

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ชื่อเสียงและความชำนาญของแพทย์ รองลงมาคือเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ เลสิก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ราคาค่าทำเลสิกที่นี้ถูกกว่าโรงพยาบาลและศูนย์เลสิกอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ โรงพยาบาลและสถานพยาบาลที่มีแพทย์ด้านสายตาและเลสิกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ มีบริการหลังการรักษอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านบุคลากร ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ด้านแพทย์ผู้รักษามีความน่าเชื่อถือมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำเลสิกสูง

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ด้านความครบถ้วนของอุปกรณ์และเครื่องมือในการรักษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ

Independent Study Title	Marketing Mix Factors Affecting Customer's Selection of Lasik Eye Surgery in Bangkok
Author	Mrs. Chatchada Thirachaikul
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed to study marketing mix factors affecting customer's selection of Lasik eye surgery in Bangkok. Data was collected by the distribution of questionnaires to 204 samplings. Then, the descriptive statistics, including frequencies, percentages, and means were used in analyzing the data.

The results indicated that most respondents were female with aged between 25 – 30 years, holding Bachelor's degree. The majority were company employees whose monthly incomes were between 20,001 – 35,000 baht.

Based upon the results of study on customer's behavior, the majority took Lasik eye surgery for both sides of eye in which the Myopia and the Astigmatism were found. In each time, the expenses for medical treatment were between 15,000 – 24,999 baht. The key reason in taking the surgery was their desire to stop wearing eyeglasses and it was the respondents themselves who made decision in getting the operation. Most of them learned about the Lasik information from relatives and friends.

The results of study on marketing mix factors showed that the People factor affected customer's selection of Lasik eye surgery in Bangkok the most whilst the factors namely Product,

Place, Physical evidence, and process highly affected their selection. Then, the Price and Promotion factors could affect customers' selection in moderate level.

In Product factor, the elements affecting customer's selection the most were respectively shown as follows: the distinction and expertise of surgeons, and the reputation and reliability of Lasik service provider.

In Price factor, the element affecting customer's selection the most was the cheap cost of treatment in comparing to other hospitals or other Lasik clinics.

In Place factor, the element affecting customer's selection the most was to have renowned surgeons who specialized in Lasik surgery.

In Promotion factor, the element affecting customer's selection the most was the continuity of post-treatment.

In People factor, the element affecting customer's selection the most was to have reliable and knowledgeable surgeons who highly specialized in Lasik surgery.

In Physical evidence factor, the element affecting customer's selection the most was the full equipped materials for the treatment.

In Process factor, the element affecting customer's selection the most was the accurate operational process.