

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษานี้ ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ คลินิกที่ใช้บริการ บริการที่ใช้ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ทําใช้บริการต่อครั้ง ช่วงวัน และช่วงเวลาที่ใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แหล่งข้อมูลรูปแบบการชำระเงิน เป็นต้น (ตารางที่ 1-19)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ตารางที่ 20-27)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ (ตารางที่ 28-55)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	24	12.00
21 - 25 ปี	90	45.00
26 - 30 ปี	53	26.50
31 - 35 ปี	21	10.50
36- 40 ปี	11	5.50
41- 45 ปี	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21 – 25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.50 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 อายุ 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.50 อายุ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.50 และอายุ 41 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	180	90.00
สมรส	19	9.50
หย่า / แยกทาง	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสดคิดเป็น ร้อยละ 90.00 รองลงมา สมรส คิดเป็นร้อยละ 9.50 และหย่า/แยกทาง คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	35	17.50
5,000 - 10,000 บาท	62	31.00
10,001 - 15,000 บาท	58	29.00
15,001 - 20,000 บาท	17	8.50
20,001 - 25,000 บาท	19	9.50
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	9	4.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 20,001 - 25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 9.50 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า หรือกำลังศึกษาอยู่	4	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. หรือกำลังศึกษาอยู่	16	8.00
ปวส อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า หรือกำลังศึกษาอยู่	34	17.00
ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาอยู่	131	65.50
สูงกว่าปริญญาโท หรือสูงกว่า หรือกำลังศึกษาอยู่	15	7.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมา มีการศึกษาระดับ ปวส อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า หรือ กำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 17.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือกำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 8.00 สูงกว่าปริญญาโท หรือสูงกว่า หรือ กำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 7.50 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า หรือกำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	90	45.00
ข้าราชการ	7	3.50
พนักงานบริษัทเอกชน	67	33.50
เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพอิสระ	26	13.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4.00
อื่นๆ โปรรระบุ	2	1.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ว่างาน

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.50 เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็น ร้อยละ 13.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.00 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 3.50 และว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคลินิกเสริมความงามที่ใช้
งานที่ใช้งานเป็นประจำหรือไม่

คลินิกเสริมความงามที่ใช้ประจำ	จำนวน	ร้อยละ
มี	109	54.50
ไม่มี	91	45.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคลินิกเสริมความงามที่ใช้เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 54.50 และไม่มีคลินิกเสริมความงามที่ใช้เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 45.50

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคลินิกเสริมความงามที่รู้จัก

ชื่อคลินิก	ไม่รู้จัก	รู้จักไม่เคยใช้บริการ	รู้จักเคยใช้บริการ
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เมดิแคร์คลินิก	19 (9.50)	139 (69.50)	42 (21.00)
วุฒิ-ศักดิ์คลินิก	8 (4.00)	150 (75.00)	42 (21.00)
ราชเทวีคลินิก	21 (10.50)	143 (71.50)	36 (18.00)
มาร์เวลลัสคลินิก	111 (55.50)	76 (38.00)	13 (6.50)
เอสเต็มค็อกคอลคลินิก	121 (60.50)	75 (37.50)	4 (2.00)
มาริษาคลินิกเวชกรรม	122 (61.00)	75 (37.50)	3 (1.50)
พิมพ์คลินิกเวชกรรม	133 (66.50)	61 (30.50)	6 (3.00)
พฤษชาติคลินิก	94 (47.00)	84 (42.00)	22 (11.00)
แพทย์ปริญา	81 (40.50)	100 (50.00)	19 (9.50)
รมย์รวิณฑ์คลินิก	148 (74.00)	47 (23.50)	5 (2.50)

หมายเหตุ แสดงร้อยละตามแนวนอน, n = 200

ตารางที่ 7 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคลินิกเสริมความงามที่รู้จัก

ชื่อคลินิก	ไม่รู้จัก	รู้จักไม่เคยใช้บริการ	รู้จักเคยใช้บริการ
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ปณิตาคลินิก	137 (68.50)	54 (27.00)	9 (4.50)
ลานนาวดี	128 (64.00)	58 (29.00)	14 (7.00)
ลีณี คลินิกเวชกรรม	106 (53.00)	71 (35.50)	23 (11.50)
สิริ คลินิกเวชกรรม	91 (45.50)	79 (39.50)	30 (15.00)
ชาติชาย คลินิกเวชกรรม	58 (29.00)	93 (46.50)	49 (24.50)
แพนคอร์สเมติก คลินิกเวชกรรม	47 (23.50)	104 (52.00)	49 (24.50)
STAR CARE คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	1 (0.50)	1 (0.50)
ธีรศักดิ์ คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.50)
พรรณเวช คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.50)
PLATINUM คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.50)
ศรินยา คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.50)
รักผิว คลินิกเวชกรรม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.50)

จากตารางที่ 7 พบว่า คลินิกเสริมความงามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รู้จักมากที่สุด คือ รมย์รินทร์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ ปณิศาคลินิก คิดเป็นร้อยละ 68.50 พิมพ์คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 66.50 ลานนาวดี คิดเป็นร้อยละ 64.00 มาริษาคลินิกเวชกรรม คิดเป็น ร้อยละ 61.00 เอสเต้เมดิคอลคลินิก คิดเป็นร้อยละ 60.50 มาร์เวลลัสคลินิก คิดเป็นร้อยละ 55.50 สินี คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 53.00 พฤษชาติคลินิก คิดเป็นร้อยละ 47.00 สิริ คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 45.50 แพทย์ปริญญา คิดเป็นร้อยละ 40.50 ชาติชาย คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 29.00 แพนคอร์สเมติก คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 23.50 ราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 10.50 เมดิแคร์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 9.50 และ วุฒิ-ศักดิ์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

คลินิกเสริมความงามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ มากที่สุด คือ วุฒิ-ศักดิ์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 71.50 เมดิแคร์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 69.50 แพนคอร์สเมติก คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 52.00 แพทย์ปริญญา คิดเป็นร้อยละ 50.00 ชาติชาย คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 46.50 พฤษชาติคลินิก คิดเป็นร้อยละ 42.00 สิริ คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 39.50 มาร์เวลลัสคลินิก คิดเป็นร้อยละ 38.00 เอสเต้เมดิคอลคลินิก คิดเป็นร้อยละ 37.50 มาริษาคลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 37.50 สินี คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 35.50 พิมพ์คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 30.50 ลานนาวดี คิดเป็นร้อยละ 29.00 ปณิศาคลินิก คิดเป็นร้อยละ 27.00 รมย์รินทร์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ STAR CARE คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนคลินิกเสริมความงามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักและเคยใช้บริการ มากที่สุด คือ ชาติชาย คลินิกเวชกรรม และแพนคอร์สเมติก คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมาคือ เมดิแคร์คลินิก และ วุฒิ-ศักดิ์ คลินิก คิดเป็นร้อยละ 21.00 ราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 18.00 สิริ คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 15.00 สินี คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 11.50 พฤษชาติคลินิก คิดเป็นร้อยละ 11.00 แพทย์ปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9.50 ลานนาวดี คิดเป็นร้อยละ 7.00 มาร์เวลลัสคลินิก คิดเป็นร้อยละ 6.50 ปณิศาคลินิก คิดเป็นร้อยละ 4.50 พิมพ์คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 3.00 รมย์รินทร์คลินิก คิดเป็นร้อยละ 2.50 เอสเต้เมดิคอลคลินิก คิดเป็นร้อยละ 2.00 มาริษาคลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 1.50 STAR CARE คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ธีรศักดิ์ คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 พรรณเวช คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 PLATINUM คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ศรีนยา คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 รักผิว คลินิกเวชกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เข้ารับบริการจากคลินิกเสริมความงาม

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
รักษาโรค (สิว ผื่น กระจุดต่างด้า หรือ ปัญหาโรคผิวหนังอื่นๆ)	161	80.50
ทำทริทเมนต์บำรุงผิวหน้า	111	55.50
เสริมบุคลิกภาพ	16	8.00
ทำหน้าใส	76	38.00
ปรึกษาปัญหาทางเส้นผม	16	8.00
ปรึกษาปัญหาทางด้านสัดส่วน	9	4.50
ตามเพื่อนไป	17	8.50
อื่นๆ โปรดระบุ	6	3.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ อยากรหล่อ 4, ไปกับครอบครัว 2

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม เพราะต้องการรักษาโรค (สิว ผื่น กระจุดต่างด้า หรือ ปัญหาโรคผิวหนังอื่นๆ) คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมา ทำทริทเมนต์บำรุงผิวหน้า คิดเป็นร้อยละ 55.50 ทำหน้าใส คิดเป็นร้อยละ 38.00 ตามเพื่อนไป คิดเป็นร้อยละ 8.50 เสริมบุคลิกภาพและปรึกษาปัญหาทางเส้นผม คิดเป็นร้อยละ 8.00 ปรึกษาปัญหาทางด้านสัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทบริการที่เข้ารับ

ประเภทบริการ	จำนวน (ร้อยละ)
รักษาสิว ฟ้า กระ	167 (83.50)
การทำทรีทเมนต์บำรุงผิวหน้า	134 (67.00)
การฉีดวิตามินเพื่อทำให้ผิวหน้าขาวใส	44 (22.00)
แก้ไขปัญหาผิวหน้า เช่น ลดถุงใต้ตา กรอหน้า	20 (10.00)
ลดกระชับรูขุมขน	61 (30.50)
แก้ปัญหาโรคผิวหนัง เช่น ผด ผื่น	40 (20.00)
ลดริ้วรอยแห่งวัย (ตีนกา)	29 (14.50)
ยกกระชับใบหน้า	29 (10.00)
ลดริ้วรอยจากจุดต่างตำรอยสิ่ว รอยแผลเป็น	103 (51.50)
บำรุงผิวพรรณ	48 (24.00)
บำรุงเส้นผม	27 (13.50)
กำจัดขนถาวร	3 (1.50)

ตารางที่ 9(ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทบริการที่เข้ารับ

ประเภทบริการ	จำนวน (ร้อยละ)
ลดกระชับสัดส่วนร่างกาย	15 (7.50)
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	2 (1.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สบรอยสัก

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับบริการ จากคลินิกเสริมความงาม คือ รักษาสิว ฝ้า กระ คิดเป็นร้อยละ 83.50 รองลงมา การทำทริทเมนต์บำรุงผิวหน้า คิดเป็นร้อยละ 67.00 ลดริ้วรอยจากจุดดำดำรอยสิ่ว รอยแผลเป็น คิดเป็นร้อยละ 51.50 ลดกระชับรูขุมขน คิดเป็นร้อยละ 30.50 บำรุงผิวพรรณ คิดเป็นร้อยละ 24.00 การฉีดวิตามินเพื่อทำให้ผิวหน้าขาวใส คิดเป็นร้อยละ 22.00 ลดริ้วรอยแห่งวัย (ตีนกา) และยกกระชับใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 14.50 บำรุงเส้นผม คิดเป็นร้อยละ 13.50 ลดกระชับสัดส่วนร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 7.50 กำจัดขนถาวร คิดเป็นร้อยละ 1.50 และบริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่รับบริการ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่รับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (นานๆครั้ง)	51	25.50
1- 2 ครั้งต่อเดือน	114	57.00
3 – 4 ครั้งต่อเดือน	34	17.00
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ารับบริการโดยเฉลี่ย 1- 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (นานๆครั้ง) คิดเป็นร้อยละ 25.50 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 250 บาท	17	8.50
251- 500 บาท	84	42.00
501 – 750 บาท	47	23.50
751 – 1,000 บาท	35	17.50
มากกว่า 1,000 บาท	17	8.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินโดยเฉลี่ยในการเข้ารับบริการต่อครั้ง 251- 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา 501 – 750 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.50 751 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 ต่ำกว่า 250 บาทและมากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
09.01 – 12.00 น.	3	1.50
12.01 – 15.00 น.	22	11.00
15.01 – 18.00 น.	64	32.00
18.01 – 21.00 น.	44	22.00
ไม่แน่นอน	67	33.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้ตอบแบบสอบถามเข้ารับบริการบ่อยที่สุด คือ ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา 15.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.00 18.01 – 21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.00 12.01 – 15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ 09.01 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่เข้ารับบริการ

ช่วงวันที่เข้ารับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	74	37.00
เสาร์-อาทิตย์	95	47.50
วันหยุดราชการ	4	2.00
ทุกวัน	27	13.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ช่วงวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ารับบริการ มากที่สุด คือ วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา จันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 37.00 ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกคลินิกเสริมความงาม

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก คลินิกเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	56	28.00
พ่อแม่	13	6.50
พี่น้อง	3	1.50
เพื่อนที่ทำงาน	5	2.50
คนรู้จัก	12	6.00
ตัดสินใจด้วยตนเอง	76	38.00
คนรัก	35	17.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.00 คนรัก คิดเป็นร้อยละ 17.50 พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 6.50 คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 6.00 เพื่อนที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	49	24.50
วิทยุ	11	5.50
หนังสือพิมพ์	17	8.50
ใบปลิว แผ่นพับ	103	51.50
ป้ายโฆษณา	77	38.50
นิตยสาร	89	44.50
ถามเพื่อน/คนรู้จัก	135	67.50
อินเทอร์เน็ต	85	42.50
อื่นๆ(ไปรกระบุ).....	4	2.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานร้าน 4

จากตารางที่ 15 พบว่า แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการหาข้อมูลคลินิกเสริมความงาม คือ การถามเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 67.33 รองลงมา ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 51.50 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 44.50 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.50 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 38.50 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 24.50 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 8.50 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5.50 และพนักงานร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระค่าบริการ

ลักษณะการชำระค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	178	89.00
บัตรเครดิต	22	11.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 89.00 และชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระเงิน

รูปแบบการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเป็นครั้ง	172	86.00
จ่ายเป็นคอร์ส	28	14.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการชำระเงิน แบบจ่ายเป็นครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.00 และจ่ายเป็นคอร์ส คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระค่าบริการ ในลักษณะการชำระเป็นคอร์ส

จำนวนเงิน และจำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
2,000 บาท จำนวน 5 ครั้ง	8	28.57
2,200 บาท จำนวน 11 ครั้ง	3	10.71
2,500 บาท จำนวน 10 ครั้ง	5	17.86
3,000 บาท จำนวน 10 ครั้ง	9	32.14
8,000 บาท จำนวน 10 ครั้ง	2	7.14
12,000 บาท จำนวน 15 ครั้ง	1	3.57
รวม	28	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชำระค่าบริการ แบบจ่ายเป็นคอร์ส แบบ 3,000 บาท จำนวน 10 ครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.14 รองลงมา 2,000 บาท จำนวน 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 28.57 2,500 บาท จำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.86 2,200 บาท จำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.71 8,000 บาท จำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.14 และ 12,000 บาท จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจครั้งต่อไปในการเข้ารับบริการ

การตัดสินใจครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ	148	74.00
เปลี่ยนร้านไปเรื่อยๆ	38	19.00
ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ	14	7.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา เปลี่ยนร้านไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 19.00 และถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการ
คลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ภาพลักษณ์ของคลินิกคูเป็นมิตร	104 (52.00)	73 (36.50)	20 (10.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.39 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ของคลินิกคูมีความ เชี่ยวชาญ	47 (23.50)	88 (44.00)	45 (22.50)	18 (9.00)	2 (1.00)	3.80 (มาก)
ชื่อเสียงของบุคลากรทาง การแพทย์ (หมอ)	50 (25.00)	70 (35.00)	49 (24.50)	31 (15.50)	0 (0.00)	3.69 (มาก)
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	86 (43.00)	92 (46.00)	21 (10.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.32 (มากที่สุด)
ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มี ชื่อเสียง	48 (24.00)	65 (32.50)	67 (33.50)	20 (10.00)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
ความทันสมัยและความสะอาด ของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ นำมาให้บริการ	91 (45.50)	89 (44.50)	19 (9.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.35 (มากที่สุด)
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของ คลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดี ต่างไปจากคลินิกทั่วไป	53 (26.50)	77 (38.50)	42 (21.00)	28 (14.00)	0 (0.00)	3.77 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡 เป็นต้น	77 (38.50)	95 (47.50)	24 (12.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.22 (มากที่สุด)
ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพง	60 (30.00)	74 (37.00)	60 (30.00)	6 (3.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีนวัตกรรมใหม่ๆที่น่าเสนอ แตกต่างจากคลินิกอื่นๆ	77 (38.50)	85 (42.50)	32 (16.00)	3 (1.50)	3 (1.50)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.03 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 คลินิกมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย นิดโบ้ท็อก เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีนวัตกรรมใหม่ๆที่น่าเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ	128 (64.00)	42 (21.00)	29 (14.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.48 (มากที่สุด)
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม	98 (49.00)	68 (34.00)	34 (17.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.32 (มากที่สุด)
ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษาบริการและค่าเวชภัณฑ์	55 (27.50)	70 (35.00)	71 (35.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	3.88 (มาก)
การแจ้งราคาค่ารักษาบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ	80 (40.00)	94 (47.00)	20 (10.00)	5 (2.50)	1 (0.50)	4.23 (มากที่สุด)
ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ	34 (17.00)	51 (25.50)	95 (47.50)	20 (10.00)	0 (0.00)	3.49 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	43 (21.50)	51 (25.50)	68 (34.00)	32 (16.00)	6 (3.00)	3.46 (มาก)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	73 (36.50)	59 (29.50)	51 (25.50)	15 (7.50)	2 (1.00)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.97 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษาที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และการแจ้งราคา ค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ให้บริการมีความ สะอาด ปลอดภัย	60 (30.00)	81 (40.50)	36 (18.00)	22 (11.00)	1 (0.50)	3.88 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	56 (28.00)	63 (31.50)	49 (24.50)	31 (15.50)	1 (0.50)	3.71 (มาก)
สถานที่มิให้บริการมีที่จอดรถ เพียงพอ	107 (53.50)	65 (32.50)	20 (10.00)	8 (4.00)	0 (0.00)	4.35 (มากที่สุด)
จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้ เลือกใช้บริการ(มีหลายสาขา)	26 (13.00)	72 (36.00)	85 (42.50)	13 (6.50)	4 (2.00)	3.51 (มาก)
ที่ตั้งของร้านห่างๆ	80 (40.00)	81 (40.50)	32 (16.00)	6 (3.00)	1 (0.50)	4.16 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้อง เดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ	62 (31.00)	79 (39.50)	47 (23.50)	4 (2.00)	8 (4.00)	3.92 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	41 (20.50)	65 (32.50)	73 (36.50)	19 (9.50)	2 (1.00)	3.62 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีระบบ ขนส่งมวลชนผ่าน	35 (17.50)	58 (29.00)	67 (33.50)	37 (18.50)	3 (1.50)	3.43 (มาก)
สถานที่สวยงาม	32 (16.00)	63 (31.50)	83 (41.50)	20 (10.00)	2 (1.00)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.79 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับ มากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้อง เดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณ ศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) และ สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และสถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชน ผ่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเมนท์	102 (51.00)	66 (33.00)	23 (11.50)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.31 (มากที่สุด)
การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	30 (15.00)	79 (39.50)	82 (41.00)	9 (4.50)	0 (0.00)	3.65 (มาก)
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆเช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	24 (12.00)	95 (47.50)	53 (26.50)	15 (7.50)	13 (6.50)	3.51 (มาก)
การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	79 (39.50)	79 (39.50)	33 (16.50)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.14 (มาก)
มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่าง เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	43 (21.50)	82 (41.00)	67 (33.50)	8 (4.00)	0 (0.00)	3.80 (มาก)
การให้ของแถมในโอกาสพิเศษหรือ แคมเปญการทำทรีทเมนท์อบไอโซน	26 (13.00)	79 (39.50)	57 (28.50)	35 (17.50)	3 (1.50)	3.45 (มาก)
มีการทำแอสสัมปยะสมยอมอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเมนท์ มาร์คหน้า คุณผิว เป็นต้น	38 (19.00)	40 (20.00)	102 (51.00)	13 (6.50)	7 (3.50)	3.44 (มาก)

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	18 (9.00)	60 (30.00)	81 (40.50)	38 (19.00)	3 (1.50)	3.26 (ปานกลาง)
มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	25 (12.50)	50 (25.00)	90 (45.00)	32 (16.00)	3 (1.50)	3.31 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.65 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรีในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แอมนฟรีการทำทริทเม้นท์ อบไอโซนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 มีการทำแอสสัมปสะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูดสิ่ว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Members get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และการแจกของขวัญหรือPackageราคาพิเศษมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ	109 (54.50)	75 (37.50)	15 (7.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.46 (มากที่สุด)
แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	62 (31.00)	72 (36.00)	49 (24.50)	17 (8.50)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ	114 (57.00)	73 (36.50)	12 (6.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.50 (มากที่สุด)
มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ	61 (30.50)	68 (34.00)	47 (23.50)	23 (11.50)	1 (0.50)	3.83 (มาก)
ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	43 (21.50)	87 (43.50)	40 (20.00)	30 (15.00)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	42 (21.00)	78 (39.00)	63 (31.50)	17 (8.50)	0 (0.00)	3.72 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	100 (50.00)	79 (39.59)	18 (9.00)	2 (1.00)	1 (0.50)	4.38 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	88 (44.00)	96 (48.00)	13 (6.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.34 (มากที่สุด)
ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย	55 (27.50)	80 (40.00)	49 (24.50)	16 (8.00)	0 (0.00)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความสามารถของพนักงาน ในการให้คำแนะนำแก้ปัญหา หลังจากการใช้สินค้าและ บริการ	45 (22.50)	84 (42.00)	44 (22.00)	26 (13.00)	1 (0.50)	3.73 (มาก)
พนักงานทำการทักทายและ ขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ	56 (28.00)	75 (37.50)	47 (23.50)	22 (11.00)	0 (0.00)	3.82 (มาก)
พนักงานบริการประทับใจ	93 (46.50)	94 (47.00)	11 (5.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.39 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	96 (48.00)	84 (42.00)	19 (9.95)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.38 (มากที่สุด)
ชุดเครื่องแบบพนักงานมี ความน่าเชื่อถือ	45 (22.50)	69 (34.50)	76 (38.00)	10 (5.00)	0 (0.00)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.06 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี และพนักงาน

มีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วและใช้เวลาที่ เหมาะสมต่อครั้งในการ ให้บริการลูกค้าแต่ละคน	51 (25.50)	86 (43.00)	51 (25.50)	11 (5.50)	1 (0.50)	3.87 (มาก)
มีการนัดเวลาล่วงหน้า	32 (16.00)	79 (39.50)	60 (30.00)	24 (12.00)	5 (2.50)	3.54 (มาก)
มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อ ถึงกำหนดระยะเวลานัด	27 (13.50)	56 (28.00)	78 (39.00)	29 (14.50)	10 (5.00)	3.30 (ปานกลาง)
มีติดตามผลการให้บริการใน แต่ละครั้ง	33 (16.50)	78 (39.00)	60 (30.00)	29 (14.50)	0 (0.00)	3.57 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการ ของลูกค้า	38 (19.00)	73 (36.50)	57 (28.50)	31 (15.50)	1 (0.50)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การให้บริการเท่าเทียมกัน สำหรับลูกค้าทุกราย	49 (24.50)	74 (37.00)	64 (32.00)	12 (6.00)	1 (0.50)	3.79 (มาก)
การติดต่อสอบถามข้อมูลทาง โทรศัพท์	89 (44.50)	55 (27.50)	44 (22.00)	9 (4.50)	3 (1.50)	4.09 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ ยุ่งยาก ซับซ้อน	36 (18.00)	75 (37.50)	62 (31.00)	22 (11.00)	5 (2.50)	3.57 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องใน การคิดเงิน	54 (27.00)	70 (35.00)	50 (25.00)	23 (11.50)	3 (1.50)	3.75 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการ	55 (27.50)	71 (27.50)	52 (26.00)	21 (10.50)	1 (0.50)	3.79 (มาก)
ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ ทันที	41 (20.50)	73 (36.50)	56 (28.00)	28 (14.00)	2 (1.00)	3.62 (มาก)
สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวก ได้ง่าย	47 (23.50)	58 (29.00)	78 (39.00)	15 (7.50)	2 (1.00)	3.67 (มาก)
ความเอาใจใส่ในการให้ บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน	90 (45.00)	79 (39.50)	29 (14.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.28 (มากที่สุด)
คุณภาพของการให้บริการ	60 (30.00)	72 (36.00)	60 (30.00)	7 (3.50)	1 (0.50)	3.92 (มาก)
ความสามารถในการปรับแต่ง บริการให้เข้ากับความต้องการ ของลูกค้า	95 (47.50)	83 (41.00)	20 (10.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.35 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.78 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย และความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และมีการนัดเวลาล่วงหน้า 3.54

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
 ลึ้งนำเสนองานกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน
 อำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลึ้งนำเสนองานกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	60 (30.00)	81 (40.50)	41 (20.50)	18 (9.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการ เพียงพอ	39 (19.50)	95 (47.50)	55 (27.50)	11 (5.50)	0 (0.00)	3.81 (มาก)
มีสื่อต่างๆให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	79 (39.50)	78 (39.00)	39 (19.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)
สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้าน สะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	52 (26.00)	82 (41.00)	58 (29.00)	7 (3.50)	1 (0.50)	3.88 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน สวยงาม	30 (15.00)	69 (34.50)	48 (24.00)	50 (25.00)	3 (1.50)	3.36 (ปานกลาง)
ความกว้างขวางของร้าน	30 (15.00)	83 (41.50)	67 (33.50)	20 (10.00)	0 (0.00)	3.61 (มาก)
ความสะอาด และ เป็นระเบียบ ของร้าน	80 (40.00)	90 (45.00)	29 (14.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.24 (มากที่สุด)
ป้ายชื้อหน้าคลินิกเห็นได้อย่าง เด่นชัด	41 (20.50)	82 (41.00)	70 (35.00)	5 (2.50)	2 (1.00)	3.78 (มาก)
ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	28 (14.00)	63 (31.50)	48 (24.00)	60 (30.00)	1 (0.50)	3.28 (ปานกลาง)

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
 ลึ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน
 อำเภอมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลึ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	38 (19.00)	63 (31.50)	78 (39.00)	18 (9.00)	3 (1.50)	3.57 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	43 (21.50)	64 (32.0)	67 (33.50)	21 (10.50)	5 (2.50)	3.59 (มาก)
กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็น กลิ่นยา	50 (25.00)	69 (34.50)	57 (28.50)	23 (11.50)	1 (0.5)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.74 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านลึ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามใน
 การเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอมืองเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
 รวมเท่ากับ 3.74

โดยปัจจัยย่อยด้านลึ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความ
 งามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านลึ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน
 ระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น
 นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์
 และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ลึ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อย
 และเป็นระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81
 ป้ายชื้อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มี
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 3.59 และมีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ตารางที่ 27 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	อันดับที่
บุคลากร	4.06 (มาก)	1
ผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	2
ราคา	3.97 (มาก)	3
การจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	4
กระบวนการให้บริการ	3.78 (มาก)	4
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.74 (มาก)	5
การส่งเสริมการตลาด	3.65 (มาก)	5

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีผลในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ยรวม 4.06) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65)

ตารางที่ 28 แสดงปัจจัยย่อย 15 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือ	ด้านบุคลากร	4.50 (มากที่สุด)	1
คำปรึกษาและบริการที่เหมาะสมกับการ ให้บริการ	ด้านราคา	4.48 (มากที่สุด)	2
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่าง เพียงพอ	ด้านบุคลากร	4.46 (มากที่สุด)	3
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.39 (มากที่สุด)	4
พนักงานบริการประทับใจ	ด้านบุคลากร	4.39 (มากที่สุด)	4
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็ม ใจในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.38 (มากที่สุด)	5
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	ด้านบุคลากร	4.38 (มากที่สุด)	5
ความทันสมัยและความสะอาดของ อุปกรณ์และเครื่องมือ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.35 (มากที่สุด)	5
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	ด้านการจัดจำหน่าย	4.35 (มากที่สุด)	5
ความสามารถในการปรับแต่งบริการ ให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.35 (มากที่สุด)	5
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	ด้านบุคลากร	4.34 (มากที่สุด)	6

ตารางที่ 28(ต่อ) แสดงปัจจัยย่อย 15 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยย่อยด้าน	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.32 (มากที่สุด)	7
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา)ในการรักษามีความเหมาะสม	ด้านราคา	4.32 (มากที่สุด)	7
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเมนท์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31 (มากที่สุด)	8
ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.28 (มากที่สุด)	9
ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.24 (มากที่สุด)	10
การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ	ด้านราคา	4.23 (มากที่สุด)	11
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ๊ท ออก ขัดหน้า นวดหน้า	ด้านผลิตภัณฑ์	4.22 (มากที่สุด)	12
ที่ตั้งร้านหาง่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	4.16 (มาก)	13
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.16 (มาก)	13
มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	14
การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14 (มาก)	15

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยย่อย 15 อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร และพนักงานบริการประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความทันสมัยและความสะอาดของ อุปกรณ์และเครื่องมือ สถานที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.34) คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และค่าเวชภัณฑ์(ยา)ในการรักษามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน (4.24) การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีด โบท็อก ขัดหน้า นวดหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) ที่ตั้งร้านหาง่าย และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	ไม่เกิน 25ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	4.39 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)	4.42 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ของคลินิกมีความเชี่ยวชาญ	3.52 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ)	3.49 (มาก)	3.83 (มาก)	4.18 (มาก)
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.26 (มากที่สุด)	4.43 (มากที่สุด)	4.30 (มากที่สุด)
ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง	3.42 (มาก)	4.02 (มาก)	4.18 (มาก)
ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และ เครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	4.30 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถ รักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป	3.54 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์ค หน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก เป็นต้น	4.17 (มาก)	4.23 (มากที่สุด)	4.42 (มากที่สุด)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความปลอดภัยในत्वเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ ต่างๆไม่แพง	3.77 (มาก)	4.09 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)
มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิก อื่นๆ	4.23 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	4.23 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมากที่สุดโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก ชัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความปลอดภัยในत्वเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมียี่ห้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡 ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมียี่ห้อ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡 ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และความทันสมัย และความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ	4.47 (มากที่สุด)	4.47 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม	4.28 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา บริการและค่าเวชภัณฑ์	3.67 (มาก)	4.13 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)
การแจ้งราคา ค่ารักษา บริการ และ ค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ	4.16 (มาก)	4.43 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
ราคาถูกกว่าคลินิกอื่น ๆ	3.39 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	3.10 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.87 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่

เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และค่าเวชกัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแจ้งราคาค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่าบริการและค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 การแจ้งราคาค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา บริการและค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม 4.36 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา บริการและค่าเวชภัณฑ์และ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการ คลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแจ้งราคาค่ารักษาบริการ และ ค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 และราคาสูงกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	3.70 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.44 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)
สถานที่มิให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	4.36 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)
จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา)	3.39 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.91 (มาก)
ที่ตั้งของร้านหาง่าย	4.12 (มาก)	4.19 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ	4.03 (มาก)	3.64 (มาก)	3.97 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.27 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)
สถานที่สวยงาม	3.40 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.52 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย 3.70 และมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา)

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และสถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และจำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และสถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้า พร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเมนท์	4.42 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)
การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	3.42 (มาก)	3.75 (มาก)	3.42 (มาก)
การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)
การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทรีทเมนท์ อบโอโซน	3.32 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
มีการทำแอสสัมปต์ระยะสั้น เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ดูดสิว เป็นต้น	3.42 (มาก)	3.66 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	3.18 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)
มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	3.18 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 การโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ และมีการทำแอดมปีสะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า คุดสิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทริทเม้นท์ ออบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทริทเม้นท์ ออบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีการทำแอดมปีสะสมยอด เพื่อ

แลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทमेंท์ มาร์คหน้า ดูดสิว เป็นต้น และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และการแจกของขวัญ หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำ ทริทमेंท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการ เลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ของ แถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทริทमेंท์ ออบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 มีการทำ แสตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทमेंท์ มาร์คหน้า ดูดสิว เป็น ต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และการแจกของขวัญ หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ	4.45 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)
แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	3.68 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ	4.43 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ	3.66 (มาก)	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)
ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.56 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	4.32 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	4.32 (มากที่สุด)	4.43 (มากที่สุด)	4.30 (มากที่สุด)
ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ	3.68 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหา หลังจากการใช้สินค้าและบริการ	3.51 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ	3.52 (มาก)	4.28 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานบริการประทับใจ	4.37 (มากที่สุด)	4.43 (มากที่สุด)	4.39 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	4.25 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.60 (มาก)	4.04 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการและ พนักงานมีความเป็นมืออาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความ

สะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ และ พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน และความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45

พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และชุดเครื่องแบบพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการนัดเวลาล่วงหน้า	3.34 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.61 (มาก)
มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด	3.25 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)
มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง	3.46 (มาก)	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า	3.35 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย	3.57 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์	4.15 (มาก)	4.19 (มาก)	3.73 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.33 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน	3.48 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการ	3.61 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที	3.42 (มาก)	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย	3.38 (มาก)	4.17 (มาก)	3.85 (มาก)
ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน	4.19 (มาก)	4.45 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)
คุณภาพของการให้บริการ	3.69 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)	4.21 (มากที่สุด)

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	4.31 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.62 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

โดยปัจจัยย่อยด้านการกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ปัจจัยย่อยด้านการกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้า แต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และ ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านการกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน และ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนและไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน และ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และ คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน และความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.00 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ขึ้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อายุ		
	ไม่เกิน 25ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	3.73 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)
มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ	3.64 (มาก)	4.15 (มาก)	3.85 (มาก)
มีสื่อต่างๆให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	4.19 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)
สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	3.68 (มาก)	4.23 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม	3.28 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.45 (มาก)
ความกว้างขวางของร้าน	3.46 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี (n = 114)	26 – 30 ปี (n = 53)	31 ปีขึ้นไป (n = 33)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน	4.25 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด	3.59 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	3.09 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.45 (มาก)
มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	3.33 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.38 (ปานกลาง)	4.04 (มาก)	3.64 (มาก)
กลิ่นในร้านไม่ฉุน ไม่เหม็นกลิ่นยา	3.52 (มาก)	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด และห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ และความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	4.06 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)	4.44 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความ เชี่ยวชาญ	4.03 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)
ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ)	3.94 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	4.13 (มาก)
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.03 (มาก)	4.35 (มากที่สุด)	4.29 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
ความทันสมัยและความสะอาดของ วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมา ให้บริการ	4.11 (มาก)	4.44 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจาก คลินิกทั่วไป	4.26 (มากที่สุด)	3.21 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	4.20 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีท เมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย นิดโปที่ อก เป็นต้น	4.00 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)
ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย	4.26 (มากที่สุด)	3.52 (มาก)	3.93 (มาก)	4.29 (มากที่สุด)
มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่าง จากคลินิกอื่นๆ	4.00 (มาก)	4.29 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.02 (มาก)	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป และความปลอดภัยในตัวเอง (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ภาพลักษณ์ของคลินิกเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ภาพลักษณ์ของคลินิกมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡ซ์ ขัดหน้า นวดหน้า และมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิก เป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡ซ์ ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก ได้แก่ ความปลอดภัยในตัวเอง (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกมีความเชี่ยวชาญ และผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.39 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡 ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบ톡 ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.20 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีนวัตกรรมใหม่ๆที่น่าเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการ ให้บริการ	4.26 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)	4.43 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา)ในการรักษามีความ เหมาะสม	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่า รักษา บริการและค่าเวชภัณฑ์	3.77 (มาก)	3.48 (มาก)	3.93 (มาก)	4.44 (มากที่สุด)
การแจ้งราคาค่ารักษาบริการ และค่า เวชภัณฑ์ ก่อนการให้บริการ	3.97 (มาก)	4.23 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ	3.86 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.76 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.89 (มาก)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	3.57 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ราคาคงที่กว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และราคาคงที่กว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ การแจ้งราคา ค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 การแจ้งราคา ค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และสามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n = 35)	5,000 - 10,000 บาท (n = 62)	10,001 - 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	4.11 (มาก)	3.50 (มาก)	3.90 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ	3.89 (มาก)	3.26 (มาก)	3.67 (มาก)	4.24 (มากที่สุด)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	4.26 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้ บริการ(มีหลายสาขา)	3.51 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (มาก)	3.93 (มาก)
ที่ตั้งของร้านหาง่าย	3.80 (มาก)	4.32 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.24 (มากที่สุด)
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้า ศูนย์การค้าต่างๆ	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)	3.72 (มาก)	4.02 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.84 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่ง มวลชนผ่าน	3.86 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)	3.62 (มาก)
สถานที่สวยงาม	3.69 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.49 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่มีให้บริการ มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ที่ตั้งร้านหาง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และจำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 -10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ สถานที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) และสถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และจำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ สถานที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และสถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และสถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n = 35)	5,000 - 10,000 บาท (n = 62)	10,001 - 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเมนท์	4.23 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)
การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	3.74 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆเช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	3.37 (มาก)	3.44 (มาก)	3.53 (มาก)	3.69 (มาก)
การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	3.89 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)
มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)
การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือแถมฟรีการทำทรีทเมนท์ อบโอโซน	3.49 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.64 (มาก)
มีการทำแอสสัมปยะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเมนท์ มาร์คหน้า คูดสิว เป็นต้น	3.46 (มาก)	3.47 (มาก)	3.52 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n = 35)	5,000 - 10,000 บาท (n = 62)	10,001 - 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	3.43 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การโฆษณาที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทรีทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีการทำ

แสดมปีสะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูดสิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และการแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีการทำแสดมปีสะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูดสิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แดมฟรีการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และการแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 การโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 มีการทำแอสตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้าคุณผิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และการให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ และมีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 การโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีการทำแอสตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเม้นท์ มาร์คหน้า คุณผิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ	4.23 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	4.11 (มาก)	3.45 (มาก)	3.91 (มาก)	4.31 (มากที่สุด)
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือ	4.20 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือ แพทย์หลังจากมาใช้บริการ	4.14 (มาก)	3.45 (มาก)	3.72 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	3.83 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอในการ ให้บริการ	3.80 (มาก)	3.48 (มาก)	3.66 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็ม ใจในการให้บริการ	4.14 (มาก)	4.42 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	4.23 (มากที่สุด)	4.42 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)	4.47 (มากที่สุด)
ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของ ร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ	4.17 (มาก)	3.52 (มาก)	3.86 (มาก)	4.13 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้ คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้ สินค้าและบริการ	3.91 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	4.24 (มากที่สุด)
พนักงานทำการทักทายและขอบคุณ ทุกครั้งที่มาใช้บริการ	3.94 (มาก)	3.42 (มาก)	3.86 (มาก)	4.24 (มากที่สุด)
พนักงานบริการประทับใจ	4.14 (มาก)	4.42 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	4.11 (มาก)	4.39 (มากที่สุด)	4.43 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)
ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความ น่าเชื่อถือ	3.83 (มาก)	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)	4.32 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอ และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน และชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและพนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน

มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอพนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการและพนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานมีความเป็น

มิตร ยิ้มแย้ม มีอัตราศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการและพนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และมีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสม ต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน	4.03 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)	4.13 (มาก)
มีการนัดเวลาล่วงหน้า	3.80 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึง กำหนดระยะเวลานัด	3.49 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง	3.86 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.91 (มาก)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n = 35)	5,000 - 10,000 บาท (n = 62)	10,001 - 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระยะเวลาในการรอรับบริการของ ลูกค้า	3.63 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	4.04 (มาก)
การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับ ลูกค้าทุกราย	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)	3.81 (มาก)	4.07 (มาก)
การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์	3.89 (มาก)	4.37 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.60 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	4.11 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน	3.97 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	4.13 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการ	3.91 (มาก)	3.42 (มาก)	3.79 (มาก)	4.20 (มาก)
ไม่ต้องรอนาน รับค่าปรึกษาได้ทันที	3.80 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย	3.71 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.11 (มาก)
ความเอาใจใส่ในการให้บริการของ บุคลากรทุกขั้นตอน	4.11 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)	4.31 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของการให้บริการ	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)	3.97 (มาก)	4.42 (มากที่สุด)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการ ให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	4.14 (มาก)	4.44 (มากที่สุด)	4.33 (มากที่สุด)	4.42 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.84 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ :-มีการนัดเวลาล่วงหน้า และไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้

ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาทในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาทในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย และคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาทในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันทีและสามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และมีการนัดเวลาด่วนหน้า และขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และมีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 คุณภาพของการให้บริการ และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน และความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และสามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกรายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที 4.00 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง และการติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 มีการนัดเวลาด่วนหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก ได้แก่ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n =35)	5,000 - 10,000 บาท (n= 62)	10,001 – 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และ เครื่องมือที่นำมาให้บริการ	3.97 (มาก)	3.56 (มาก)	4.02 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ	3.86 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	4.09 (มาก)
มีสื่อต่างๆให้ความเพลิดเพลินขณะรอ รับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	3.97 (มาก)	4.34 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.07 (มาก)
สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาด เรียบร้อยและเป็นระเบียบ	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.86 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม	3.80 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความกว้างขวางของร้าน	3.66 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน	3.94 (มาก)	4.34 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)
ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	3.37 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n = 35)	5,000 - 10,000 บาท (n = 62)	10,001 - 15,000 บาท (n = 58)	15,001 ขึ้นไป (n = 45)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ห้องน้ำสะอาด	3.43 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	4.07 (มาก)
กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา	3.83 (มาก)	3.48 (มาก)	3.66 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ความสะอาดและเป็นระเบียบของร้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม 3.80 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ และมีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ และความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 กลิ่นในร้านไม่ฉุน ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและ

เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ป้ายชื้อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความกว้างขวางของร้าน และมีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้แก่ ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ 4.09 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ และห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ป้ายชื้อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	4.37 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ	3.48 (มาก)	3.92 (มาก)
ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ)	3.46 (มาก)	3.78 (มาก)
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.35 (มากที่สุด)	4.30 (มากที่สุด)
ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง	3.48 (มาก)	3.79 (มาก)
ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	4.28 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป	3.37 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนต์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก เป็นต้น	4.24 (มากที่สุด)	4.22 (มากที่สุด)
ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ไม่แพงง่าย	3.57 (มาก)	4.08 (มาก)
มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิก อื่นๆ	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.87 (มาก)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อกซ์ ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ และ ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อกซ์ ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความ

เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ผลិតภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ	4.43 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม	4.31 (มากที่สุด)	4.32 (มากที่สุด)
ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา บริการและค่าเวชภัณฑ์	3.54 (มาก)	4.01 (มาก)
การแจ้งราคาค่ารักษาบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ	4.22 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)
ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ	3.30 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	3.28 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	4.30 (มากที่สุด)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก ได้แก่ ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.33 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	4.33 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ(มีหลายสาขา)	3.22 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ที่ตั้งของร้านหาง่าย	4.22 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ	3.78 (มาก)	3.97 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.15 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สถานที่สวยงาม	3.46 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย และที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 สถานที่สวยงาม และสถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเม้นท์	4.46 (มากที่สุด)	4.25 (มากที่สุด)
การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	3.44 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆเช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	3.46 (มาก)	3.53 (มาก)
การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	4.30 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)
มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)
การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทรีทเม้นท์ อบโอโซน	3.43 (มาก)	3.49 (มาก)
มีการทำแอดมปีสะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเม้นท์ มาร์คหน้าคุณผิว เป็นต้น	3.50 (มาก)	3.42 (มาก)
การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	3.44 (มาก)	3.41 (มาก)
มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีการทำแอสสมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูดิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และการให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 มีการโฆษณาและ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทริทเมนท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และมีการทำแสดมปีละสมยอมอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเมนท์ มาร์คหน้า คุณผิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และการแจกของขวัญ หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลางได้แก่ มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Members get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอ	4.63 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)
แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	3.69 (มาก)	3.97 (มาก)
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)
มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ	3.44 (มาก)	3.97 (มาก)
ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	3.46 (มาก)	3.81 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.48 (มาก)	3.82 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	4.39 (มากที่สุด)	4.37 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	4.22 (มากที่สุด)	4.39 (มากที่สุด)
ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตา สดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ	3.59 (มาก)	3.97 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	3.44 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ	3.56 (มาก)	3.92 (มาก)
พนักงานบริการประทับใจ	4.41 (มากที่สุด)	4.38 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	4.44 (มากที่สุด)	4.35 (มากที่สุด)
ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน และชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และพนักงานมียิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ และความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการ ให้บริการลูกค้าแต่ละคน	3.56 (มาก)	3.99 (มาก)
มีการนัดเวลาล่วงหน้า	3.43 (มาก)	3.59 (มาก)
มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลา นัด	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง	3.44 (มาก)	3.62 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า	3.24 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)
การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์	4.39 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.41 (มาก)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน	3.52 (มาก)	3.83 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการ	3.56 (มาก)	3.88 (มาก)
ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที	3.30 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย	3.37 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุก ขั้นตอน	4.30 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)
คุณภาพของการให้บริการ	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับ ความต้องการของลูกค้า	4.54 (มากที่สุด)	4.28 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ชับซ้อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.99 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ และคุณภาพของการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และมีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)
มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)
มีสื่อต่างๆให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	4.35 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)
สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม	3.17 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 54)	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า (n = 146)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกว้างขวางของร้าน	3.39 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน	4.19 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)
ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด	3.56 (มาก)	3.86 (มาก)
ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	3.09 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	3.48 (มาก)	3.61 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)
กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา	3.56 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้าน สะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีน้ำดื่ม ไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ

เพียงพอ 3.84 กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ความกว้างขวางของร้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร	4.37 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ของคลินิกมีความเชี่ยวชาญ	3.53 (มาก)	4.02 (มาก)
ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ)	3.43 (มาก)	3.91 (มาก)
คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.24 (มากที่สุด)	4.37 (มากที่สุด)
ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง	3.36 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	4.30 (มากที่สุด)	4.39 (มากที่สุด)
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดี ต่างไปจากคลินิกทั่วไป	3.57 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้ว ลอย ฉีดโบท็อก เป็นต้น	4.20 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)
ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย	3.77 (มาก)	4.08 (มาก)
มีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ	4.24 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และมีนวัตกรรมใหม่ๆที่นำเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ มาร์คหน้า ลดริ้ว ลอย ฉีดโบท็อก ขัดหน้า นวดหน้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไป มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.57 ภาพลักษณ์ของคลินิกคูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของคลินิกคูเป็นมิตรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเม้นท์ มาร์คหน้า ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อกซ์ ขัดหน้า นวดหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีนวัตกรรมใหม่ๆที่น่าเสนอแตกต่างจากคลินิกอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ภาพลักษณ์ของคลินิกคูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลดีต่างไปจากคลินิกทั่วไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ	4.48 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)
ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษามีความเหมาะสม	4.27 (มากที่สุด)	4.36 (มากที่สุด)
ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา บริการและค่า เวชภัณฑ์	3.67 (มาก)	4.05 (มาก)
การแจ้งราคาค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อนการใช้ บริการ	4.16 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)
ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ	3.38 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	3.00 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สามารถผ่อนชำระค่าบริการ ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าเวชภัณฑ์ (ยา) ในการรักษา มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ ก่อน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 สามารถผ่อนชำระค่าบริการ ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	3.63 (มาก)	4.09 (มาก)
มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.34 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	4.29 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)
จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ(มีหลายสาขา)	3.39 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ที่ตั้งของร้านหาง่าย	4.11 (มากที่สุด)	4.21 (มากที่สุด)
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ	4.06 (มาก)	3.80 (มาก)
ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.30 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สถานที่สวยงาม	3.33 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.65 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และสถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และสถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ที่มีให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ที่ตั้งร้านหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไม่ต้องเดินเข้าสู่ศูนย์การค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 สถานที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 จำนวนสาขาของคลินิกที่มีให้เลือกใช้บริการ (มีหลายสาขา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และสถานที่ให้บริการมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทรีทเมนท์	4.42 (มากที่สุด)	4.21 (มากที่สุด)
การโฆษณามีความน่าเชื่อถือ	3.48 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บ่อยๆเช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
การให้ราคาส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด	4.16 (มาก)	4.13 (มาก)
มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น	3.62 (มาก)	3.95 (มาก)
การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทรีทเมนท์อบโอโซน	3.32 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
มีการทำแอสสัมปดเพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทรีทเมนท์ มาร์คหน้า คูดสิว เป็นต้น	3.39 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)
การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ	3.19 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member	3.18 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และการโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการทำแอสแตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล หรือ รับสิทธิพิเศษ เช่น การทำทริทเม้นท์ มาร์คหน้า คุณผิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แถมฟรีการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และมีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าพร้อมทดลองทำฟรี ในครั้งแรก เช่น การทำทริทเม้นท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีระบบสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าบริการ ส่วนลดค่าเวชภัณฑ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การโฆษณาที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ บ่อยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ หรือ แคมเปญการทำทริทเม้นท์ อบโอโซน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 มีการทำแอสแตมป์สะสมยอด เพื่อแลกรางวัล

หรือ รับผิดชอบต่อพิเศษ เช่น การทำทรีทเม้นท์ มาร์คหน้า ดูคสิว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีการให้รางวัลการแนะนำสมาชิก Member get Member มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแจกของชำร่วย หรือ Package ราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้อย่างเพียงพอ	4.40 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน	3.69 (มาก)	4.06 (มาก)
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ	4.39 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ	3.62 (มาก)	3.99 (มาก)
ความเร็วในการทำงานของพนักงาน	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.53 (มาก)	3.88 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	4.24 (มากที่สุด)	4.48 (มากที่สุด)

ตารางที่ 54 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการบุคลากร	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	4.27 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)
ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ	3.66 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	3.47 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ	3.49 (มาก)	4.10 (มาก)
พนักงานบริการประทับใจ	4.31 (มากที่สุด)	4.45 (มากที่สุด)
พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี	4.21 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 พนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านบุคลากร และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 พนักงานต้อนรับมีการให้ความรู้เพียงพอ และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 พนักงานบริการประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 แพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีการติดตามดูแลจากพนักงานหรือแพทย์หลังจากมาใช้

บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ความเร็วในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการนัดเวลาล่วงหน้า	3.39 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีติดตามผลการให้บริการใน แต่ละครั้ง	3.46 (มาก)	3.67 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า	3.34 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย	3.58 (มาก)	3.96 (มาก)
การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.37 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการกระบวนการให้บริการ	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน	3.49 (มาก)	3.95 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการ	3.61 (มาก)	3.94 (มาก)
ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที	3.44 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย	3.36 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
ความเอาใจใส่ในการให้ บริการของบุคลากรทุกชั้นตอน	4.16 (มาก)	4.39 (มากที่สุด)
คุณภาพของการให้บริการ	3.62 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	4.34 (มากที่สุด)	4.35 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ 4.19 ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ความถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการนัดเวลาล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 การให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความรวดเร็วและถูกต้องใน

การคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความถูกต้องในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 สามารถนัดหมายเวลาที่สะดวกได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนและไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษาได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีการนัดเวลาล่วงหน้าและมีติดตามผลการให้บริการในแต่ละครั้งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดเวลานัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	3.69 (มาก)	4.10 (มาก)
มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ	3.57 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสื่อต่างๆให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	3.63 (มาก)	4.09 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
ความกว้างขวางของร้าน	3.44 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ	
	กำลังศึกษา (n = 90)	ทำงาน (n = 110)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน	4.22 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)
ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด	3.59 (มาก)	3.93 (มาก)
ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ	3.01 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
มีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ	3.21 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.31 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
กลิ่นในร้านไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา	3.46 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.55 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกำลังศึกษาอยู่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และ เป็นระเบียบของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก ได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ 3.57 และความกว้างขวางของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และเป็นระเบียบของร้าน 4.26

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความกว้างขวางของร้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และลักษณะการตกแต่งภายในร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45