



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาคผนวก  
แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดแต่งงาน  
ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดแต่งงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษา การค้นคว้าแบบอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จัดทำโดย นางสาวนุชนันท์ สมสุข นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปวิเคราะห์และเสนอในลักษณะโดยรวม นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการโดยไม่ระบุหรือเจาะจงของบุคคลใด

ผู้ศึกษาจึงขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ( ) ให้ตรงกับข้อมูลของท่านและถูกต้องตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 20 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 21 - 30 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 31 - 40 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 41 - 50 ปี
<input type="checkbox"/> 5. 51 ปีขึ้นไป	
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 

<input type="checkbox"/> 1.ต่ำกว่า ปวช./ มัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> 2. ปวช./ มัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> 3. ปวส./อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 5. ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> 6. สูงกว่าปริญญาโท
<input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆโปรดระบุ.....	
4. ท่านมีรายได้ต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 10,001-20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 30,001-40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 40,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 50,000 บาท
5. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> 1. นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ	<input type="checkbox"/> 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> 5. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. สถานภาพสมรส
 

<input type="checkbox"/> 1. โสดและกำลังจะสมรสน้อยกว่า 3 เดือน	<input type="checkbox"/> 2. โสดและกำลังจะสมรสภายใน 3-6 เดือน
<input type="checkbox"/> 3. โสดและกำลังจะสมรสภายใน 7-9 เดือน	<input type="checkbox"/> 4. โสดและกำลังจะสมรสภายใน 10-12 เดือน
<input type="checkbox"/> 5. สมรสแล้วน้อยกว่า 3 เดือน	<input type="checkbox"/> 6. สมรสแล้ว 3-6 เดือน
<input type="checkbox"/> 7. สมรสแล้ว 7-9 เดือน	<input type="checkbox"/> 8. สมรสแล้ว 10-12 เดือน

7. งบประมาณที่ใช้เกี่ยวกับชุดแต่งงานของผู้หญิง

- ( ) 1. ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 2. 5,001-10,000 บาท  
 ( ) 3. 10,001-15,000 บาท ( ) 4. 15,001-20,000 บาท  
 ( ) 5. 20,001-25,000 บาท ( ) 6. 25,001-30,000 บาท  
 ( ) 7. มากกว่า 30,000 บาท

8. งบประมาณที่ใช้เกี่ยวกับชุดแต่งงานของผู้ชาย

- ( ) 1. ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 2. 5,001-10,000 บาท  
 ( ) 3. 10,001-15,000 บาท ( ) 4. 15,001-20,000 บาท  
 ( ) 5. 20,001-25,000 บาท ( ) 6. 25,001-30,000 บาท  
 ( ) 7. มากกว่า 30,000 บาท

9. ลักษณะการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงาน

- ( ) 1. เจ้าบ่าวและเจ้าสาวเช่าชุดร้านเดียวกัน ( ) 2. เจ้าบ่าวและเจ้าสาวเช่าชุดคนละร้าน

10. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกชุดแต่งงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. เจ้าบ่าว ( ) 2. เจ้าสาว  
 ( ) 3. พ่อ ( ) 4. แม่  
 ( ) 5. เพื่อน ( ) 6.ญาติ  
 ( ) 7. พนักงานที่ร้าน ( ) 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. จากข้อ 10 ใครเป็นผู้ตัดสินใจเลือกชุดแต่งงาน (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- ( ) 1. เจ้าบ่าว ( ) 2. เจ้าสาว  
 ( ) 3. พ่อ ( ) 4. แม่  
 ( ) 5. เพื่อน ( ) 6.ญาติ  
 ( ) 7. พนักงานที่ร้าน ( ) 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. จำนวนชุดแต่งงานที่ใช้ในการจัดงานแต่งงานของผู้หญิง

- ( ) 1. 1ชุด ( ) 2. 2 ชุด  
 ( ) 3. 3 ชุด ( ) 4. 4 ชุด  
 ( ) 5. มากกว่า 4 ชุด

13. จำนวนชุดแต่งงานที่ใช้ในการจัดงานแต่งงานของผู้ชาย

- ( ) 1. 1ชุด ( ) 2. 2 ชุด  
 ( ) 3. 3 ชุด ( ) 4. 4 ชุด ( ) 5. มากกว่า 4 ชุด

14. ลักษณะการใช้บริการที่ร้านเช่าชุดแต่งงาน

- ( ) 1. เช่าชุดแต่งงานพร้อมอุปกรณ์ประกอบ ( ) 2. ตัดและเช่าชุดแต่งงาน  
( ) 3. ตัดชุดแต่งงาน ( ) 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15. ช่วงเวลาในการใช้บริการ

- ( ) 1. 06.00 - 09.00 น. ( ) 2. 09.01 - 12.00 น.  
( ) 3. 12.01 - 15.00 น. ( ) 4. 15.01 - 18.00 น.  
( ) 5. 18.01 - 21.00 น. ( ) 6. 21.01 - 24.00 น.

16. วันที่ใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. วันจันทร์ ( ) 2. วันอังคาร  
( ) 3. วันพุธ ( ) 4. วันพฤหัสบดี  
( ) 5. วันศุกร์ ( ) 6. วันเสาร์  
( ) 7. วันอาทิตย์

17. การหาข้อมูลร้านเช่าชุดแต่งงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. เว็บไซต์ ( ) 2. Face Book  
( ) 3. หนังสือพิมพ์ ( ) 4. เพื่อน  
( ) 5. นิตยสาร ( ) 6. แผ่นพับ ใบปลิว  
( ) 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ร้านเช่าชุดแต่งงานของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**คำชี้แจง :** โปรดพิจารณาปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดแต่งงาน โดยทำเครื่องหมาย ✓  
ในช่องระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดแต่งงานของผู้บริโภคใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1.1 ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของร้าน					
1.2 รูปแบบการให้บริการหลากหลาย เช่น เช่า เช่าตัด					
1.3 มีจำนวนชุดให้เลือกมากมาย					
1.4 มีลักษณะชุดให้เลือกหลากหลาย เช่น ชุดไทย ชุดราตรี					
1.5 มีอุปกรณ์ประกอบในการให้บริการ เช่น เครื่องประดับ รองเท้า					
1.6 เป็นร้านที่ให้บริการครบวงจร ได้แก่ เช่าชุด ตัดชุด ซ่อมแซมชุด					
1.7 มีบริการการแก้ไขชุดให้เข้ารูปรางผู้สวมใส่					
1.8 มีบริการช่างแต่งหน้า ทำผม					
1.9 มีให้บริการทั้งชุดเจ้าบ่าวและเจ้าสาว					
1.10 มีการจัดสินค้าเป็นแพ็คเกจ เช่น แพ็คเกจ A เช่าชุด เจ้าสาว 2 ชุดและชุดเจ้าบ่าว 2 ชุด แกรมแต่งหน้าฟรี แพ็คเกจB เช่าชุดเจ้าสาว 1 ชุดแกรมชุดเจ้าบ่าว 1 ชุดฟรี					
<b>2. ด้านราคา (Price)</b>					
2.1 มีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพสินค้า					
2.2 ราคาเช่า/ตัดถูกกว่าร้านอื่น					
2.3 มีการชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น ชำระเงินสด เงินเชื่อ					
2.4 การให้ส่วนลดกรณีชำระเงินสด					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.5 มีการให้ผ่อนชำระเป็นงวดๆไปจนถึงหลังการแต่งงาน					
2.6 รับชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต					
2.7 สามารถต่อรองราคาได้					
2.8 มีการแจ้งราคาให้ทราบชัดเจนครบถ้วนตั้งแต่แรก					
<b>3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
3.1 มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย					
3.2 มีที่จอดรถกว้างขวาง					
3.3 มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำสินค้าและกิจการ					
3.4 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์/ โทรสาร/ E-mail					
3.5 มีบริการจัดส่ง-รับคืนสินค้า					
3.6 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.1 มีส่วนลดให้หากใช้บริการหรือเช่ามากกว่า 1 ชุด					
4.2 มีการโฆษณาแผ่นพับ ใบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต					
4.3 มีการโฆษณาผ่าน Social Network เช่น Face book Twitter					
4.4 มีการบอกต่อผ่าน Social Network เช่น Face book Twitter					
4.5 ร้านมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง					
4.6 ร้านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือกิจกรรมชุมชน					
4.7 มีพนักงานคอยแนะนำสินค้าและบริการ โดยเฉพาะ					
4.8 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ					
4.9 มีการออกร้าน Wedding Fair ในงานต่างๆ					
4.10 มีแฟ้มรูปภาพแสดงผลงานให้ดูเป็นตัวอย่าง					
4.11 มีการบอกต่อของคนที่รู้จักหรือเคยใช้บริการ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>5. ด้านพนักงาน (People)</b>					
5.1 พนักงานมีทัศนคติ ยิ้มแย้มแจ่มใส					
5.2 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับชุดแต่งงานและรูปแบบชุดแต่งงานประเภทต่างๆ					
5.3 พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า					
5.4 จำนวนพนักงานมีเพียงพอแก่การให้บริการ					
5.5 พนักงานผู้ออกแบบชุดเป็น designer ที่มีชื่อเสียง					
5.6 พนักงานมีทักษะทางการออกแบบ ตัดเย็บเสื้อผ้า					
5.7 พนักงานมีความสามารถด้านอื่นๆ เช่น แต่งหน้า					
5.8 พนักงานมีทักษะทางการพูดและเจรจาต่อรอง					
5.9 พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้					
5.10 คำแนะนำของพนักงานมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ					
5.11 พนักงานไม่กดดันให้ลูกค้าตัดสินใจ					
<b>6. ด้านกระบวนการ (Process)</b>					
6.1 มีขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก					
6.2 การกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการเช่าชุด ตัดชุด และแก้ไขขนาดชุด					
6.3 มีการตรวจเช็คสภาพชุดก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า					
6.4 มีการนัดหมายจองคิวล่วงหน้า					
6.5 สามารถจองคิวนัดหมายทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต					
6.6 มีการระบุจำนวนครั้งในการเปลี่ยนแปลงชุดที่ชัดเจน					
6.7 มีข้อมูลที่ชัดเจนในการนำเสนอบริการให้ลูกค้า					
6.8 มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะๆ ในทุกขั้นตอน					
6.9 มีการปรับเปลี่ยนบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า					
6.10 เวลาเปิด-ปิดร้าน สะดวกต่อการให้บริการของลูกค้า					



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
7.1 การจัดตกแต่งสถานที่ บรรยากาศภายในร้านสวยงาม					
7.2 มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย					
7.3 การแต่งกายของพนักงานสุภาพและสะอาดเรียบร้อย					
7.4 อาคาร สถานที่ดูใหม่					
7.5 มีนิตยสารที่เกี่ยวกับชุดแต่งงาน ขนมและเครื่องดื่มไว้คอยบริการ					
7.6 สถานที่ให้บริการสะอาด / ระบบถ่ายเทอากาศดี / มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
7.7 มีห้องต่างๆเพียงพอต่อความต้องการ เช่น ห้องลองชุด แต่งงาน ห้องแต่งตัว ห้องน้ำ					
7.8 มีสถานที่รับลูกค้าแต่ละรายโดยเฉพาะไม่ปะปนกัน					

**ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

—กราบขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม—

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวนุชนันท์ สมสุข

วัน เดือน ปี เกิด

25 กุมภาพันธ์ 2527

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีการศึกษา 2550

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2551 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า หจก.ศรีมาเรียม (2550)  
ปฏิบัติงานให้กับ บ.เซรามิคอุตสาหกรรมไทย จำกัด  
พ.ศ.2552 เจ้าหน้าที่แผนและประกันคุณภาพ  
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น