

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่ง
ในโรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ

โดย : นาย ชัญญา เป็นเพชร

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา
(ดร.วิจิตร สุพินิจ)
...../...../.....

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่งใน โรงพยาบาลศิริพรการแพทย์ จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ศึกษาพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่ง ใน โรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจกับผู้ที่มาใช้บริการด้านศัลยกรรมตกแต่งใน โรงพยาบาลศิริพรการแพทย์ จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .8725 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe's)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่ง ใน โรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ พบว่า โดยมีภาพรวมของความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.150 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านพนักงาน รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่บริการ และ ด้านราคา ตามลำดับ
3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่งในโรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านศัลยกรรมตกแต่งในโรงพยาบาลยันฮี กรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านสถานที่บริการควรปรับปรุงให้มีลักษณะที่เห็นได้เด่นชัดและเป็นที่ยอมรับได้ง่ายพร้อมทั้งเดินทางได้สะดวกและง่ายต่อการไปมา พนักงานควรมีบุคลิกภาพที่ดีและรักการบริการพร้อมจะยินดีในการบริการเสมอ

2. ด้านราคาควรจะปรับให้เหมาะสมกับราคาโดยทั่วไปเพื่อที่จะง่ายต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการควรมีการส่งเสริมการตลาดมีการใช้โปรโมชั่นที่เป็นที่สร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือมีการสะสมแต้มเพื่อที่ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้บริโภค / การบริการด้านศัลยกรรมตกแต่ง

TOPIC : Customer's Satisfaction of Yanhee
International Hospital Bangkok

DEGREE : Master of Business Administration

MAJOR : Marketing

ADVISOR : Dr.Vijit Supinit.....
(Dr.Vijit Supinit)
.....//

ABSTRACT

The study had purposes to study and compare the statistical of customer toward services of Yanhee International Hospital Bangkok, with were classified with personal characteristics by studying the satisfaction of customer toward services of Yanhee International Hospital Bangkok. Using descriptive research method to 200 persons who receive service of Yanhee International Hospital Bangkok. Data collecting statistics such as percentage, mean, standard deviation and inference statistics such as t-test, F-test and Scheffe's multiple method.

The studied results found that

1. The majority of questionnaire answers were female at 75.5% , aged between 21-30 at 42.00% , education level bachelor's degrees holders at 45.50% and job officer at 32.00%
2. In overview, Customer's statistical towards a of Yanhee International Hospital Bangkok were in the highest it mean at 3.96, standard deviation at 0.150. Consider in each aspect found that the first satisfaction of was staff aspect, followed by promotion aspect, place aspect and price respectively.
3. The hypothesis testing results found that satisfaction of customer toward services of Yanhee International Hospital Bangkok, which were classified by personal characteristics of serviced uses customer with respect to gender, age, education level and job character customer different satisfaction toward services of Yanhee International Hospital Bangkok.

Suggestion

1. The site should improve the manner in which it is pronounced, and is observed easily with convenient and easy to navigate. Employees should have a good personality and love the service and would be happy to serve you.
2. The price should be adjusted to suit the typical price for that will be easier to decide who you should be marketing with the use of the promotion is to satisfy the customer or there. to collect points for the customer to use the service again next time.

Keyword: Customer's Satisfaction