



**รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ
ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ ครั้งที่ 5 ประจำปี 2555
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**

**Proceeding of the 5th National Conference on
Business and Economy 2012
Faculty of Management Science
Khon Kaen University**



ดำเนินการโดย: ศูนย์วิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจอีสาน (ECBER)
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002
โทรศัพท์ 0-4320-2566 โทรสาร 0-4320-2567
<http://www.ecberkku.com> E-mail : ecber.kku@gmail.com

สสว. >

DEC 2012



บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ สุทชัย

ผู้ตรวจอ่านบทความวิจัย

รองศาสตราจารย์มันทนา สามารถ

รองศาสตราจารย์สุเมธ แก่นมณี

รองศาสตราจารย์อ่อนงค์นุช เทียนทอง

รองศาสตราจารย์ ดร.กัลปพฤกษ์ ผิวทองงาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช

รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ปทุมนากุล

รองศาสตราจารย์ ดร.นิติพล ภูตะโชติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตพา แสนชัยธร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา มณีเนตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นवलวี แสงชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ สุทชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จันทร์จรัส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติวรรณ ศรีเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินดา สมสวัสดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรุณ ตันตระบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรงค์ หงส์งาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์ นัยพินิจ

ดร.ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา

ดร.สุทิน เทียนวิวัฒน์

ดร.ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย

ดร.นงนิตย์ จันทร์จรัส

ดร.ชลฤทัย โกวรรณะกุล



การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการวุฒิสักดิ์ คลินิก

ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Analysis of Factor Affecting Service at Wuttisak Clinic of Students at Faculty of Management Science Silpakorn University

นภนันทน์ หอมสุต¹ (Noppanon Homsud)¹

สุนิสา วงศ์ประทุม² (Sunisa Whongparthum)²

อรยา พานิตสุวรรณ² (and Oraya Phanitsuwan)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวุฒิสักดิ์ คลินิก กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) เหตุผลที่เลือกใช้บริการ โดยส่วนใหญ่คือ มีปัญหาด้านผิวพรรณ เช่น สิว ฝ้า กระ จุดต่างด่าง 2) ปัจจัยการเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสักดิ์คลินิก มี 10 ปัจจัยประกอบด้วย ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านมาตรฐาน ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือ ด้านการโฆษณา ด้านฟรีเชนเตอร์ ด้านกระแสนิยม ด้านผลิตภัณฑ์ครีมและยา ด้านการชำระเงิน และด้านความมั่นใจในตนเอง โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.744

คำสำคัญ: วุฒิสักดิ์คลินิก, การวิเคราะห์ปัจจัย, นักศึกษา

Abstract

The objective of this research is to analyze factors affecting service at Wuttisak Clinic. The sample of this research is 400 students at Faculty of Management Science, Silpakorn University. The instrument for collecting data is questionnaire. The usage statistical techniques

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาลูกศรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



are frequency, percentage, mean, standard deviation, and factor analysis. It is found that 1) the most reason for using Wuttisak Clinic is problem in skin such as acne, blemish, freckles, and mottle 2) there are 10 factors in using service at Wuttisak Clinic consisted of personal, standard, service, tool, advertising, presenter, trend, cream and drug, payment, and confident. Total variance explained is equal 62.744%

Keywords: Wuttisak Clinic, Factor Analysis, Undergraduate Student

บทนำ

ในปัจจุบันการมีใบหน้าสวยใสอ่อนกว่าวัยไร้ริ้วรอยจุดด่างดำและการมีรูปร่างดีมีส่วนเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมจากประชาชนในทุกเพศทุกวัยประกอบกับการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบันซึ่งต้องเผชิญกับมลภาวะทางสภาพแวดล้อมเป็นประจำทุกวัน ทำให้มีโอกาสเกิดความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาด้านผิวหนังได้เนื่องจากต้องเผชิญกับสิ่งแวดล้อมจากภายนอกไม่ว่าจะเป็นแสงแดด ลมแรง ความแห้งชื้นของอากาศเขม่าควันจากท่อไอเสียรถยนต์และอันตรายจากการเสียดสีของผิวหนัง นอกจากนี้ปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลยังอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อผิวหนังเช่นฮอร์โมนการบริโภคอาหารที่มีแป้งและไขมันเป็นส่วนใหญ่การดื่มเหล้าและสูบบุหรี่หรือความเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนส่งผลได้ชัดเจนต่อผิวหนังทั้งที่ใบหน้าและลำตัวและอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อผิวหนังและรูปร่างได้ จึงจำเป็นต้องใส่ใจดูแลสุขภาพผิวหนังมากขึ้นนั้น เพราะในปัจจุบันผิวหนังโดยเฉพาะในส่วนของใบหน้าและรูปร่างที่งดงาม จะแสดงให้เห็นถึงการมีสุขภาพดีและการดูแลตัวเองได้ดีแล้วยังเป็นการสร้างเสน่ห์และความประทับใจแก่ผู้พบเห็นยังรวมถึงการสร้างโอกาสในชีวิตได้อีกด้วย

ปัญหาผิวหนังที่ผู้ป่วยมาพบแพทย์สูงที่สุดจากสถิติของสถาบันโรคผิวหนังประจำปี 2550 ข้อมูลโรคผู้ป่วยนอก 10 อันดับ ปัญหาด้านผิวหนังอยู่ในอันดับที่สองของผู้ป่วยทั้งหมด ทำให้มีคลินิกดูแลผิวหนังเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น คลินิกโพลีคลินิก คลินิกเฉพาะโรคต่างๆ คลินิกรักษาสิวฝ้า คลินิกโรคผิวหนังคลินิกรักษาโรคอ้วนเสริมความงามต่างๆ เป็นต้น (สุนันทา โอศิริ, 2547) เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นการยืนยันได้ว่าประชากรส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพและความงามมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นสามารถตอบรับสิ่งใหม่ๆ ได้ง่าย ตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงการเป็นนักศึกษาที่มักพบปัญหาด้าน สิว ฝ้าได้มากกว่าวัยอื่นๆ



แพทย์ด้านผิวหนังชื่อว่า วยรุ่นมีทัศนคติที่ผิดและมีการใช้ยาปฏิชีวนะพร่ำเพรื่อ ซึ่อย่า
รับประทานเพื่อรักษาตัวเองอาจมีผลข้างเคียงอีกหลายอย่างที่ตามมาได้ (ประวิตร พิศาลบุตร, 2554)
ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคคงกล่าวสนใจที่จะเข้ามาปรึกษาปัญหาด้านผิวหนังพร้อมกับคลินิกดูแลผิวพรรณ
โรงพยาบาลรัฐบาล เอกชน และคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังของเอกชนที่มีเป็นจำนวนมาก

คลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสักดิ์ คลินิกเป็นการดำเนินธุรกิจประเภท บิวตี้ แคร่ คลินิก ที่
ให้บริการด้านผิวพรรณ และความงามต่างๆ รวมถึงการทำ ทรีตเมนต์ และหัตถการ อย่างถูกหลัก
วิชาการ โดยทีมงานแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ ที่พร้อมจะให้คำปรึกษาแนะนำ และเลือกสรรวิธีการ
บำรุงรักษาผิวพรรณที่เหมาะสมที่สุดสำหรับคนไข้ รวมทั้งยังมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทันสมัย ปลอดภัย
และมีประสิทธิภาพระดับ มาตรฐานสากลโดยมุ่งหวังที่จะสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่
คนไข้และสามารถตอบสนองความต้องการของคนไข้ได้อย่างครบถ้วนมากที่สุด ในการให้บริการที่
ถูกต้องตามหลักการแพทย์โดยการรักษาจะอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของแพทย์เฉพาะทางด้าน
ผิวหนังหรือแพทย์ที่ศึกษาต่อเฉพาะทางด้านผิวหนังซึ่งการรักษาของคลินิกรักษาผิวพรรณให้บริการ
แก่ผู้บริโภคที่มีปัญหาผิวพรรณที่ไม่ต้องการตกอยู่ภายใต้ความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน
ตลาดที่ผสมสารอันตราย เช่น สารปรอทและสารสเตียรอยด์ เป็นต้น ซึ่งแพทย์ผิวหนังนั้นเป็นแพทย์
ที่ผ่านการฝึกอบรมด้านโรคผิวหนังจากสถาบันฝึกอบรมที่ผ่านการรับรองโดยแพทย์สภาหรือแผนก
ของโรงพยาบาลที่รักษาโรคเฉพาะทาง

จำนวนผู้ประกอบการคลินิกดูแลผิวพรรณและรูปร่างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มี
จำนวนมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงขึ้นบางแห่งเป็นสาขาย่อยดำเนินการภายใต้การ
ดูแลของบริษัทใหญ่ บางแห่งเปิดโดยแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและได้วุฒิปริญญาบัตรรับรองด้านผิวหนังแต่
ทุกแห่งนั้นเป็นคลินิกที่มีแพทย์ประจำการอยู่มีการให้บริการตรวจรักษาและเน้นการบริการเป็น
หลัก ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากและมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงต้องศึกษา
ปัจจัยการใช้บริการที่มีผลต่อการวางแผนการตลาด และพยายามนำเสนอการบริการของคลินิกดูแล
ผิวพรรณและรูปร่างที่มีส่วนประสมทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อสร้างกลยุทธ์ตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะผู้บริโภคแต่ละ
รายมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงมีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลผิวพรรณ รักษาผิว ฝ้า กระ รวมไปถึง
ถึงการดูแลรูปร่างของคลินิกดูแลผิวพรรณ เพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพหุ
(Multivariate Statistics) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วมระหว่าง
ตัวแปรหลายๆตัว ด้วยปัจจัย (Factor) ที่มีจำนวนไม่มาก Kerlinger(1992) กล่าวถึงการวิเคราะห์
ปัจจัยว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาปัญหาเชิงพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน



เพื่อให้เกิดการเห็นภาพในการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงาม วุฒิสักดิ์คลินิก ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ปัจจัยในการสกัดตัวแปรเพื่อให้ได้ปัจจัยการให้บริการสถานเสริมความงาม วุฒิสักดิ์คลินิก โดยเลือกศึกษากับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสักดิ์คลินิก ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

วิธีการดำเนินงาน

วิธีการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

1.ขอบเขตของการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเน้นการสำรวจกลุ่มผู้ใช้บริการ วุฒิสักดิ์คลินิก ของนักศึกษา โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยและพฤติกรรมของการใช้บริการคลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสักดิ์คลินิกของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งประกอบด้วย นักศึกษาที่อยู่ในสาขาวิชาธุรกิจทั่วไป สาขาวิชาธุรกิจโรงแรมและที่พัก สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาการจัดการชุมชน สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 3,475 คน ทำการเก็บ โดยตรงกับนักศึกษาที่ใช้บริการ วุฒิสักดิ์คลินิกระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน 2554 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ วุฒิสักดิ์คลินิก และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ วุฒิสักดิ์คลินิก

4.ขั้นตอนการวิจัย

4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากหนังสือ วารสาร และบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดประเด็นและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

4.2 ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัยในการสร้างแบบสอบถามทั้งในส่วนที่เป็นพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ วุฒิสักดิ์ คลินิก



ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้

4.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 4 ท่าน ในด้าน พฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ จิตวิทยา และการตลาด เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าตรงกับความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับ วัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองกับกลุ่มนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ใช้บริการวุฒิสถิต์คลินิก จำนวน 30 คน พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อ (Reliability) ของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าเท่ากับ 0.875 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (สรชัย พิศาลบุตรเสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัสวเดชาบุตร, 2549)

4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี จำนวน 400 ชุด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน 2554

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ในส่วนของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักศึกษาใช้ค่าสถิติพรรณนาประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัย

6. การแปรความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้านในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2553) รายละเอียดดังนี้ คือ

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 คือ ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 คือ ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 คือ ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 คือ ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 คือ ระดับน้อยที่สุด

7. การวิเคราะห์ปัจจัยการให้บริการวุฒิสถิต์คลินิก ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) ด้วยวิธีการ Varimaxเกณฑ์การพิจารณาปัจจัย คือ ค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor Loading ต้องมีค่าสัมบูรณ์ (Absolute) มากกว่า 0.5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2550)



ผลการศึกษา

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิจัย มีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 355 คน (ร้อยละ 88.75) มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.00 จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.50) รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม 3,001 – 5,000 จำนวน 164 คน (ร้อยละ 41.00) ศึกษาอยู่ในสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 72 คน (ร้อยละ 18.00) และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 108 คน (ร้อยละ 27.00)

2. พฤติกรรมในการใช้บริการ รุณิสต์คลินิก ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เพื่อน และคนรู้จักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.00) เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ มีปัญหาด้านผิวพรรณ จำนวน 176 คน (ร้อยละ 44.00) บริการที่เลือกใช้ส่วนใหญ่คือ รักษาผิว เช่น สิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ จำนวน 204 คน (ร้อยละ 51.00) ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกดูแลผิวพรรณจาก โทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 174 คน (ร้อยละ 43.50) เลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ จำนวน 147 คน (ร้อยละ 36.80) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 501 – 1,000 บาท จำนวน 194 คน (ร้อยละ 48.50) ไปใช้บริการเวลาบ่าย (13.01 – 17.00 น.) จำนวน 168 คน (ร้อยละ 42.00) ส่วนใหญ่ใช้บริการวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 280 คน (ร้อยละ 70.00) ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 148 คน (ร้อยละ 37.00) และเดินทางมาใช้บริการโดยรถส่วนบุคคล จำนวน 178 คน (ร้อยละ 44.50)

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ รุณิสต์คลินิกของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร สรุปได้ว่าก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลพบว่าค่า KMO (Kaiser-Meyer-Okline) เท่ากับ 0.765 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า Barrert's Test of Sphericity ได้เท่ากับ 2750.100 (Sig. = 0.000) แสดงว่าข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ปัจจัยผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักสามารถแบ่งออกเป็น 10 ปัจจัย โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.744 (รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1)

3.1 ปัจจัยที่ 1 มีค่า Eigenvalues = 2.354 ความแปรปรวนร้อยละ 8.119 ประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีอักษาศัพท์ที่ 2) รูปลักษณ์และบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านความงาม 3) การตกแต่งคลินิก และสถานที่ในการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ เรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่

3.2 ปัจจัยที่ 2 มีค่า Eigenvalues = 2.164 ความแปรปรวนร้อยละ 7.464 ประกอบด้วย 1) มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำ 2) ชื่อเสียงของแพทย์ผู้ให้บริการ 3)



คลินิกดูแลผิวพรรณวุฒิสกดิ์คลินิกผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานเรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านมาตรฐาน**

3.3 ปัจจัยที่ 3 มีค่า Eigenvalues = 2.103 ความแปรปรวนร้อยละ 7.252 ประกอบด้วย 1) มีบริการครบวงจร 2) มีความรวดเร็วในการให้บริการ 3) มีความสะดวกในการมาใช้บริการเรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านการบริการ**

3.4 ปัจจัยที่ 4 มีค่า Eigenvalues = 1.956 ความแปรปรวนร้อยละ 6.746 ประกอบด้วย 1) เครื่องมือมีความทันสมัย 2) เครื่องมือมีความสะอาด ปลอดภัย 3) มีเทคโนโลยีการรักษาใหม่ๆเรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านเครื่องมือ**

3.5 ปัจจัยที่ 5 มีค่า Eigenvalues = 1.719 ความแปรปรวนร้อยละ 5.928 ประกอบด้วย 1) มีเพื่อนหรือคนรู้จักที่ใช้บริการคลินิกดูแลผิวพรรณแนะนำ 2) โฆษณาจากโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ 3) เคยเห็นโฆษณาคลินิกดูแลผิวพรรณผ่านทางเว็บไซต์ เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านการโฆษณา**

3.6 ปัจจัยที่ 6 มีค่า Eigenvalues = 1.698 ความแปรปรวนร้อยละ 5.856 ประกอบด้วย 1) 프리เซนเตอร์โฆษณาของคลินิกดูแลผิวพรรณ 2) เจ้าของวุฒิสกดิ์เป็นฟรีเซนเตอร์โฆษณาเอง เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านฟรีเซนเตอร์**

3.7 ปัจจัยที่ 7 มีค่า Eigenvalues = 1.692 ความแปรปรวนร้อยละ 5.836 ประกอบด้วย 1) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของคลินิกดูแลผิวพรรณ 2) ใช้บริการตามความนิยม (ตามกระแส) เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านกระแสนิยม**

3.8 ปัจจัยที่ 8 มีค่า Eigenvalues = 1.584 ความแปรปรวนร้อยละ 5.461 ประกอบด้วย 1) ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ (ครีม ยา) ของคลินิกดูแลผิวพรรณ 2) ผลิตภัณฑ์ (ครีม ยา) มีราคาเหมาะสม เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ครีมและยา**

3.9 ปัจจัยที่ 9 มีค่า Eigenvalues = 1.523 ความแปรปรวนร้อยละ 5.251 ประกอบด้วย 1) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านการชำระเงิน**

3.10 ปัจจัยที่ 10 มีค่า Eigenvalues = 1.401 ความแปรปรวนร้อยละ 4.832 ประกอบด้วย 1) ต้องการความมั่นใจด้านรูปลักษณ์เรียกปัจจัยนี้ว่า **ปัจจัยด้านความมั่นใจในตนเอง**



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการวุฒิสักดิ์คลินิกในมหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยที่ 1 ด้านเจ้าหน้าที่				
1. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีอรรถศาสตร์ที่ดี	0.736	3.57	0.86	มาก
2. รูปลักษณ์และบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านความงาม	0.687	3.51	0.92	มาก
3. การตกแต่งคลินิก และสถานที่ในการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ	0.581	3.34	0.99	ปานกลาง
ปัจจัยที่ 2 ด้านมาตรฐาน				
1. มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำ	0.610	3.75	0.86	มาก
2. ชื่อเสียงของแพทย์ผู้ให้บริการ	0.710	3.43	0.90	ปานกลาง
3. วุฒิสักดิ์คลินิกผ่านการรับรองคุณภาพ	0.555	3.62	0.84	มาก
ปัจจัยที่ 3 ด้านการบริการ				
1. มีบริการครบวงจร	0.669	3.73	0.76	มาก
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ	0.785	3.55	0.78	มาก
3. มีความสะดวกในการมาใช้บริการ	0.760	3.59	0.84	มาก
ปัจจัยที่ 4 ด้านเครื่องมือ				
1. เครื่องมือมีความทันสมัย	0.531	3.02	1.03	ปานกลาง
2. เครื่องมือมีความสะอาด ปลอดภัย	0.789	3.54	0.85	มาก
3. มีเทคโนโลยีการรักษาใหม่ๆ	0.742	3.61	0.86	มาก
ปัจจัยที่ 5 ด้านการโฆษณา				
1. มีเพื่อนคนรู้จักที่ใช้บริการวุฒิสักดิ์คลินิกแนะนำ	0.721	3.51	0.83	มาก
2. โฆษณาจากโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ	0.661	3.43	0.93	ปานกลาง
3. เคยเห็น โฆษณาวุฒิสักดิ์คลินิกผ่านทางเว็บไซต์	0.507	3.09	1.06	ปานกลาง
ปัจจัยที่ 6 ด้านฟรีเชนเตอร์				
1. ฟรีเชนเตอร์โฆษณาของวุฒิสักดิ์คลินิก	0.727	3.20	1.00	ปานกลาง
2. เจ้าของวุฒิสักดิ์เป็นฟรีเชนเตอร์โฆษณาเอง	0.751	2.90	1.05	ปานกลาง
ปัจจัยที่ 7 ด้านกระแสนิยม				
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวุฒิสักดิ์คลินิก	0.756	3.77	0.95	มาก



ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
2. ใช้บริการตามความนิยม (ตามกระแส)	0.600	3.69	0.90	มาก
ปัจจัยที่ 8 ด้านผลิตภัณฑ์ครีมและยา				
1. ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ (ครีม ยา) ของวุฒิสักดิ์	0.707	3.46	0.84	ปานกลาง
2. ผลิตภัณฑ์ (ครีม ยา) มีราคาเหมาะสม	0.596	3.59	0.85	มาก
ปัจจัยที่ 9 ด้านการชำระเงิน				
1. สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	0.716	3.71	0.90	มาก
ปัจจัยที่ 10 ด้านความมั่นใจในตนเอง				
1. ต้องการความมั่นใจด้านรูปลักษณ์	0.855	3.26	0.86	ปานกลาง

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ วุฒิสักดิ์ คลินิก ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรสรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ระหว่าง 2.51 – 3.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 3,001 - 5,000 บาท ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ชั้นปีที่ 1

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพื่อนและคนรู้จักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ มีปัญหาด้านผิวพรรณ บริการที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ คือ รักษาผิว เช่น ลีวา ฝ้า กระ จุดด่างดำ กลุ่มตัวอย่างทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกดูแลผิวพรรณจากโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 501 – 1,000 บาท จะไปใช้บริการเวลาบ่าย (13.01 – 17.00 น.) วันเสาร์ – อาทิตย์ ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน และเดินทางมาใช้บริการโดยรถส่วนบุคคล

3. การวิเคราะห์ปัจจัยการให้บริการวุฒิสักดิ์คลินิก สามารถแบ่งออกเป็น 10 ปัจจัย ก็คือด้านเจ้าหน้าที่ ด้านมาตรฐาน ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือ ด้านการโฆษณา ด้านฟรีเชนเตอร์ ด้านกระแสนิยม ด้านผลิตภัณฑ์ครีมและยา ด้านการชำระเงิน และด้านความมั่นใจในตนเองโดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.744



ข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยถัดไปมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจกลุ่มที่ใช้บริการวุฒิสกัคดีคลินิกของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร ขอบเขตทางการศึกษาอาจทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงกลุ่มผู้ใช้บริการขอบเขตอื่นได้ จึงควรที่จะทำการศึกษายกยอบเขตกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มมหาวิทยาลัย กลุ่มวัยทำงาน
2. ควรศึกษาปัจจัยการใช้บริการคลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสกัคดีคลินิกของมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการคลินิกดูแลผิวพรรณ วุฒิสกัคดีคลินิกมีความแตกต่างกันหรือไม่
3. จากผลการวิจัย พบว่า ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวุฒิสกัคดีคลินิก ส่งผลต่อผู้ใช้บริการสูงสุด เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความมั่นใจในการใช้บริการ เพราะฉะนั้นสถานบริการควรให้ความสำคัญในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะทางเว็บไซต์ที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคพบเห็นสื่อทางเว็บไซต์น้อยกว่าสื่ออื่นๆ
4. ปัจจุบันผู้ผลิตนิยมใช้เจ้าของกิจการมาเป็นฟรีเชนเตอร์ แต่จากผลการวิจัยผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับตัวเจ้าของสถานบริการมากนัก แต่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการมากกว่า ดังนั้นสถานบริการควรเน้นในการฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่ให้บริการมีอรรถาศัยที่ดีรวมไปถึงรูปลักษณ์และบุคลิกภาพให้มีมาตรฐานเดียวกัน
5. ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต ดังนั้นสถานบริการควรมีความหลากหลายในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆมากขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการ
6. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ (ครีม ยา) มากกว่าการเข้ามาใช้บริการแบบคอร์ส ดังนั้น สถานบริการควรพัฒนาการให้บริการให้ประสิทธิภาพในการรักษาแก่ผู้บริโภค และปรับค่าใช้จ่ายให้มีความเหมาะสมในจำนวนที่ผู้บริโภคสามารถชำระได้
7. เนื่องจากสังคมปัจจุบันมีเวลาที่จำกัดในการดำรงชีวิตและการทำงานหากต้องมารอรับบริการเป็นเวลานานก็จะเกิดความไม่พอใจและอาจส่งผลไปสู่การไม่เลือกใช้บริการกับสถานบริการอีก ดังนั้น แพทย์/เจ้าหน้าที่ ควรมีการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการในเวลาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ



เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวปัจจัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสพชัย พสุนนท์. 2553. การวิจัยตลาด 1. นครปฐม: บริษัท เพชรเกษม พรินติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- ประวิตร พิศาลบุตร. 2554. ระวัง!!อันตรายจากการใช้ยารักษาสิวเอง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 3 กรกฎาคม 2554, เข้าถึงจาก <http://www.clinicskin.com>.
- สุนันทา โอศิริ. 2547. ข้อมูลเบื้องต้นในการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องอนาคตระบบยาของคนไทยในระบบสุขภาพแห่งชาติ (พ.ศ.2546-2555) 15-16 สิงหาคม 2546. เอกสารสรุปประเด็นสำคัญ (Issues Paper) ระบบยา-ระบบสุขภาพ, สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- สรชัย พิศาลบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัสวเดชาบุตร. 2549. การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิทย์พัฒน์ จำกัด.
- Kerlinger, F. N. 1992. Foundation of Behavioral Research., 3rd edition, U.S.A.: Holt, Rinehart and Winston, Inc.