

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อวิชา	: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ชื่อหัวเรื่อง	: พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการพิจารณาเลือกใช้บริการสุคนธบำบัดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
ชื่อผู้จัดทำ	: นางสาวกฤษณา ยศปัน
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันอนุมัติผลงาน	: มกราคม 2547
จำนวนหน้า	: 96 หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสุคนธบำบัด และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคพิจารณาในการเลือกใช้บริการสุคนธบำบัดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม 250 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพข้าราชการ และมีรายได้ 20,000-30,000 บาท

ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสุคนธบำบัด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีหลักในการเลือกใช้บริการ เพราะมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายชนิด และหลายยี่ห้อ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือคนรู้จัก ผู้บริโภคนิยมใช้บริการแบบซื้อเป็นคอร์สหรือแบบเหม่าจ่าย และต้องการให้มีการเสนอขายแบบเป็นสมาชิก ต้องการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และต้องการทราบข้อมูลข่าวสารของสถานบริการทางโทรศัพท์

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคยังพบอีกว่า ในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ผู้บริโภคที่ต้องการมาใช้บริการสุคนธบำบัด จะยังคงสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และสนใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากสมุนไพรที่นำมาใช้ในการนวด และจะมีการเปรียบเทียบด้านราคา เพราะมีแนวโน้มว่าจะมีสถานบริการด้านสุคนธบำบัดเปิดบริการอีกมากมายหลายแห่งในอนาคตอันใกล้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสุคนธ์บำบัด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากรและพนักงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ข้อเสนอแนะ ให้รักษาคุณภาพของทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการนวด และการให้บริการของพนักงาน ต้องเน้นความเอาใจใส่ผู้บริโภคให้มากที่สุด เพราะเป็นสถานบริการที่เน้นการสนองความต้องการของผู้บริโภคและรักษาระดับราคาไว้ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพราะจะเกิดการเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่น ๆ มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ควรจะทำการศึกษาและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของสมุนไพรพื้นบ้านมากขึ้น เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาสนับสนุนด้านการวางแผนการตลาด เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น.