



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาควิชา ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา
(ภาษาไทย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง : พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าจากรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระของ นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ภาคพิเศษ เรื่องกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงเรียนมาเพื่อขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามและขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

น.ส.กรณรัตน์ อูทัยไกรรักษ์

ผู้จัดทำ

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (1-9)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่วางขายในรัฐกิจสภา (10-18)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อสินค้า (19-23)

ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. สัญชาติ _____
2. เพศ

1 () ชาย	2 () หญิง	
-----------	------------	--
3. สถานภาพ

1 () โสด	2 () สมรส	3 () หย่า
-----------	------------	------------
4. อายุ

1 () ต่ำกว่า 20 ปี	2 () 20-29 ปี	3 () 30-39 ปี
4 () 40-49 ปี	5 () 50-59 ปี	6 () 60 ปีขึ้นไป
5. ระดับการศึกษา

1 () ต่ำกว่า ม.6	2 () ม.6/ปวช. หรือเทียบเท่า	
3 () ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4 () ปริญญาตรี	
5 () สูงกว่าปริญญาตรี		
6. อาชีพ

1 () รับราชการ	2 () พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3 () พนักงานบริษัท
4 () เจ้าของกิจการส่วนตัว	5 () นักเรียน/นักศึกษา	6 () เกษียณอายุ
7 () อื่นๆ (ระบุ) _____		

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1 () ต่ำกว่า 10,000 บาท 2 () 10,001-20,000 บาท 3 () 20,001-30,000 บาท
4 () 30,001-40,000 บาท 5 () 40,001-50,000 บาท 6 () สูงกว่า 50,000 บาท

8. สถานภาพการพักอาศัย

- 1 () พำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 2 () ท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด
3 () ท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 4 () ติดต่อธุรกิจ
5 () พักอาศัยระยะยาว (long stay) 6 () อื่นๆ (ระบุ) _____

9. ความถี่ในการใช้บริการสปาโดยเฉลี่ย

- 1 () 1 ครั้งต่อปี 2 () 1 ครั้งต่อ 6 เดือน 3 () 1 ครั้งต่อ 3 เดือน
4 () 1 ครั้งต่อเดือน 5 () 2-3 ครั้งต่อเดือน 6 () มากกว่า 2-3 ครั้งต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่วางขายในธุรกิจสปา

10. ท่านเคยซื้อสินค้าที่วางขายในสปาหรือไม่

1. () เคย 2 () ไม่เคย

11. สินค้าที่วางขายชนิดใดที่ท่านเคยซื้อ หรือคาดว่าจะซื้อในอนาคตสำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () น้ำมันนวด (Massage Oil) 2 () น้ำมันหอมระเหย (Essential Oil)
3 () เคา่น้ำมันหอมระเหย (Burner) 4 () ผลิตภัณฑ์ประพินผิวหน้า (Facial Cosmetic)
5 () ผลิตภัณฑ์ประพินผิวกาย (Skin Cosmetic) 6 () ผลิตภัณฑ์ประพินผม (Hair Cosmetic)
7 () รูปหอม/เทียนหอม/กำยาน 8 () ลูกประคบ
9 () ฐานรองรูป/เทียน/กำยาน 10 () ของประดับ/ตกแต่งบ้าน
11 () ยาหม่องนวด (Balm) 12 () ชุดของขวัญ (Gift Set)
13 () เครื่องดื่มสมุนไพร 14 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

12. ในความคิดเห็นของท่านสินค้าที่วางขายในสปาควรได้รับมาตรฐานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข 2 () รางวัลรับรองจากสถาบันด้านต่างๆ ระดับสากล
3 () ISO9001 : 2000, ISO14001 4 () รางวัลรับรองจากสถาบันด้านต่างๆ ระดับประเทศ
5 () GMP 6 () มาตรฐานอื่นๆ (โปรดระบุ) _____
7 () ไม่มีความจำเป็น

13. วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () นำไปใช้ส่วนตัว 2 () นำไปเป็นของฝาก
3 () นำไปใช้ในการตกแต่ง/ประดับ 4 () นำไปสะสม
5 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

14. ท่านซื้อสินค้าที่วางขายในสปาในโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1 () เมื่อมาใช้บริการสปา | 2 () สินค้าที่ใช้อยู่ปัจจุบันหมด ต้องการซื้อเพิ่ม |
| 3 () วันสำคัญต่างๆ เช่นวันขึ้นปีใหม่ อื่นๆ | 4 () วันเงินเดือนออก |
| 5 () วันที่รับรายได้พิเศษเช่น Bonus | 6 () ไม่มีโอกาสพิเศษ จะจงบมาซื้อเพื่อนำไปใช้ส่วนตัว |
| 7 () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

15. ท่านเคยซื้อสินค้าประเภทสปาในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใดบ้าง

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| 1 () สถานบริการสปา | 2 () ห้างสรรพสินค้า |
| 3 () งานแสดงสินค้าต่าง ๆ | 4 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |

16. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1 () จากการทดลองใช้ด้วยตัวเอง | 2 () ได้จากการค้นคว้าด้วยตัวเอง |
| 3 () จากการแนะนำจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง | 4 () ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา |
| 5 () อ่านจากนิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ | 6 () ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรือนักบำบัด |
| 7 () ได้รับคำแนะนำจากพนักงานต้อนรับในสปา หรือพนักงานขาย | |
| 8 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) ใน _____ | |

17. ท่านมีความถี่ในการซื้อสินค้าที่วางขายในสปาบ่อยแค่ไหน

- | | |
|-------------------------------|-----------------------|
| 1 () อย่างน้อยเดือนละครั้ง | 2 () 2-3 เดือนครั้ง |
| 3 () 3-6 เดือนครั้ง | 4 () 7-12 เดือนครั้ง |
| 5 () นานกว่า 1 ปีต่อครั้ง | |
| 6 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | |

18. ท่านเสียค่าใช้จ่ายการซื้อสินค้าต่อครั้งเท่าไร

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1 () ต่ำกว่า 1000 บาท | 2 () 1000-3000 บาท |
| 3 () 3000-5000 บาท | 4 () สูงกว่า 5000 บาท |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการศึกษาของลูกค้าในการซื้อสินค้า

19. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชนิดใดที่ตรงกับความต้องการของท่าน เลือกลำดับที่สำคัญที่สุด 5 อันดับแรก (อันดับ 1 มีความสำคัญสูงสุด)

- ___ ต้องมีความเป็นไทย มีศิลปะแบบไทย หรือศิลปะแบบพื้นบ้านไทย
- ___ ต้องมีความเป็นสากล สมัยใหม่
- ___ ต้องมีความเป็นตะวันตก
- ___ ต้องมีรูปแบบที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก
- ___ เข้ากับคอนเซ็ปของสปาที่วางขายสินค้านั้นๆ
- ___ บรรจุภัณฑ์ต้องทำจากวัสดุ recycle
- ___ วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต้องมาจากธรรมชาติ
- ___ บรรจุภัณฑ์ต้องเป็นประเภท handmade
- ___ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถนำไป recycle เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

20. ท่านมีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1 () กลิ่นสมุนไพรไทย | 2 () กลิ่นดอกไม้ไทย |
| 3 () กลิ่นดอกไม้เมืองหนาว | 4 () กลิ่นที่ทำการผสมขึ้นทำให้เกิดกลิ่นใหม่ๆ |
| 5 () กลิ่นที่สร้างความสดชื่น | 6 () กลิ่นที่สร้างความผ่อนคลาย |
| 7 () กลิ่นที่สร้างความโรแมนติก | 8 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |

21. ท่านมีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะสีสันทันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---------------------|
| 1 () เป็นสีที่แท้จริงของสินค้า ไม่มีการปรุงแต่ง | 2 () ไม่มีสี (ใส) |
| 3 () เป็นสีอ่อน | 4 () เป็นสีสีนสดใส |
| 5 () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

22. โปรดบรรยายส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและของที่ระลึกจากธุรกิจสปา
กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีประเภทของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย					
2. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย					
3. มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ					
4. สินค้ามีมาตรฐานรับรอง					
5. เป็นสินค้าตราหือเกี่ยวข้องกับสถานบริการสปาที่ไปใช้บริการ					
6. ต้องมีน้ำหนักรวม ขนาดพอเหมาะเพื่อสะดวกในการขนส่ง					
7. มีการจัดทำในรูปแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปเป็นของฝากได้					
8. ต้องมีส่วนผสมพื้นฐานเหมือนกับผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาด ทั่วไป เช่น มอยส์เจอร์ไรเซอร์ และอื่นๆ					
9. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ต้องมาจากธรรมชาติ					
10. ตราหือของผลิตภัณฑ์หรือสถานบริการสปาเป็นที่รู้จัก					
11. มีการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ เป็นประจำ					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลกระทบต่อการค้าสินค้าซื้อ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
12. มีการนำเสนอสินค้าตามแต่ละเทศกาล					
13. มีการแบ่งสินค้าตามกลุ่มอายุ, เพศ					
14. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
15. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านราคา					
1. ราคาถูก					
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์					
3. สามารถต่อรองราคาได้					
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า					
1. มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน					
2. มีการจัดบูทที่สวยงาม เป็นสัดส่วน					
3. มีการเปลี่ยนแปลงการจัดแสดงสินค้าไปเรื่อยๆ					
4. มีพื้นที่เพียงพอในการเลือกซื้อสินค้า					
5. มีสินค้าทดลองใช้เพื่อทดลองก่อนเลือกซื้อ					
6. มีการจัดเป็นหมวดหมู่ เช่น สินค้าใหม่ สินค้าที่ระลึก สินค้าขายดี					
7. มีการจัดสินค้าแยกตามประเภท เช่น สินค้าบำรุงผิวหน้า ผิวกาย ผม หรือ อื่นๆ					
8. มีชนิดสินค้าเพียงพอในการเลือก					
9. มีการจัดเตรียมเอกสาร หรือ แผ่นพับเพื่อบรรยายสินค้า					
10. มีแสงสว่างเพียงพอสำหรับการเลือกซื้อ					
11. มีอากาศที่เย็นสบาย					
13. มีการสร้างบรรยากาศในสถานที่จัดแสดงสินค้า เช่น การเปิดเพลง การจุดเทียนน้ำมันหอม					
14. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
1. ร้านค้ามีทางเข้า-ออก สะดวกและมีที่จอดรถ					
2. มีเวลาเปิดปิดพร้อมกับสถานบริการสปา					
3. จัดแสดงสินค้าแยกเป็นสัดส่วนจากส่วนให้บริการสปา					
4. จุดจัดแสดงสินค้าน่าอยู่บริเวณทางเข้าออกสปา					
5. ควรจะมีสาขาร้านขายสินค้าไปยังแหล่งต่างๆ ภายนอกสปา					
6. มีการจัดขายสินค้าบนเว็บไซต์ (E-Commerce)					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ ควบคู่ไปกับการโฆษณาสถานบริการสปา					
2. มีการจัดโปร โมชั่นสินค้าในโอกาสต่างๆ					
3. มีการให้ทดลองใช้สินค้าฟรีในสปา					
4. มีการแจกสินค้าทดลองเพื่อนำกลับไปใช้					
5. นักบำบัดมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จัดวาง					
6. จัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับส่วนลดหรือ ข่าวสารจากสปา					
7. ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าหลังจากเข้ารับบริการ จากสปา					
8. มีการรับประกันความพอใจในการซื้อสินค้า และรับคืน					
9. มีการให้บริการข้อมูลหลังการขาย และตรวจสอบ ความพึงพอใจ					
10. มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการ ซื้อครั้งต่อไป					
11. มีการจัดส่งตัวอย่างสินค้าและส่วนลดในโอกาส พิเศษต่างๆ สำหรับลูกค้าประจำ					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับของการมีผลกระทบต่อการค้าปลีกใจซื้อ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
12. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านการบริการ					
1. มีพนักงานที่มีความรู้ให้คำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้า					
2. สามารถเลือกชำระเงินได้หลายรูปแบบ ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต					
3. มีบริการคำนวณ exchange rate					
4. มีบริการจัดส่งสินค้าทางไกลทั้งในและต่างประเทศ					
5. รับชำระเงินสดสกุลหลักๆ เช่น ดอลลาร์ ยูโร หยวน เยน และอื่นๆ					
6. ให้บริการทางโทรศัพท์แก่ลูกค้า สำหรับกรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
7. มีบริการจัดทำชุดของขวัญเพื่อบริการลูกค้า					
8. มีการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี					
9. มีบริการเติมสินค้า (refill)					
10. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านพนักงานขาย					
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และมีความเชี่ยวชาญด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์					
2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และให้คำแนะนำ					
3. พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว เรียบร้อย					
4. พนักงานมีทัศนคติดี สุภาพ ในการให้คำแนะนำ					
5. พนักงานมีบุคลิกดี สุภาพดี					
6. พนักงานแสดงความจริงใจในการแนะนำสินค้า ไม่โฆษณาเกินจริง หรือกล่าวเท็จ					
7. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					

23. สภาพปัญหาในการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกจากธุรกิจสปา

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

ปัญหา	ระดับของการมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
1. สินค้าขาดคุณภาพ/ ไม่ได้ผลตามที่คาดไว้					
2. ปริมาณสินค้าไม่ตรงตามที่ระบุ					
3. บรรจุภัณฑ์มีความเสียหาย ไม่มีคุณภาพ					
4. ได้รับอันตรายหรือผลข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์					
5. สินค้ามีความหลากหลายน้อย					
6. ไม่มีความมั่นใจในสินค้าเนื่องจากไม่ใช่สินค้าที่มีขายทั่วไป					
7. สินค้ามีราคาสูง					
8. ไม่มีการแจ้งวิธีใช้และคุณสมบัติสินค้าอย่างชัดเจน					
9. สถานที่ในการเลือกสินค้าคับแคบ บริเวณวางแสดงสินค้าไม่เพียงพอ					
10. สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ง่ายภายนอก					
11. ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์					
12. การให้บริการล่าช้า					
13. ไม่มีการรับคืนกรณีสินค้าเสียหาย					
14. ไม่มีบริการจัดส่ง					
15. ปัญหาในการชำระเงิน					
16. พนักงานไม่สุภาพ					
17. พนักงานไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ					
18. พนักงานมีความรู้ไม่เพียงพอในตัวสินค้า					
19. อื่นๆ (โปรดระบุ)					



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา
(ภาษาอังกฤษ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Questionnaire

Buying Behavior and Factors Influencing Consumer Buying Decision of the Products from Spa Business in Chiang Mai Province

This questionnaire is a part of an independent study for the Master of Business Administration (MBA) program, Chiangmai University. We would be grateful if you could spend a few minutes of your time answering the following questions.

Kranjanarak Utaikrairak

.....
Instructions: This questionnaire is separated into 3 parts.

Part I General Information (questions 1-9)

Part II Buying Behavior on purchasing product from a Spa Business (10-18)

Part III Marketing factors influencing consumer buying decision of product from a Spa Business (19-23)

Part I General Information

1. Nationality _____
2. Gender

1 () Male	2 () Female	
------------	--------------	--
3. Status

1 () Single	2 () Married	3 () Divorce
--------------	---------------	---------------
4. Age

1 () < 20 years old	2 () 20-29 years old	3 () 30-39 years old
4 () 40-49 years old	5 () 50-59 years old	6 () >60 years old
5. Highest Degree

1 () Below High School	2 () High School or equal	3 () Diploma or equal
4 () Bachelor	5 () Above Bachelor	
6. Occupation

1 () Government	2 () State enterprise	3 () Private company
4 () Business owner	5 () Student	6 () Retiree
8 () Others (Please specify) _____		
7. Monthly Income

1 () Below 1000 US\$	2 () 1001-3000 US\$	3 () 3001-6000 US\$
4 () 6001-9000 US\$	5 () 9001-12000	6 () Over 12000 US\$

8. Residential

- 1 () Chiangmai Resident 2 () Local traveling 3 () Foreign Traveling
 4 () Business Traveling 5 () Long stay)
 6 () Others (Please specify) _____

9. Frequency of using Spa Service

- 1 () Once a year 2 () Once every 6 month 3 () Once every 3 month
 4 () Once a month 5 () 2-3 times a month 6 () more than 2-3 times a month

Part II Buying Behavior on purchasing the product from a Spa Business

10. Have you ever bought the products retailing in a Spa?

- 1 () Yes 2 () No

11. What kind of product did you purchased? If you have never purchase any, what kind of product would you like to purchase in the future?

(Can specify more than one)

- 1 () Massage Oil 2 () Essential Oil
 3 () Burner 4 () Facial Cosmetic
 5 () Skin Cosmetic 6 () Hair Cosmetic
 7 () Incense stick/Incense Candle/Incense Cone 8 () Herbal Ball
 9 () Holder for Incense Stick/Incense Candle/Incense Cone 10 () Home Decorative
 11 () Balm 12 () Gift Set
 13 () Herbal Tea
 14 () Others (Please specify) _____

12. In your opinion, what kind of standard that should be applied to registered Spa products?

- 1 () Thai Food and Drug Administration (FDA) certificate
 2 () Certificate from International Organizations
 3 () ISO9001: 2000, ISO1400
 4 () Certificate from Local Organization
 5 () GMP
 6 () Others (Please specify) _____
 7 () Not Necessary

13. Objective for purchasing products from a Spa Business (Can specify more than one)

- 1 () For Personal Use 2 () For Gift 3 () For Decoration
 4 () For Collections
 5 () Others (Please specify) _____

14. On what occasions would you purchase a product from a Spa Business? (Can specify more than one)

- 1 () After having Spa Service
 2 () Product Refill
 3 () Special Occasions e.g. New Years, etc.
 4 () Payday
 5 () Receiving Bonus
 6 () No special occasion, for personal purpose
 7 () Others (Please specify) _____

15. Where have you bought Spa products from?

- 1 () Spa
 2 () Department Store
 3 () Exhibitions & Fairs
 4 () Others (Please specify) _____

16. In what manner do, you receive information for making a buying decision? (Can specify more than one)

- 1 () Personal Test
 2 () Personal Research
 3 () Suggestion from friends or relatives
 4 () From media: TV, radio, cut-out
 5 () Publications, Journal
 6 () Suggestion from a Spa Professional or Therapist
 7 () Suggestion from Receptions or Sales
 8 () Others (please specify) _____

17. How often you have purchased the product from a Spa business?

- 1 () At least once a month
 2 () 2-3 months once
 3 () 3-6 months once
 4 () 7-12 months once
 5 () Longer than once a year
 6 () Others (Please specify) _____

18. How much do you pay when purchasing products from a Spa per visit?

- 1 () Lower than 1000 Baht
 2 () 1000-3000 Baht
 3 () 3000-5000 Baht
 4 () More than 5000 Baht

Part III Marketing factors influencing consumer buying decision of products from a Spa Business

19. What kind of packaging is in your interest? Please number your choices from best to least.

- ___ Thai traditional style package, Thai folklore style
 ___ Contemporary style
 ___ Western Style
 ___ New design, unique style
 ___ Package concept relate to the Spa concept
 ___ Packaging made by recycle material
 ___ Packaging made by natural material
 ___ Handmade / Handmade Packaging
 ___ Packaging can be recycle

____ Others (Please specify) _____

20. What kind of scent do you prefer from the Spa product? (Can specify more than one of the choices on the next page)

- 1 () Thai Herbal Scent
 2 () Thai Flower Scent
 3 () Western Flower Scent
 4 () Blended form various scent
 5 () Fresh Scent
 6 () Relaxing Scent
 7 () Romantic Scent
 8 () Others (Please specify) _____

21. What product color you preferred on purchasing product from Spa Business? (Can specify more than one)

- 1 () Original product color, no filled color
 2 () No color
 3 () Light color
 4 () Colorful
 5 () Others (Please Specify) _____

22. Marketing mixes which influence consumer buying decisions of products from a Spa Business.

Please fill ✓ in the block for the influence level of buying decision.

Marketing Mix	Influence level of buying decision				
	5 Highest	4	3	2	1 Least
Product					
1. Variety of Product					
2. Variety of Packaging					
3. Enough quantity to purchase					
4. Standard of the product					
5. Product brand belongs to the Spa					
6. Light weight , compact size, easy for transportation					
7. product in gift set available					
8. Contain the same base ingredient as other general cosmetic products in the market e.g. Moisturizer, etc.					
9. Product ingredients must be natural					
10. Product Brand or Spa Brand is well-known					

Marketing Mix	Influence level of buying decision				
	5 Highest	4	3	2	1 Least
11. New product release regularly					
12. New product release for special event or festival					
13. Setting product into categories e.g. age, gender etc.					
14. Product and package are environmentally					
15. Others (Please specify) _____					
Pricing					
1. Low price					
2. Price reasonable to quality of the product and package					
3. Negotiable price					
4. Others (Please specify) _____					
Store design and display					
1. Clearly shown tag					
2. Attractive and well-set up booth					
3. Changing product display regularly					
4. Enough shopping space					
5. Provide product sample					
6. Display products by categories e.g. new release, souvenir set, popular item					
7. Display products by categories e.g. Facial treatment, body treatment, hair treatment etc.					
8. Enough variety of items for selection					
9. Providing brochure for product description					
10. Proper lighting					
11. Comfortable air conditioning					
12. Create a good atmosphere at the display area such as open a soft song or light up a burner etc.					
13. Others (Please specify) _____					

Marketing Mix	Influence level of buying decision				
	5 Highest	4	3	2	1 Least
Location					
1. Convenience Entrance/Exit door and have a parking lot					
2. Open & Close time related to a Spa service time					
3. Set up the product display separately from a Spa Service area					
4. The display area is near the exit of a Spa					
5. Opening the retail booth outside a Spa, e.g. booth on Department store or stand alone shop					
6. Web selling service (E-commerce)					
7. Others (Please specify) _____					
Promotion					
1. Advertise the product to various kinds of media along with the advertisement of the Spa					
2. Having product promotion occasionally					
3. Free sample for testing in a Spa					
4. Free sample for testing at home					
5. The therapist instruct for product benefit and instruction					
6. Having the member system for the discount or for sending a Spa updates					
7. Got discount after having a Spa service					
8. Satisfaction guarantee for products					
9. Provide customer service and survey					
10. Set up customer database system					
11. Provide the regular customer with the Spa news, occasionally discount or sample delivery					
12. Others (Please specify) _____					

Marketing Mix	Influence level of buying decision				
	5 Highest	4	3	2	1 Least
Service					
1. The staff has good background knowledge and be able to give product information					
2. Able to select payment method either cash or credit card					
3. Having exchange rate calculation service					
4. Provide the delivery service for domestic or international order					
5. Accept the payment from major currency e.g. Dollar, Euro, Yen, Pound etc.					
6. Provide the telephone service for product information requirement					
7. Provide gift set preparing service					
8. Fast and good service					
9. Provide refill service					
10. Others (Please specify) _____					
Personal Selling					
1. Staff has product knowledge and qualification					
2. Provide enough staff for customer service and suggestion					
3. Staff can offer fast and reliable service					
4. staff is friendly and polite while giving information					
5. The staff has good personality and a healthy look					
6. The staff is sincere about the product introduction, not over peaking or lying					
7. Others (Please specify) _____					

23. Problem when purchasing Product from a Spa Business

Please fill ✓ in the block for the influence level of buying decision.

Problem	Influence level of buying decision.				
	5 Highest	4	3	2	1 Least
1. Product has poor quality, not good as expect					
2. Product missing in quantity					
3. Damage Package or low quality packaging					
4. Have some side effect from using the product					
5. Less of product variety					
5. Lack of confidence in product because it is not commercial type					
7. High price					
8. Not enough details on product qualification and instruction					
9. Limit space for shopping, small area for product display					
10. Sell only in the spa, can not buy product from outside					
11. No advertising					
12. Late service from staff					
13. Not refundable					
14. No delivery service					
15. Payment problem					
16. Impolite staff					
17. Staff has lack of enthusiasm					
18. Staff has not enough knowledge of the product					
19. Others (Please specify) _____					

Thank you for your co-operation.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

อันดับ	ชื่อ	ประเภท
1	The SPA (Lanna SPA เดิม)	Day Spa
2	บ้านสบายสปา / บ้านสบายสปาวิลเลจ	Day Spa
3	จิ้งงสปา	Day Spa
4	เต่า การ์เด้น	Day Spa
5	อัสสนาสปา	Day Spa
6	โอเอซิส สปา	Day Spa
7	Siam Spa / Ampai Institute of Beauty & Spa	Day Spa
8	Siam Spa2 Beauty Think Earth	Day Spa
9	Northern Heritage Resort & Spa	Day Spa
10	การเวก สปา	Day Spa
11	The Healing Rishi Spa	Day Spa
12	Aromavera	Day Spa
13	สวนบัว การ์เด้นท์สปา	Day Spa
14	Pure SPA Health & Beauty	Day Spa
15	เชียงใหม่ไทยสปา	Day Spa
16	Thai Health SPA&Traditional Massage Institute	Day Spa
17	สราญรมย์สปา	Day Spa
18	Paradise Spa Resort & Restaurant	Day Spa
19	Feuillage Boutique Spa	Day Spa
20	บ้านแสนดอย	Day Spa
21	Shinativa spa club	Day Spa
22	ผิวสวยหน้าใส urban spa	Day spa
23	The Ultimate Lanna Spa	Day Spa
24	Anida Day Spa	Day Spa
25	Let's Relax by Blooming Spa	Resort/Hotel Spa
26	Belle Villa Resort Spa	Resort/Hotel Spa
27	เชช มาสสาจ แอนด์สปา	Resort/Hotel Spa

อันดับ	ชื่อ	ประเภท
28	Sparoma	Resort /Hotel spa
29	โลตัสมาสสาจแอนด์สปา	Resort /Hotel spa
30	บ้านน้ำปิงรีสอร์ทแอนด์สปา	Resort /Hotel spa
31	ไฮอะเวย์ รีสอร์ท	Resort /Hotel spa
32	เชียงใหม่สปาคลับ	Resort /Hotel spa
33	Spa House	Resort /Hotel spa
34	Deep Relax Sanctuary SPA and Massage	Medical Spa

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกรรณรัตน์ อภัยไกรรักษ์
วัน เดือน ปี เกิด	13 เมษายน 2519
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพินิจวิทยา จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2532 - สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2535 - สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2538 - สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2542
ประสบการณ์ทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> - พ.ศ. 2542-2544 บริษัทไฮยากลาสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดลำพูน - พ.ศ. 2544- ปัจจุบัน บริษัทบลูพิสไมโครเฮาส์ จำกัด จังหวัดลำพูน