

ชื่อการค้นคว้าอิสระ

การให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด ในทัศนะของลูกค้

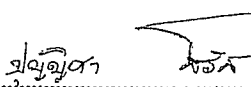
ผู้วิจัย

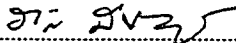
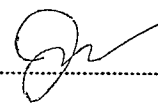
นางสาวบุญญา โสรัส ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.ภัทรา สุขะสุนทร 2) รศ.สมชาย หิรัญญิกิตติ
ปีการศึกษา 2555 จำนวน 179 หน้า คำสำคัญ การให้บริการ วารีบำบัด

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด ในทัศนะของลูกค้ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบการให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด ในทัศนะของลูกค้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้ที่เข้ามาใช้บริการร้านค้เงิน วารีบำบัด จำนวน 159 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น 0.895 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของหาค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากจำนวน 6 ด้าน คือ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และผู้ให้บริการ ส่วนด้าน กระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลិតภัณฑ์ มีบริการ ที่แตกต่างจากทั่วไป และใช้ผลិតภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติ ด้านราคา มีการกำหนดราคาสำหรับสมาชิก และ แพคเกจอย่างเหมาะสมและชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถนัดเวลาใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ สถานที่ตั้งมีความสะดวกมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีเอกสารคู่มือแนะนำเกี่ยวกับการทำ วารีบำบัด ให้ส่วนลดตามระยะเวลาการใช้บริการ (รูปอง) ด้านลักษณะทางกายภาพ การจัดอุปกรณ์เป็นระเบียบ เรียบร้อยสะดวกต่อการหยิบใช้งาน บรรยากาศดี สดชื่น มีแสงสว่างเพียงพอ สถานที่สะอาด เป็นส่วนตัว เป็นสัดส่วน และตกแต่งสวยงาม ด้านผู้ให้บริการ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับวารีบำบัด สามารถแนะนำลูกค้ได้ มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้ และด้านกระบวนการ ระยะเวลาในการรอรับบริการมีความเหมาะสม สามารถนัดหมายล่วงหน้าโดยไม่ต้องรอนาน 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของคะแนนการให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด พบว่า การให้บริการร้านค้เงินวารีบำบัด มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อแยกตามเพศ อาชีพ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ส่วนการให้บริการ ตามปัญหาสุขภาพ พบว่า มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลិតภัณฑ์ คือ มีบริการ ที่แตกต่างจากทั่วไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถนัดเวลาใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และมีการเสนอขาย ผ่านตัวแทนจำหน่าย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

Independent study title: The Service in the Kum-Ngoen Hydrotherapy Shop: A Customer's Perspective.

Researcher: Miss Punnyisa Sorus. Degree: Master of Business Administration (General Management).
Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Pathra SukhaSukhon.
2) Assoc. Prof. Somchai Hirahnkitti. Academic year: 2012. 179 pp. Keywords: service, hydrotherapy

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the service of Kum-Ngoen hydrotherapy shop from the perspective of customers and 2) to compare opinions given based on personal characteristics. The sample group consisted of 159 customers using the service. Questionnaires were used as a research tool with a 0.895 reliability index. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results of the research indicated that 1) customers had a high mean score of opinions towards the service of Kum-Ngoen hydrotherapy shop. Assessing 6 aspects: the mean score of opinions given for product, price, place, promotion, physical appearance, and service provider were at high level but was at a moderate level for procedure aspect. Aspect by aspect analyses found that aspect considered high were: need-serving services, products made of natural materials; for price: providing special price for members, package-set price suitable for types of product, clearly set prices; for channel of product distribution, availability appointments by phone; easy access of sales locations with ample parking space; for marketing support: manuals about hydrotherapy, discount coupon for membership, special gifts for package purchase; concerning physical aspect, neat arrangement of product for easy application, good atmosphere, fresh and lighted, clean, privacy, well-proportioned and beautifully decorated; for service staff at hydrotherapy shop, they are knowledgeable and able to recommend services to clients, well-spoken, polite, service-minded, having good human relationships, always pleasant smiling, having good understanding of customer's needs, well-dressed; for procedure aspect, queuing up of customers appropriately with appropriate waiting time, making appointment in advance; 2) comparison of means of service at Kum-Ngoen hydrotherapy shop revealed that customers had significantly different opinions at 0.01 when they were classified by sex, profession, and membership; for health service, the aspects found to be significantly different at 0.05 were products consisting of special service; for product distribution, significant differences at 0.05 were making appointment by phone, and sales promotion by sales representatives.

Student's signature.....

Independent study advisor's signature 1..... 2.....