



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และนำเสนอในภาพรวม โดยระบุเฉพาะลูกค้าบุคคลทั่วไปที่มีใช้ลูกค้ายี่ห้อ ห้างร้านหรือบริษัท จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

“สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา”

โปรดทำเครื่องหมาย / ในหน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 20 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 21 – 25 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 26 – 30 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 31 – 35 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. 36 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> 6. 41 – 45 ปี |
| <input type="checkbox"/> 7. 46 – 50 ปี | <input type="checkbox"/> 8. 50 ปี ขึ้นไป |

2. สถานภาพ

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส |
| <input type="checkbox"/> 3. หย่า / แยกทาง | |

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,000 - 10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 15,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. 25,000 บาทขึ้นไป |

4. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า หรือ กำลังศึกษาอยู่
 () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือ กำลังศึกษาอยู่
 () 3. ปวส. / อนุปริญญา / หรือ เทียบเท่า หรือ กำลังศึกษาอยู่
 () 4. ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาอยู่
 () 5. ปริญญาโทหรือสูงกว่า หรือ กำลังศึกษาอยู่

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน / นักศึกษา () 2. ข้าราชการ
 () 3. พนักงานบริษัทเอกชน () 4. เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพอิสระ
 () 5. พ่อบ้าน () 6. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ท่านมีคลินิกเสริมความงาม ที่ให้บริการเป็นประจำหรือไม่

- () 1. มี (โปรดระบุ) () 2. ไม่มี

7. ท่านรู้จักคลินิกเสริมความงามดังต่อไปนี้หรือไม่ (โปรดทำความเข้าใจ / ในช่องที่ตรงกับความจริงที่สุด)

ชื่อคลินิก	ไม่รู้จัก	รู้จักไม่เคย ใช้บริการ	รู้จักเคยใช้ บริการ
1. เมดิแคร์คลินิก			
2. วุฒิ-ศักดิ์คลินิก			
3. ราชเทวีคลินิก			
4. มาร์เวลลัสคลินิก			
5. เอสเต้เมคิคอลคลินิก			
6. มาริยาคลินิกเวชกรรม			
7. พิมพ์คลินิกเวชกรรม			
8. พฤษชาติคลินิก			
9. แพทย์ปริญญา			
10. รมย์รวิณฑ์คลินิก			
11. ปณิศาคลินิก			
12. ลานนาวดี			
13. สินี คลินิกเวชกรรม			
14. สิริ คลินิกเวชกรรม			
15. ชาติชาย คลินิกเวชกรรม			
16. แพนคอร์สเมคิคอลคลินิกเวชกรรม			
17. อื่นๆ โปรดระบุ			

8. ท่านเข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. รักษาโรค (สิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ หรือ ปัญหาโรคผิวหนังอื่นๆ)
 () 2. ทำทริทเมนต์บำรุงผิวหน้า () 3. เสริมบุคลิกภาพ
 () 4. ทำหน้าใส () 5. ปรึกษาปัญหาทางเส้นผม
 () 6. ปรึกษาปัญหาทางด้านสัดส่วน () 7. ตามเพื่อนไป
 () 8. อื่นๆ โปรดระบุ

9. ท่านเลือกใช้บริการประเภทใดในคลินิกเสริมความงาม

บริการ	ใช่	ไม่ใช่
1. รักษาสิว ฝ้า กระ		
2. การทำทริทเมนต์บำรุงผิวหน้า		
3. การฉีดวิตามินเพื่อทำให้ผิวหน้าขาวใส		
4. แก้ไขปัญหาผิวหน้า เช่น ลดจุดได้ตา กรอหน้า		
5. ลดกระชับรูขุมขน		
6. แก้ปัญหาโรคผิวหนัง เช่น ผด ผื่น		
7. ลดริ้วรอยแห่งวัย (ตีนกา)		
8. ยกกระชับใบหน้า		
9. ลดริ้วรอยจากจุดด่างดำรอยสิ่ว รอยแผลเป็น		
10. บำรุงผิวพรรณ		
11. บำรุงเส้นผม		
12. กำจัดขนถาวร		
13. ลดกระชับสัดส่วนร่างกาย		
14. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		

10. จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการคลินิกเสริมความงามโดยเฉลี่ย

- () 1. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (นานๆครั้ง)
 () 2. 1-2 ครั้งต่อเดือน
 () 3. 3-4 ครั้งต่อเดือน
 () 4. มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

11. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้บริการต่อครั้ง

- () 1. ต่ำกว่า 250 บาท () 2. 251- 500 บาท
 () 3. 501 – 750 บาท () 4. 751 – 1,000 บาท
 () 5. มากกว่า 1,000 บาท

12. ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการคลินิกเสริมความงามในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด
- () 1. 09.01 – 12.00 น. () 2. 12.01 – 15.00 น.
- () 3. 15.01 – 18.00 น. () 4. 18.01 – 21.00 น.
- () 5. ไม่แน่นอน
13. ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการคลินิกเสริมความงามในช่วงวันใด
- () 1. จันทร์-ศุกร์ () 2. เสาร์-อาทิตย์
- () 3. วันหยุดราชการ () 4. ทุกวัน
14. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกคลินิกเสริมความงาม
- () 1. เพื่อน () 2. พ่อ/แม่
- () 3. พี่/น้อง () 4. เพื่อนที่ทำงาน
- () 5. คนรู้จัก () 6. ตัดสินใจด้วยตนเอง
- () 7. คนรัก () 8. อื่นๆ โปรดระบุ
15. ในการหาข้อมูลเพื่อใช้บริการคลินิกเสริมความงามท่านหาข้อมูลจากแหล่งใดบ่อยที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. โทรทัศน์ () 2. วิทยุ
- () 3. หนังสือพิมพ์ () 4. ใบปลิว แผ่นพับ
- () 5. ป้ายโฆษณา () 6. นิตยสาร
- () 7. ถามเพื่อน/คนรู้จัก () 8. อินเทอร์เน็ต
- () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
16. การชำระค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามแต่ละครั้งส่วนใหญ่ท่านชำระด้วยวิธีใด
- () 1. เงินสด () 2. บัตรเครดิต
17. รูปแบบการชำระค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามส่วนใหญ่ชำระแบบใด
- () 1. จ่ายเป็นครั้ง
- () 2. จ่ายเป็นคอร์ส ประมาณบาท ต่อครั้ง
18. ถ้าท่านต้องการใช้บริการคลินิกเสริมความงามในครั้งต่อไป ท่านจะตัดสินใจเลือกอย่างไร
- () 1.เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ
- () 2. เปลี่ยนร้านไปเรื่อยๆ
- () 3. ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้
บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กรุณาวงกลม ล้อมรอบตัวเลขเพื่อแสดง
ระดับที่มีผลในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19. ผลิตภัณฑ์และบริการ(Product)					
19.1 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	5	4	3	2	1
19.2 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ	5	4	3	2	1
19.3 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ)	5	4	3	2	1
19.4 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
19.5 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง	5	4	3	2	1
19.6 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และ เครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	5	4	3	2	1
19.7 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถ รักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป	5	4	3	2	1
19.8 ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเม้นท์ มาร์ค หน้า ลดริ้วรอย นิด โบท็อก ขัดหน้า นวดหน้า	5	4	3	2	1
19.9 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย	5	4	3	2	1
19.10 มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ	5	4	3	2	1
20. ราคา (Price)					
20.1 ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ	5	4	3	2	1
20.2 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
20.3 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์	5	4	3	2	1
20.4 การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การให้บริการ	5	4	3	2	1
20.5 ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ	5	4	3	2	1
20.6 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการ
เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
20. ราคา (Price)(ต่อ)					
20.7 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	5	4	3	2	1
21.การจัดจำหน่าย (Place)					
21.1 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	5	4	3	2	1
21.2 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	5	4	3	2	1
21.3 สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	5	4	3	2	1
21.4 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา)	5	4	3	2	1
21.5 ที่ตั้งของร้านหาง่าย	5	4	3	2	1
21.6 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้าต่างๆ	5	4	3	2	1
21.7 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	5	4	3	2	1
21.8 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	5	4	3	2	1
21.9 สถานที่สวยงาม	5	4	3	2	1
22. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
22.1 มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้า พร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์	5	4	3	2	1
22.2 การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
22.3 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	5	4	3	2	1
22.4 การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด ในเวลาที่กำหนด ลดราคาเป็นครั้งคราว	5	4	3	2	1
22.5 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลด ค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	5	4	3	2	1
22.6 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำ ทริทเม้นท์ อบโอโซน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการ
เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
22. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)					
22.7 มีการทำแอสแตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูดสิ่ว เป็นต้น	5	4	3	2	1
22.8 การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	5	4	3	2	1
22.9 มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	5	4	3	2	1
23. บุคลากร (People)					
23.1 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ	5	4	3	2	1
23.2 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	5	4	3	2	1
23.3 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
23.4 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ	5	4	3	2	1
23.5 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	5	4	3	2	1
23.6 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	5	4	3	2	1
23.7 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	5	4	3	2	1
23.8 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	5	4	3	2	1
23.9 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ	5	4	3	2	1
23.10 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	5	4	3	2	1
23.11 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่ใช้บริการ	5	4	3	2	1
23.12 พนักงานบริการประทับใจ	5	4	3	2	1
23.13 พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	5	4	3	2	1
23.14 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการ
เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
24. กระบวนการให้บริการ (Process)					
24.1 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน	5	4	3	2	1
24.2 มีการนัดเวลาล่วงหน้า	5	4	3	2	1
24.3 มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด	5	4	3	2	1
24.4 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง	5	4	3	2	1
24.5 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า	5	4	3	2	1
24.6 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย	5	4	3	2	1
24.7 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์	5	4	3	2	1
24.8 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	5	4	3	2	1
24.9 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน	5	4	3	2	1
24.10 ความถูกต้องในการให้บริการ	5	4	3	2	1
24.11 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที	5	4	3	2	1
24.12 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย	5	4	3	2	1
24.13 ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน	5	4	3	2	1
24.14 คุณภาพของการให้บริการ	5	4	3	2	1
24.15 ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	5	4	3	2	1
25. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)					
25.1 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	5	4	3	2	1
25.2 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ	5	4	3	2	1
25.3 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์	5	4	3	2	1
25.4 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 2 (ต่อ) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการ
เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	ระดับที่มีผล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) (ต่อ)					
25.5 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม	5	4	3	2	1
25.6 ความกว้างขวางของร้าน	5	4	3	2	1
25.7 ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน	5	4	3	2	1
25.8 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด	5	4	3	2	1
25.9 ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	5	4	3	2	1
25.10 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	5	4	3	2	1
25.11 ห้องน้ำสะอาด	5	4	3	2	1
25.12 กลิ่นในร้านไม่ฉุน ไม่เหม็นกลิ่นยา	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ตอบ
แบบสอบถาม

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

ลิขสิทธิ์ในทางวิทยาสัมภาษณ์
.....

Copyright © by Chiang Mai University
.....

All rights reserved
.....

ขอบพระคุณอย่างสูง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวศศิภา เดือนสว่าง
วัน เดือน ปี เกิด	4 กุมภาพันธ์ 2527
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2548
ประสบการณ์ทำงาน	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved