

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม
ด้านผิวพรรณ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม
ด้านผิวพรรณ ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

(2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันเสริมความงาม
ด้านผิวพรรณ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

(3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

(4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ
สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

(5) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจประเภทสถาบันเสริมความงาม

2. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคยใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

3. ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด แบบสอบถาม
นี้ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการ
ศึกษาวิจัยทางวิชาการเท่านั้น

4. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันเสริมความงาม
ด้านผิวพรรณ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการ
สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์
ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

- | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| 1. เพศ | () ชาย | () หญิง |
| 2. อายุ | () ไม่เกิน 20 ปี | () 21 – 30 ปี |
| | () 31 – 40 ปี | () 41 – 50 ปี |
| | () 51 – 60 ปี | |
| 3. ระดับการศึกษา | () ต่ำกว่าปริญญาตรี | () ปริญญาตรี |
| | () สูงกว่าปริญญาตรี | |
| 4. สถานภาพ | () โสด | () สมรส |
| | () แยกกันอยู่ / หม้าย / หย่า | |
| | () อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| 5. อาชีพ | () นักเรียน / นักศึกษา | () พนักงานบริษัท |
| | () รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ | () ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย |
| | () แม่บ้าน / พ่อบ้าน | |
| | () อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| 6. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน | () น้อยกว่า 10,000 บาท | () 10,000 – 15,000 บาท |
| | () 15,001 – 20,000 บาท | () มากกว่า 20,000 บาท |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
ด้านการโฆษณา					
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้ท่านรู้จักและจดจำสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้เป็นอย่างดี					
2. การโฆษณาทางวิทยุ ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการมาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้เป็นอย่างดี					
3. การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ทำให้ท่านเกิดความสนใจในการมาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้เป็นอย่างดี					
4. การโฆษณาทางป้ายโฆษณา ทำให้ท่านระลึกถึงสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้เป็นอย่างดี					
5. การโฆษณาทางนิตยสาร ทำให้ท่านได้ข้อมูลของสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ อย่างครบถ้วน					
6. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ท่านทราบข้อมูลและสามารถจูงใจให้ท่านตัดสินใจมาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้เป็นอย่างดี					
ด้านประชาสัมพันธ์					
1. การแถลงข่าวเกี่ยวกับสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ทำให้ท่านรู้จักสถาบันฯ ได้เป็นอย่างดี					
2. การร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ทำให้สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ มีภาพลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างดี					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มาก ที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
3. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ของสถาบัน เสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ทำให้ท่านเกิด ความสนใจในการตัดสินใจมาใช้บริการมากขึ้น					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
1. การลดราคาส่งผลให้ท่านตัดสินใจมาใช้ บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้ง่ายขึ้น					
2. การใช้คูปองแลกซื้อทำให้ท่านสนใจนำคูปอง ไปแลกใช้บริการ ณ สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ เดิมซ้ำ					
3. การให้ท่านทดลองใช้บริการก่อนมีผลอย่าง มากต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาบันเสริม ความงาม ด้านผิวพรรณ					
4. การมีของแถม สามารถดึงดูดใจให้ท่านมา ใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้รวดเร็วขึ้น					
5. การรับประกันการคืนเงิน ส่งผลให้ท่าน ต้องการมาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ เพิ่มขึ้น					
6. การสะสมคะแนนจากยอดการใช้บริการเพื่อ รับของรางวัล ส่งผลให้ท่านต้องการมาใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ เพิ่มขึ้น					
ด้านการขายโดยใช้พนักงาน					
1. พนักงานขาย มีส่วนทำให้ท่านเกิดความ สนใจและมีความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันเสริม ความงาม ด้านผิวพรรณ ได้มากขึ้น					
2. พนักงานขาย มีส่วนทำให้ท่านเชื่อมั่นว่า สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ มีคุณภาพ					
3. พนักงานขาย มีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจมาใช้ บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ เดิมซ้ำ					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มาก ที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
ด้านการตลาดทางตรง					
1. การใช้จดหมายตรง (Direct Mail) สามารถกระตุ้นความสนใจของท่านในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันเสริมความงามด้านผิวพรรณ ได้					
2. การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E- Mail) สามารถกระตุ้นความสนใจของท่านในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันเสริมความงามด้านผิวพรรณ ได้					
3. การใช้โทรศัพท์ติดต่อโดยตรง (Tele - Marketing) สามารถกระตุ้นความสนใจของท่านในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ได้					

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มาก ที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
1. วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ในปัจจุบัน					
1.1 เพื่อต้องการบำรุงและดูแลสุขภาพผิวพรรณ					
1.2 เพื่อรักษาเนื่องจากมีปัญหาด้านผิวพรรณ					
1.3 เพื่อการผ่อนคลายความเครียด					
1.4 เพื่อต้องการทดลอง / ตามกระแสความนิยม					

7. ปกติท่านมาใช้บริการสถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ในวันใด

() วันจันทร์ - วันศุกร์

() วันเสาร์ - วันอาทิตย์

() ไม่แน่นอน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการ
สถาบันเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้