

ชื่อเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการคลีโอดคลินิกเวชกรรมของผู้บริโภคในเขตอู่ทองเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ ว่าที่ร้อยตรีคุณธิกรรย์ ทองสาตี

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. รุติกุล ไชยวรรณ

วันที่อนุมัติผลงาน พฤษภาคม 2552

จำนวนหน้า 90 หน้า

คำสำคัญ พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ



ห้องสมุด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการคลีโอดคลินิกเวชกรรม และศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการคลีโอดคลินิกเวชกรรม โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างชนิดปลายเปิด และปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการคลีโอดคลินิกเวชกรรม ระหว่างวันที่ 27 ตุลาคม – 13 พฤศจิกายน 2551 ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อให้มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะวัดในการวิจัย คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.91 ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก สามารถเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 215 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้บริการคลีโอดคลินิกเวชกรรมโดยผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจคือเพื่อน และได้เข้ารับการรักษาความงามด้านใบหน้าทีคลินิกอื่นก่อนที่จะเข้ารับบริการที่คลีโอดคลินิก โดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคลีโอดคลินิกจากการแนะนำของคนรู้จัก และมีการเข้า

พบแพทย์ตามใบนัดมากที่สุด มีระยะเวลาการมาใช้บริการที่คลีโคลิกเวชกรรมไม่เกิน 6 เดือน ความถี่ที่มาใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด ซึ่งนิยามที่จะเลือกวันที่ตนเองสะดวกในการมาใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยามมาใช้บริการในช่วงบ่ายระหว่างเวลา 13:01 น. – 16:00 น. ประเภทของการบริการที่กลุ่มตัวอย่างนิยามมาใช้บริการมากที่สุดได้แก่การตรวจและรักษา มีระยะเวลารอตรวจส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21 – 30 นาที และใช้ระยะเวลาในการตรวจ 1 – 5 นาที วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการเพราะเชื่อว่าช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากยิ่งขึ้น กิจกรรมที่นิยมปฏิบัติในขณะที่รอรับการตรวจได้แก่การอ่านหนังสือ/นิตยสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการพบแพทย์ทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการใช้บริการ อยู่ 201 – 300 บาท มากที่สุด ส่วนใหญ่มีความนิยมในการชำระค่าบริการด้วยเงินสด

ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการตามประสบการณ์ที่ตนเองได้สัมผัสและเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านบุคลากร ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีระดับความสำคัญระดับมาก ตามลำดับ