

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการใช้บริการของคลินิกเสริมความ
งามในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน
A Study of Customers' Satisfaction Regarding the Usage of Beauty
Clinics in Nan Municipality, Nan Province

อภิญญา กันธิยะ*, จิรสิทธิ์ สมศิริ, อภิสรา ชัยชนะ, ณัฐพล สุขท้วญาติ, นิธิศ ลีลาयงค์
Apinya Kanthiya, Jirasit Somsiri, Apisara Chaichana, Nutthapon Soktuayard,
Nithid Leelayong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ใช้บริการในอำเภอเมืองน่าน โดยใช้แบบสอบถาม 222 ชุด ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มประชากรที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-32 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะใช้บริการคลินิกหมอมวลชน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ คือ รักษาสิว ฝ้า มีเหตุผลในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามคือ มีปัญหาเกี่ยวกับสิว ฝ้า กระ ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก คือ คลินิกได้มาตรฐานปลอดภัย ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดี ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านราคา อยู่ในระดับดีมาก ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดีมาก ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านบุคลากร อยู่ในระดับดีมาก ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก ความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของลูกค้า คลินิกเสริมความงาม

* อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, Lecturer of Marketing Department Faculty of Business Administration and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Lanna Nan, Email: lovely_omz@yahoo.com, นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน Students of Marketing Department Rajamangala University of Technology Lanna Nan

Abstract

This research aims to study the customer's satisfaction towards the service of beauty clinic in Muang District, Nan by using 222 questionnaires. The findings are as follows.

Most of the population is female, aged 26-32 years old and single. Most of them visit Mormuanchon (MMC) clinic. The purpose is to treat acne and melisma. The reason to visit the clinic is having problem about acne, melisma and freckles. The service satisfaction level towards the products is very good because the clinic is safe and is in a good standard. The service satisfaction level towards the product is good. The service satisfaction level towards the price is very good. The service satisfaction level towards the promotion is very good. The service satisfaction level towards the personnel is very good. The service satisfaction level towards the service process is very good. The service satisfaction level towards the physical characteristics is very good.

Keywords: Customers' Satisfaction, Beauty Clinics

1. บทนำ

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดความงามที่มีมูลค่าและยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีค่านิยมในการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับความงามในรูปลักษณ์มากขึ้น นอกจากนี้ในการดูแลความสวยงามพบว่า ผู้บริโภคนิยมเข้ารับการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์มากขึ้น เพราะคนส่วนใหญ่ต้องการความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในบริการและผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ตลาดคลินิกความงามต่างใช้กลยุทธ์พร้อมนำนวัตกรรมใหม่ออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น โดยปัญหาของผู้ที่มาใช้บริการความงามหลักๆ ส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องของใบหน้า โดยเฉพาะกระแสมิวหน้าขาวที่สาวไทยต่างต้องการและได้อิทธิพลมาจากเกาหลีและญี่ปุ่น ปัจจุบันสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองหรือผู้บริโภคที่หาซื้อสินค้าตามช่องทางทั่วไป ซึ่งกลุ่มนี้ยังถือเป็นตลาดที่ใหญ่ หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 70% และปี 2553 คาดว่าตลาดกลุ่มดังกล่าวจะมีการเติบโตไม่เกิน 10% (2) กลุ่ม

ลูกค้าที่ต้องการความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้สินค้า รวมถึงต้องการดูแลตัวเอง โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องการผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์เป็นคนแนะนำสินค้า ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 30% และมีอัตราการเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่องประมาณ 20-25% และนอกเหนือจากการเติบโตของตลาดที่เพิ่มขึ้นแล้วจะเห็นได้ว่าลูกค้ากลุ่มที่ต้องการความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้สินค้า

การแข่งขันของธุรกิจสถานบริการเสริมความงามมีการแข่งขันสูงขึ้นเนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น และการแข่งขันจากผู้ประกอบการประเภทโรงพยาบาล โดยผู้ประกอบการแต่ละรายมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น มีการนำวิธีการดูแลรักษาปัญหาด้านผิวพรรณใบหน้าวิธีใหม่ๆ มาให้บริการด้วยเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและการนำกลยุทธ์ด้านการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์มาใช้เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สำหรับภาพรวมตลาดของคลินิกเสริมความงามที่เน้นทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่ช่วงอายุ 15-50 ปี ส่วนมากจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน เนื่องจากใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด สร้างชื่อด้วยการลงสื่อเพื่อให้คนรู้จัก ซึ่งกลยุทธ์นี้กลายเป็นตัวอย่างให้คลินิกใหม่ๆ นิยมมาใช้ ปัจจุบันธุรกิจคลินิกรักษาผิวและเสริมความงามที่เป็นที่นิยม ธุรกิจสถานบริการเสริมความงาม กำลังได้รับความนิยม และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขยายตัวออกไป ในขณะเดียวกันกลุ่มอายุของผู้ที่เข้ารับบริการเสริมความงามในปัจจุบัน ก็ได้จำกัดแต่เพียงกลุ่มคนวัยทำงานหรือผู้ใหญ่เท่านั้น แต่กลุ่มวัยรุ่นต่างก็ให้ความสนใจใช้บริการกันเป็นจำนวนมาก ดังจะสังเกตได้จาก สถานเสริมความงามต่างๆ จะมีกลุ่มวัยรุ่นรอคิวเพื่อใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บริการดูแลรักษาเกี่ยวกับใบหน้า เช่น การรักษาริว ฝ้า กระ จุดต่างดํา

เขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน มีสถานบริการคลินิกเสริมความงามเฉพาะทางด้านใบหน้า 4 แห่ง คือ 1. บ้านหมอลิน 2. สุริรัตน์คลินิก 3. หมอมวลชน 4. ปั่นสวย เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนี้มีลักษณะการจัดการของคลินิกเสริมความงามแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) มีการจัดการที่เป็นระบบสาขามีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการมีการจัดตกแต่งสถานที่ทันสมัย และมีการบริการที่ครบวงจร โดยกลุ่มประเภทคลินิกเสริมความงามเฉพาะผิวพรรณ มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นระบบสาขา เช่น บ้านหมอลิน หมอมวลชน 2) มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ ไม่มีการจัดตกแต่งสถานที่ให้ทันสมัย เน้นการรักษามากกว่าบริการ เช่น สุริรัตน์คลินิก ปั่นสวย เป็นต้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของคลินิกเสริมความงามในเขตเทศบาล เมืองน่าน จังหวัดน่าน เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใช้บริการหรือสนใจจะเปิดคลินิกเสริมความงามและผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงามในจังหวัดน่าน

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการของคลินิกเสริมความงามในจังหวัดน่าน

3. ขอบเขตงานวิจัย

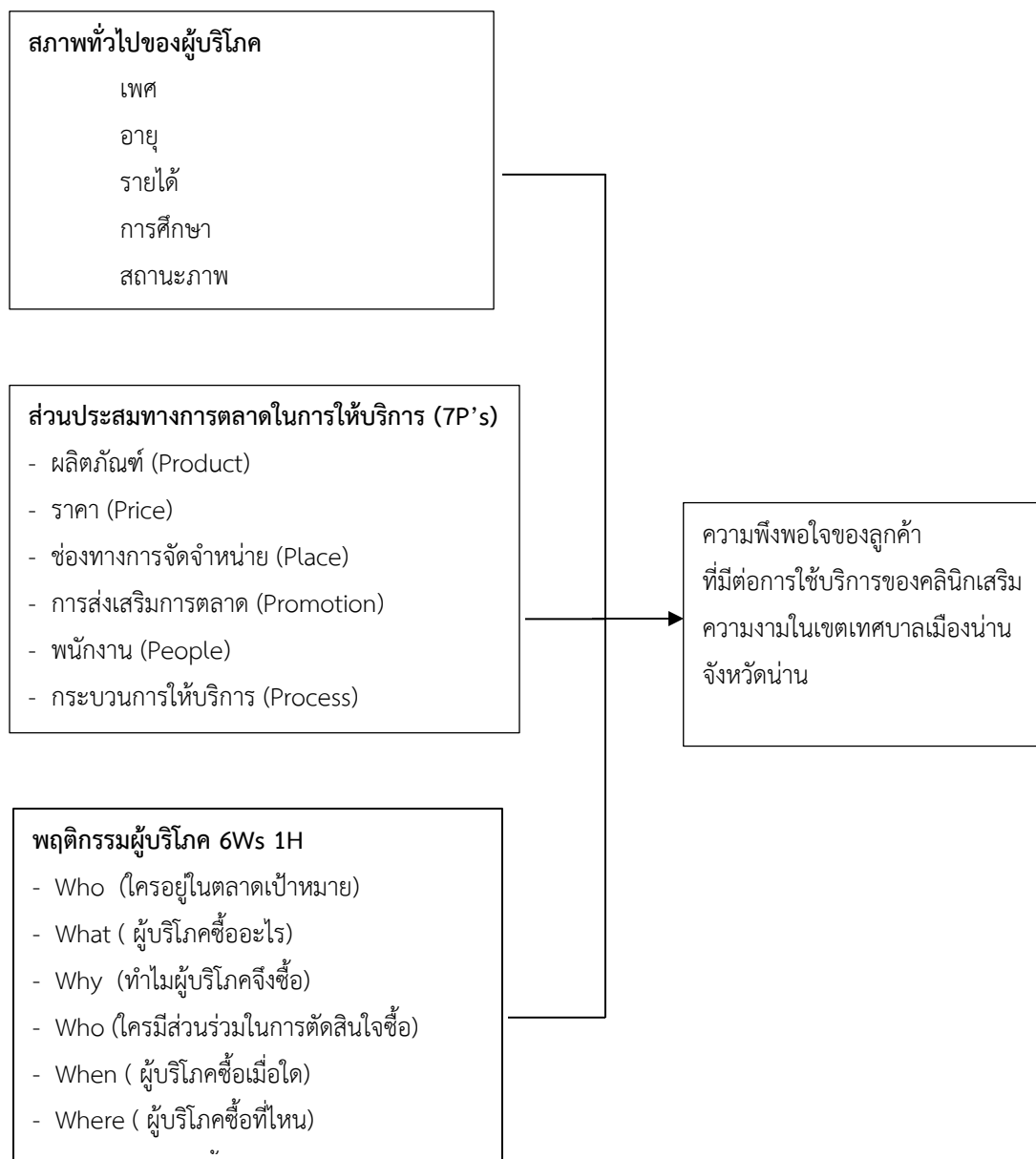
ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และกลุ่มบุคคลที่อาศัยและทำงานอยู่ในเขตเทศบาล เมืองน่าน จังหวัดน่าน เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มบุคคลที่อาศัยและทำงานอยู่ในเขตเทศบาล เมืองน่าน จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นเขตที่มีจำนวนคลินิกเสริมความงามมากที่สุดในจังหวัดน่าน และจะต้องเป็นผู้ที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา โดยทำการศึกษาข้อมูลจากคลินิกเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่าน จำนวน 4 แห่ง ดังนี้ 1. บ้านหมอกคลินิก 2. สุริรัตน์คลินิก 3. หมอมวลชน 4. ปันสวย

4. กรอบแนวความคิด



5. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นคนใน เทศบาลเมืองน่าน ที่ใช้บริการของคลินิกเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน ซึ่งจำนวนประชากรผู้ให้บริการจำนวน 500 คน มาจากการ

สำรวจข้อมูลจากคลินิกเสริมความงามทั้ง 4 ร้าน แล้วให้ทางคลินิกแต่ละร้านระบุจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการ/ปี

กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากคลินิกจำนวน 4 ร้าน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณใช้สูตรของ Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรที่ศึกษา

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดเป็น 0.05

$$\text{แทนค่า} = \frac{500}{1 + 500(0.05)^2} = 222$$

ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของคลินิกเสริมความงามในเขตเทศบาล เมืองน่าน จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในเขตเทศบาล เมืองน่าน จังหวัดน่าน เช่น ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลต่างๆจากคลินิกเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่านดังที่สุ่มตัวอย่างจำนวน 4 ร้าน ในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน

1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษา สถานะภาพ อาชีพ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นตัวเลือกโดยการใช้เครื่องหมายถูก ลงในช่อง

2) ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการใช้บริการของคลินิกเสริมความงาม ในเขตเทศบาลเมืองน่าน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้านใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (กุนทลี รื่นรมย์, 2549:122) เรียงอันดับจากน้อยไปหามากโดยมีค่าคะแนน 1 – 5

ความพึงพอใจคะแนน

- 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

เกณฑ์ในการแปลผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลกับความเป็นจริง ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2538:156-157)

$$\begin{aligned} \text{ระดับคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ

4.21 – 5.00

3.41 – 4.20

2.61 – 3.40

1.81 – 2.60

1.00 – 1.80

การแปลความหมาย

มีผลในระดับมากที่สุด

มีผลในระดับมาก

มีผลในระดับปานกลาง

มีผลในระดับน้อย

มีผลในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คลินิกเสริมความงามตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้สุ่มตัวอย่างคลินิกเสริมความงาม จำนวน 4 แห่ง ในเขตเทศบาลเมืองน่านใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยเข้าไปสอบถามข้อมูลของคลินิกแต่ละแห่ง โดยอธิบายให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย และอธิบายการตอบแบบสอบถาม จากนั้นเก็บแบบสอบถาม และผู้ทำวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

6.1 ลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.9 มีอายุ 26-32 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 52.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.30 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกษมา กัลปดี (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกรักษาความงาม ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองน่านปัจจัยที่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คลินิกได้มาตรฐานปลอดภัย ผลิตภัณฑ์และบริการที่เชี่ยวชาญเฉพาะที่คลินิกอื่นไม่มี เทคโนโลยีและอุปกรณ์มีความทันสมัย ความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านราคา ได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต การแจ้งราคาค่าบริการล่วงหน้า ค่ารักษาและบริการเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม ความพึงพอใจสูงสุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ที่ตั้งของคลินิกอยู่ในศูนย์การค้า มีที่จอดรถกว้างขวาง ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก และมีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต การโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป และการแจกผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านบุคลากร ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการอยู่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความเชื่อถือ แพทย์มีการแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีบุคลิกหน้าตาดี พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี และพนักงานสามารถช่วยเหลือแก้ไขให้ลูกค้าได้ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การใช้ระบบจับบัตรคิว ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ความรวดเร็วในการรอรับคำปรึกษาจากแพทย์ ความสิ้นเปลืองและต่อเนื่องของการรับบริการ ณ จุดบริการต่างๆ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีเครื่องปรับอากาศ เย็นสบายไม่อึดอัด ที่นั่งรอรับบริการมีความสะอาด ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างภายในบริเวณคลินิกเหมาะสม สถานที่เพียงพอสำหรับลูกค้า มีเครื่องดื่มคอยให้บริการ มีหนังสือพิมพ์นิตยสารอินเทอร์เน็ตไว้บริการ มีการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับดี

6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองน่าน คือ หมอมวลชน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สาเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ คลินิกมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 80.33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ รักษาสิว ฝ้า คิดเป็นร้อยละ 88.67 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 70.67 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วันในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 46.33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้คลินิกเดิมที่เคยใช้บริการการใช้บริการคลินิกเสริมความงามในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 93.33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับสิว ฝ้า กระ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 78.33

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองน่าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองน่านโดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 คลินิกได้มาตรฐานปลอดภัย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.57 ผลิตภัณฑ์ บริการที่เชี่ยวชาญเฉพาะที่คลินิกอื่นไม่มีอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 เทคโนโลยีและอุปกรณ์มีความทันสมัยอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.60 และได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้านราคา อยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.51 การแจ้งราคาค่าบริการล่วงหน้าอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.22 ค่ารักษาและบริการเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.97 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 ที่ตั้งของคลินิกอยู่ในศูนย์การค้าอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.19 มีที่จอดรถกว้างขวางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวกอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.84 และมีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้าอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ บริการในด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ อยู่ในระดับดีค่าเฉลี่ย 4.36 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิกอยู่ใน ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 การโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.07 การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไปอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.06 และการแจกผลิตภัณฑ์ทดลองใช้อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้าน

บุคลากร อยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.27 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.20 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความเชื่อถืออยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.17 แพทย์มีการแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.19 พนักงานมีบุคลิกหน้าตาดีมีค่าเฉลี่ย 4.17 พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ย 4.16 พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดีมีค่าเฉลี่ย 4.10 และพนักงานสามารถช่วยเหลือแก้ไขให้ลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 การใช้ระบบจับบัตรคิวอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆมีค่าเฉลี่ย 4.26 ความรวดเร็วในการรอรับคำปรึกษาจากแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ความสิ้นเปลืองและต่อเนื่องของการรับบริการ ณ จุดบริการต่างๆมีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับดีมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 มีเครื่องปรับอากาศ เย็นสบายไม่อึดอัดอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.57 ที่นั่งรอรับบริการมีความสะอาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.21 ห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.19 แสงสว่างภายในบริเวณคลินิกเหมาะสมอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.18 สถานที่เพียงพอสำหรับลูกค้าอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.17 มีเครื่องดื่มคอยให้บริการอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ย 4.14 มีหนังสือพิมพ์นิตยสารอินเทอร์เน็ตไว้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.12 มีการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.99

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จัก และการได้รับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยในการให้บริการ ดังนั้นคลินิกเสริมความงามควรเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการโดยการรับประกันความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

7.2 ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ค่ารักษา ค่าเวชภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการใช้บริการ ดังนั้นคลินิกเสริมความงาม ควรกำหนดราคาโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าที่ผู้มาใช้บริการจะได้รับเป็นหลัก หรืออาจมีการกำหนดราคาเป็นแพ็คเกจที่หลากหลายเพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้เลือกตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ

7.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า สาขาที่ให้บริการมีให้เลือกน้อยและทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถไม่สะดวก ดังนั้น คลินิกเสริมความงาม ควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้สะดวกแก่การให้บริการเพิ่มที่จอดรถ เป็นต้น

7.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสนใจในเรื่องของการแจกของตัวอย่างให้ทดลองใช้ ดังนั้น คลินิกเสริมความงาม ควรมีการแจกของตัวอย่างที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีโอกาสได้ทดลองใช้สินค้าก่อน เพื่อให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

7.5 ด้านบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า จำนวนพนักงานที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ พนักงานควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการให้มากขึ้น ดังนั้น คลินิกเสริมความงาม ควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการ และควรมีการอบรมพนักงานให้ความรู้ใหม่กับพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

7.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ความสิ้นเปลืองและความต่อเนื่องในการให้บริการ ณ จุดต่างๆ ยังมีน้อย ดังนั้น คลินิกเสริมความงาม ควรพัฒนาระบบการให้บริการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การจัดทำตารางนัดหมายเวลาให้กับผู้ที่จะมาใช้บริการ เพื่อผู้ที่มาใช้บริการไม่ต้องเสียเวลามานั่งรอที่คลินิก

7.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ในเรื่องของการประดับตกแต่งหน้าร้าน น้อยที่สุด ดังนั้น คลินิกเสริมความงาม ควรมีการตกแต่งหน้าร้านให้ดูทันสมัย ดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กษมา กัลปดี. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกรักษาความงาม ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- กฤษณาลี รื่นรมย์. (2551). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ.(2538).เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา.พิมพ์ครั้งที่ 5กรุงเทพฯ: สุวีริยาสน.
- วรภรณ์ คงรอด. (2554). พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สิกานต์ บำรุงศรี. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ