดนี้ไป และหันมาสนใจการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก



ภาพรวมของงานสื่อศิลปะ ในงานนิทรรศการศิลปะ CHANGE.

ณ Minimal. วันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2557



ภาพรวมของงานสื่อศิลปะ ในงานนิทรรศการศิลปะ CHANGE.
ณ Minimal. วันที่ 31 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2557

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวรุจิรา นาคเรือง

วัน เดือน ปี เกิด 9 สิงหาคม พ.ศ. 2531

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบดินทร์ดาชา (สิงห์ สิงหเสนี) ปีการศึกษา 2549
สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปบัณฑิต คณะมัณฑนศิลป์ ภาควิชาเครื่องดินเผา มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved