

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้ายจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคลประกอบด้วยความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ความเร็วในการทำงานของพนักงาน ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกายไม่เป็นโรคติดต่อ อธิษาศัย กริยามารยาทของพนักงาน พนักงานสามารถจดจำชื่อลูกค้าแต่ละคนได้ ความรู้ ความชำนาญของแพทย์ พนักงานผ่านการฝึกอบรม และมีใบประกาศนียบัตรรับรอง พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานสร้างความเชื่อถือและมั่นใจในการบริการ พนักงานรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า และ ความเพียงพอของแพทย์และพนักงานที่ให้บริการ

2. ปัจจัยด้านกระบวนการประกอบด้วย เวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีการโทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการของพนักงาน และผลการรักษา มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษาสิิวฝ้าย และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น เช่นการทำ treatment ต่างๆเพื่อความงาม มีการบริการที่สะอาด และปลอดภัย มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจนมีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เช่นกำหนดเวลาในการรอรับยา ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า

3. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ประกอบด้วยสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย มีการออกค่าจอดรถให้ลูกค้า ความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ สถานที่สวยงามสะดวกสบาย มีเก้าอี้นั่งรอที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน และมีเพลงให้ฟัง มีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับบริการ มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย เวชภัณฑ์มีหลากหลายที่ระบุส่วนผสมชัดเจน เวชภัณฑ์ใช้ส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ ความมั่นใจในคุณภาพของเวชภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์การอาหาร

และยา(อย.)ระบุไว้ เวชภัณฑ์มีฉลากที่ระบุแหล่งผู้ผลิตชัดเจน เวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่มีอาการแพ้ยา อักเสบ หรือมีจุดดำง่าเกิดขึ้น เวชภัณฑ์ระบุข้อควรระวังในการใช้ มีการบอกข้อควรปฏิบัติในการ เก็บรักษาเวชภัณฑ์ เวชภัณฑ์มีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับตา หน้า หรือคอ คุณภาพของเวชภัณฑ์ตรงกันกับที่ระบุไว้บนฉลากหรือที่โฆษณาไว้ มีการบอกข้อควร ปฏิบัติในการรักษา เช่น เมื่อใช้แล้วห้ามโดนแสงแดด เวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วทำให้มีผิวหนังที่สวไส ไร้สิ่วฝ้า ความเรียบร้อย สวขงาม และทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ คลินิกมีชื่อเสียง นำเชื่อถือ ความ เชื่อวชชญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลแตกต่างกับไปรักษาที่คลินิกโรคทั่วไป และมีการพัฒนาเวชภัณฑ์ให้ดีขึ้น

5. ปัจจัยด้านราคา ประกอบด้วย ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ ค่า เวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับค่าเวชภัณฑ์และบริการของคลินิกอื่น มีการ แข็งราคาของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษา

6. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ความสะดวกของทำเลที่ตั้งของคลินิก สิ่งแวดล้อม ที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ เช่น ไม่มีเสียงดัง หรือไม่สกปรก เป็นต้น ที่มีจุดจรด สะดวก ความรวดเร็วในการติดต่อกับคลินิก สามารถติดต่อกับคลินิกได้สะดวกและหลายทาง เช่น โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับผิวพรรณ การ แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ การแนะนำต่อของผู้ที่เคยเข้ามา ใช้บริการ การให้ส่วนลดในวันพิเศษต่างๆ การให้ส่วนลดในช่วงเวลาที่กำหนด การให้ของแถมใน โอกาสพิเศษ การมีส่วนลดให้แก่สมาชิกที่มาใช้บริการ มีบริการเสริมต่างๆ เช่น มีการนวดหลัง มีการ แต่งหน้า หรือทำผมให้หลังจากใช้บริการ มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ มีนามบัตร แผ่นพับ โบรชัวร์

### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรีที่เข้ามาใช้บริการคลินิก เวชกรรมโรคผิวหนัง ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากสถาบันการศึกษาแต่ละแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2549

สถาบันการศึกษา	จำนวน(คน)
1. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	20,968
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	8,125
3. มหาวิทยาลัยพายัพ	5,505
4. มหาวิทยาลัยแม่โจ้	11,119
5. วิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น	1,813
6. มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่	1,425
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ	5,973
รวม	54,928

### 3.1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้กำหนดตัวอย่างจำนวน 321 ราย เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสำรวจโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยอ้างอิงจากตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Herbert Askin and Remond R.Colton (นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี, 2543: 97) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาด  $\pm 0.05$  จากผู้บริโภคนักศึกษาปริญญาตรีที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจำนวนประชากรกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้ามาใช้บริการคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนไม่แน่นอนจึงประมาณจากจำนวนประชากรที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 54,928 คน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2549: ออนไลน์) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 15 แห่ง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2548) ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังแต่ละแห่ง

สถานที่	จำนวนคลินิกเวชกรรม (แห่ง)	จำนวน ตัวอย่าง(ราย)
- คลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า	5	107
1. แพนคลินิกเวชกรรม (เซ็นทรัลแอร์พอร์ต)		21
2. คลินิกเวชกรรม ดร.ซีเครีท เทสโก้โลตัส		21
3. ราชเทวีคลินิกเวชกรรมสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต		22
4. ราชเทวีคลินิกเวชกรรมสาขาศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว		22
5. คลินิกเวชกรรมเมดิแคร์ (เซ็นทรัลแอร์ พอร์ต)		21
- คลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังที่อยู่ภายนอก ห้างสรรพสินค้า	10	214
1. ชาติชายคลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง		21
2. หมอสิริคลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง		21
3. สินีคลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง		21
4. พรรณเวชคลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง		21
5. สกีนแคร์-บอดีเฮลท์ สหคลินิก		22
6. คลินิกเวชกรรมเมดิแคร์		22
7. คลินิกเวชกรรม ดร.ซีเครีท		22
8. เฉอแตมคลินิกเวชกรรม		21
9. แพนคลินิกเวชกรรม		22
10. เฮลท์คลินิกเวชกรรม		21
รวม	15	321

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการเก็บแบบสอบถามนักศึกษาปริญญาตรีใน จังหวัดเชียงใหม่ที่มามีเลือกใช้บริการรักษา ผิว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังจำนวน 321 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารอื่นๆ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไป และนำเสนอข้อมูลเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยจะใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert's Scale)

โดยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert's Scale) มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตร ค่าพิสัย คือ

$$\frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.20-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.40-4.19 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.60-3.39 หมายถึง สำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.80-2.59 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.79 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2549 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ่าจากคลินิกเวชกรรม โรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคลประกอบด้วยความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ความเร็วในการทำงานของพนักงาน ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของพนักงาน ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกายไม่เป็น โรคติดต่อ อหิวาศัย กริยามารยาทของพนักงาน พนักงานสามารถจดจำชื่อลูกค้าแต่ละคนได้ ความรู้ ความชำนาญของแพทย์ พนักงานผ่านการฝึกอบรม และมีใบประกาศนียบัตรรับรอง พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานสร้างความเชื่อถือและมั่นใจในการบริการ พนักงานรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า และ ความเพียงพอของแพทย์และพนักงานที่ให้บริการ

2. ปัจจัยด้านกระบวนการประกอบด้วย เวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีการโทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการของพนักงาน และผลการรักษา มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษาสิิวฝ้า และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น เช่นการทำ treatment ต่างๆเพื่อความงาม มีการบริการที่สะอาด และปลอดภัย มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจนมีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เช่นกำหนดเวลาในการรอรับยา ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า

3. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ประกอบด้วยสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย มีการออกค่าจอดรถให้ลูกค้า ความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ สถานที่สวยงามสะดวกสบาย มีเก้าอี้นั่งรอที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน และมีเพลงให้ฟัง มีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับบริการ มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย เวกษณ์ที่มีฉลากที่ระบุส่วนผสมชัดเจน เวกษณ์ใช้ส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ ความมั่นใจในคุณภาพของเววกษณ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์การอาหาร