

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของ
ผู้บริโภคร ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายชงทวัตร บุญเฟื่อง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภครในอำเภอเมือง เชียงใหม่ที่เป็นผู้บริโภครที่เคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำนวน 321 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย กลุ่มอายุ 20-30 ปี สถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดของผู้บริโภครพบว่าให้ระดับความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัยเรียงลำดับตาม คือ ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

จากการศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บริการตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย โดยตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 101-500 บาท ช่วงเวลา 8.00-11.00น. ในวันจันทร์-ศุกร์ การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จะเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวก โดยจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน สำหรับการให้บริการตรวจ ส่วนใหญ่ใช้บริการห้องปฏิบัติการทางเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน มีประวัติการให้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน มาแล้ว 1-5 ครั้ง โดยสาเหตุของการใช้บริการ คือ บริการตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย และมีความพึงพอใจมากหลังจากใช้บริการ จะกลับมาใช้บริการอีก และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ เหตุผลของการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนส่วนใหญ่ คือ ไม่ต้องรอตรอนาน

Independent Study Title Consumer Behavior Towards Choosing Medical Technology Clinics in Mueang Chiang Mai District

Author Mr.Thongthawat Boonfueang

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study consumer behavior towards choosing medical technology clinics in Mueang Chiang Mai District. The samples were 321 customers and the data was statistically analyzed using frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were male, 20-30 years old, with Bachelor's degree. They were private company employees, with average monthly income of less than 10,000 baht. The results from the study of service market mix factors showed that the respondents ranked all factors at the high level in the following order: staffs or personnel, process, physical appearance, price, product, place, and marketing promotion, respectively.

From the study of their consumption behavior, it was found that most questionnaire respondents used the services because they got ill and they made their own decision when choosing a clinic. The expense for each visit was 101-500 baht and they visited the clinic during 8.00-11.00 hrs., Monday-Friday. When deciding on a clinic, the most reason was for its convenience. They got information about a clinic from friends. Most used private laboratories and they had used the service 1-5 times. They were highly satisfied with the service and said they would come back to the clinic again and would recommend the clinic to others. They selected the particular clinic because its services were faster than those at other clinics.